

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

***TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS CON ÉNFASIS EN BANCA Y
FINANZAS***

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE UN RESTAURANTE
DE COMIDA TÍPICA COSTARRICENSE, BAJO
LA DENOMINACIÓN “LA CHOZA DE BE”, A
UBICARSE EN CIUDAD COLÓN (CABECERA
DEL CANTÓN DE MORA), PERÍODO 2020.**

IVANNIA AGUILAR CHAVES

TUTOR:

Rodolfo Bonilla Núñez

AGOSTO, 2020

TABLAS DE CONTENIDOS

TABLAS DE CONTENIDOS	2
ÍNDICE DE TABLAS	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
CAPITULO I	8
INTRODUCCIÓN	8
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	9
1.1.1 Antecedentes.....	10
1.1.2 Delimitación del problema.....	17
1.1.3 Justificación del problema.....	18
1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	20
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.3.1 Objetivo general.....	20
1.3.2 Objetivos específicos.....	21
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES	21
1.4.1 Alcances.....	21
1.4.2 Limitaciones.....	22
CAPITULO II:	24
MARCO TEÓRICO	24
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO	25
2.1.1 Historia de la gastronomía.....	25
2.1.2 Historia de la gastronomía costarricense.....	27
2.1.3 Orígenes de la cocina costarricense.....	28
2.1.4 Cantón de Mora.....	31
2.2 CONTEXTO TEÓRICO CONCEPTUAL	33
2.2.1 Definición de comida.....	33
2.2.2 Estudio de factibilidad.....	33
2.2.3 Implementación de un proyecto.....	33
2.2.4 Emprendimiento.....	34
2.2.5 Plan de negocios.....	35
2.2.6 Planeamiento estratégico.....	36
2.2.7 Plan de mercadeo.....	41
2.2.8 Estudio técnico y organizacional.....	44

2.2.9 Plan financiero- económico.....	57
2.2.10 Riesgo.....	59
2.2.11 Rendimiento sobre la inversión.....	59
2.2.12 Margen de utilidad de operación.....	59
2.2.13 Factor de apalancamiento financiero.....	60
2.2.14 Superávit o déficit de efectivo y reserva de liquidez.....	60
2.2.15 Inversiones puestas antes al proyecto.....	60
2.2.16 Estado flujo de efectivo:.....	61
2.2.17 PYMES.....	65
CAPÍTULO III.....	67
MARCO METOLÓGICO.....	67
3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	68
3.1.1 Métodos de investigación:.....	68
3.2 Alcance de la investigación:.....	70
3.2.1 Tipos de alcance de investigación:.....	71
3.3 Diseño de la investigación:.....	73
3.3.1 Tipos de investigación:.....	74
3.4 Unidades de análisis u objetos de estudio:.....	76
3.4.1 Población:.....	76
3.4.2 Tipos de muestreo:.....	77
3.4.3 Criterios de selección:.....	79
3.4.4 Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con participantes.....	80
3.5 Instrumentos para la recolección de datos de la información:.....	81
3.5.1 Encuestas:.....	81
3.5.2 Entrevista:.....	82
3.5.3 Observación Directa:.....	82
3.5.4 Escala de actitudes:.....	83
3.5.5 Internet:.....	83
3.5.6 Análisis de contenido cuantitativo:.....	83
3.5.7 Observación:.....	83
3.5.8 Pruebas estandarizadas o inventarios.....	84
3.5.9 Datos secundarios:.....	84
3.6 Variables o categorías:.....	84

3.6.1 Variables dependientes:	84
3.6.2 Variables independientes:	84
3.7 Análisis de Datos:	86
3.7.1 Descripción de la Muestra:	86
CAPITULO IV	87
RESULTADOS	87
4.1 Investigación del mercado:	88
4.2 Análisis del mercado de distribución:	97
4.3 Estudio financiero de la rentabilidad del proyecto:	106
4.3.1 Estudio Financiero.	106
CAPITULO V	121
DISCUSION E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADO	121
5.1 Análisis de Resultados:	122
5.2 Análisis del mercado de distribución:	129
5.2.1 Análisis de resultados de la distribución materia prima (carne animal)...	130
5.2.2 Análisis de resultados de la distribución materia prima de legumbres y hortalizas	132
5.2.3 Generación de Empleo:	134
5.3 Estudio financiero del proyecto:	134
5.4 Propuesta del restaurante:	144
CAPITULO VI	146
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	146
6.1 Conclusiones:	147
ABSTRACT	154
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:	158
GLOSARIO	167
ANEXOS	168
Declaración jurada de la tesis ejecutada.	228
Carta de Tutor:	229
Carta de lector:	230
Carta de autorización para licencia de TFG FINAL	231

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1	88
Tabla No.2	89
Tabla No.3	90
Tabla No 4	90
Tabla No.5	91
Tabla No.6	92
Tabla No.7	93
Tabla No. 8	93
Tabla No. 9	94
Tabla No.10	95
Tabla No.11	96
Tabla No.12	96
Tabla No.13	97
Tabla No. 14	106
Tabla No.15	111
Tabla no.16	111
Tabla No.17	112
Tabla No.18	112
Tabla No.19	112
Tabla No. 20	113
Tabla No.21	113
Tabla No.22	113
Tabla No.23	114
Tabla No.24	114
Tabla No.25	115
Tabla No.26	116
Tabla No.27	117
Tabla No.28	118
Tabla No.29	119
Tabla No.30	120
Tabla No.31	120
Tabla No.32	120

DEDICATORIA

Principalmente agradezco a Dios, quién es mi pilar más importante, para vivir y crecer, el cual me cedió con su paciencia, humanidad, fortaleza, amor y sabiduría, el poder finalizar este proyecto de Graduación (tesis), para instarme como Licenciada en Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas.

También esta dedicatoria, es esencial para mí, ofrecerla a mi madre, quién ha creído en mí, más que nadie, y la cuál he tratado de seguir su ejemplo, de lucha y nunca darme por vencida, mi hermana gemela y mi sobrina que está por venir , quienes han sido mis mayores motores, de crecimiento profesional, motivacional para finalizar el proceso satisfactoriamente.

AGRADECIMIENTO

Dios, le agradezco 100%, el poder mantenerme activa en el camino estudiantil durante mi carrera universitaria, para llegar a finalizar el proyecto de tesis, con su fortaleza inmensa, y lograr los objetivos solicitados, que se presentaron en el camino. Él nunca me desamparó, y pude culminar las etapas que implica finalizar la carrera.

Mi madre, es un ejemplo de superación, con su amor, apoyo incondicional, paciencia, esperanza en mí, para no rendirme en todo el proceso de tesis.

Mi hermana gemela, ha sido una persona súper importante en toda la etapa, del proceso, me tendió la mano, su amor y apoyo incondicional, son esenciales para finalizar metas.

Mis hermanos, Tía Sandra, María de la Paz, Carlos Flores y demás familiares, han sido un gran pilar, en todo este proceso, al brindarme ánimos, demostrando cariño de diversas formas y brindándome su apoyo.

Don Marcos, es una persona buena y solidaria en todo este proceso, me ha brindado su apoyo incondicional, en tareas específicas, dando una explicación muy detallada y explícita, y me indicó del día 1 al día de hoy que contaba con él, en todo momento.

Personas físicas, jurídicas que no tuvieron ningún interés de por medio, me brindaron sus servicios de forma muy agradable y desinteresada, implicando una colaboración desinteresada, en tiempo y disposición en toda la información requerida para realizar esta investigación.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Costa Rica cuenta con una gran cantidad de restaurantes de comida tradicional.

Esta opción comercial, se ha consolidado como un pilar importante para el crecimiento de la economía, entre las ventajas que se derivan de estos emprendimientos, figura el de dar a conocer las tradiciones y costumbres gastronómicas del país, lo que garantiza que esas riquezas patrimoniales heredadas de nuestros antepasados no queden en el olvido. Considerando que es un elemento de atracción y de valor agregado para los visitantes extranjeros, ávidos de experiencias culinarias diferentes a las que acostumbran.

Para los efectos de la investigación, se optó por seleccionar a Ciudad Colón como ubicación geográfica para posicionar y desarrollar este trabajo, lo cual se debe a que pese a la gran difusión de este tipo de establecimientos en el área, así como la cantidad importante de visitantes con su alto gama de visitantes (turismo, zonas para la práctica del deporte (ciclismo) La Universidad de la Paz.), no se logró identificar en esta localidad ninguna explotación comercial dedicada al segmento gastronómico de la comida típica costarricense; por lo tanto, la orientación de esta investigación es desarrollar una propuesta para establecer un restaurante de comida tradicional orientado hacia un grupo poblacional meta (entre 18 y 65 años) y con características particulares como la de formar parte del segmento económicamente activo, de clase media a media alta, sin distinción de sexo y raza. La inexistencia de opciones de este tipo en el cantón de Mora y sobre todo en su cabecera el distrito Colón, permite pronosticar que un establecimiento así, tendrá el

potencial de generar impacto económico local al generar alternativas de empleo y de creación de alianzas entre los proveedores de materia prima en ese sector.

1.1.1 Antecedentes.

Con el crecimiento económico de las ciudades, como resultado del proceso de urbanización, una de las actividades económicas que ha experimentado mayor crecimiento en los últimos años ha sido el área de servicios gastronómicos.

Sin embargo, en un plano nacional, ha sucedido que la oferta gastronómica de otras culturas y de las llamadas comidas rápidas que la globalización ha traído consigo, ha provocado que la cultura y la identidad culinaria costarricense queden en segundo plano.

Gutiérrez de Alva (2012) define la gastronomía como la relación entre la cultura y el alimento; no centrándose simplemente en el arte de la preparación, sino como el estudio que observa los componentes culturales que influyen en esta “[...] de esta forma se vinculan las bellas artes, ciencias sociales, ciencias naturales e incluso ciencias exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano.” (Gutiérrez de Alva, 2012. p. 6)

La domesticación de animales y la agricultura trajeron consigo el asentamiento de la especie humana; el ser humano pronto incorporó a su dieta, cultivos como el trigo, cebada, avena, higos, mijo, vid, además de árboles frutales.

Paralelamente, el control del fuego, permitió superar los problemas digestivos asociados con los cambios en los patrones de alimentación, sobre todo para el aprovechamiento de la proteína, tal y como lo señala Roselló (2019), “[...] sin la acción del fuego en la alimentación, no se habría alcanzado el volumen cerebral

actual de la especie humana, o lo que es lo mismo no se habría desarrollado la capacidad intelectual.” (Roselló, 2019. p. 185)

Por lo tanto, resulta posible asociar el nacimiento de la gastronomía, al dominio del fuego; esta nueva manera de transformar las comidas que mediante la caza y la recolección se conseguían, amplió el espectro culinario de la especie.

El abandono de la vida de nómada, favoreció la construcción de diferentes culturas e identidades, determinadas por el espacio físico que ocupaban y las condiciones climatológicas bajo las que se desarrollaban, esto por supuesto influyó también a la gastronomía que se fue constituyendo con el tiempo en un patrimonio inmaterial de los diversos grupos étnicos.

De acuerdo con la UNESCO, “[...] el patrimonio intangible o inmaterial es el conjunto de formas de cultura tradicional popular o folclórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ella las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura tales como las herramientas y el hábitat [...]” (UNESCO, 2003)

Como el pan y el vino dentro de la religión cristiana, la comida adquiere diferentes valores y simbolismos dependiendo de la cultura en la que se desarrolla, qué es bueno y qué es malo se juzga dentro de un espectro educativo y cultural.

Mejía, Bravo y Mejía (2014), citando a Long (1997), al respecto, señalan que: “[...] *la cocina cultural, se caracteriza por un conjunto de alimentos básicos, secundarios y*

terciarios así como los factores económicos y ecológicos que afectan en la elección de los alimentos; el uso frecuente de un conjunto característico de condimentos; las formas características de procesar los alimentos ; la variedad de reglas que rigen qué comidas y qué combinaciones de comidas son aceptables a fin de establecer relaciones sociales; para ocasiones ordinarias y de fiesta con fines simbólicos, de consumo o ambos, las características sensoriales que influyen en la selección y las dimensiones simbólicas culturales.” (Long en Mejía, Bravo y Mejía. 2014. p.60)

Costa Rica, como parte del corredor etno-cultural entre América del Norte y América del Sur, no tuvo durante mucho tiempo una tradición alimentaria propia, sin embargo, la posición geográfica entre las dos grandes masas de agua que nos rodean, las montañas y los ríos, que traen consigo; han permitido establecer una gran variabilidad que lo hacen un terreno rico en cultura gastronómica.

En el período de la conquista y la colonización, se dio un trueque de regímenes culinarios provenientes de la metrópoli y la mezcla entre razas a través de todos los territorios de Indias; la introducción de nuevos alimentos y la apropiación de nuevos regímenes sociales y culturales, gotearon desde los estratos más altos de la jerarquía hasta ser adaptados por aquellos que eran considerados la parte más baja del estamento social.

La dieta indígena tenía como elementos principales el maíz y la yuca, acompañado con alguna proteína animal, sazonado con ají (chile picante), endulzado con miel y sin ningún tipo de grasa utilizada durante el proceso de cocción. Además, al participar la mayor parte de la tribu del proceso de recolección, estos no poseían horas específicas de comidas.

El patrón europeo, en cambio, tenía como base las carnes de naturaleza vacuna, porcina y ovina, el trigo, el vino y las grasas -como el aceite de oliva, o la manteca de res o cerdo-, endulzaba las comidas con azúcar de caña, y usaba abundantemente la sal y las especias.

En el siglo XIX, según Cartín, Rojas y Aguilar (2017), se conformó un régimen llamado la “cocina criolla”, donde el maíz y los frijoles tenían aún un papel protagónico, pero fueron mezclados con los productos vacunos europeos -leche y quesos-, frutas y verduras, servidas con frutos marinos y con bebidas como el café, el aguadulce y el chocolate. Para el siglo XX, en las áreas más céntricas del país, la influencia de la cocina italiana, francesa y española fue incorporada por la élite del país, en parte gracias al intercambio comercial con Inglaterra, provocado por el auge del comercio de café. (Cartín, Rojas y Aguilar, 2017. p.63-64)

Este nuevo camino comercial causó que, aquellos que podían permitírselo, adquirieran nuevos productos industrializados que llevaron a que poco a poco el costarricense se olvidara de los patrones y hábitos nutricionales campesinos para convertirlo en un modelo europeo; aceitunas, frutas en conserva, bacalao, arroz y té, quesos y encurtidos, el pan-que comparte la mesa con las tortillas- comienzan a llenar las mesas de la élite josefina.

En la actualidad, según datos del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC), para diciembre del año 2019, estaban inscritas un total de 1337 pequeñas y medianas empresas, cuyas actividades primarias eran de restaurantes y otros servicios de comidas rápidas. (MEIC, 2019).

Sin embargo, con las nuevas corrientes de comida que se han visto popularizadas por gigantes del marketing como McDonald's, Burger King o comidas divulgadas por

su novedad, como lo son los poke bowls, el sushi, las crepas, los waffles, etc. se produce un intenso bombardeo cultural que hace importante contribuir en un rescate de las identidades culinarias que han sido cimentadas en nuestro inconsciente desde hace muchísimos años.

Economía del cantón de Mora:

- La economía del cantón de Mora se ha basado en la agricultura -sobre todo caña, frijoles, maíz, café, y cítricos-, en la avicultura y en la cría de cerdos. Los productores han optado por unirse en una asociación (ASOPRODULCE) y han empezado a exportar azúcar moreno a Europa.
- Hacia el futuro este cantón se ve como una zona con potencial turístico y de inversión en materia de servicios, por lo que sus habitantes dedican grandes esfuerzos a su desarrollo cultural y muestran gran celo en la protección de sus recursos naturales.

Según datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el estimado poblacional del cantón de Mora para el año 2020 es de un total de 30 318 personas, cuya edad promedio se encuentra en un rango de entre 20 a 44 años.

Características sociales del cantón de Mora:

Existen varios comercios gastronómicos en el cantón:

3 Restaurantes de comida tradicional.

3 Restaurantes de comida rápida.

4 Restaurantes de pizzería.

3 Panadería, repostería y pastelería.

1. Heladería.

Se tiene que el:

- Índice cantonal de bienestar de la niñez y adolescencia (2013), ocupa la posición 21, con un 70.94 % de calificación de variables.
- Índice de desarrollo social cantonal (2017), ocupa la posición 41 con un 55.93 de cumplimiento.

Perfil electoral del cantón de Mora:

Se tiene que:

- ✓ 30 067 población total proyectada a 2019.
- ✓ 22 759 población habilitada para ejercer el voto.

Indicadores de desarrollo humano cantonal en Mora:

Se tiene la:

- Posición 13 posición y 0.826 de Índice de Desarrollo Humano Cantonal (2016).
- Posición 36 y 13.736 calificaciones de Índice de Pobreza Cantonal (2016).
- Posición 13 y 0.820 calificación Índice de Potenciación de Género (2016).

Ocurrencia de delitos:

Se tienen:

- 162 (asalto, hurto, robo, tacha a persona, casa, vehículo y edificación) (2018).
- 0 Femicidios (2018).
- 1 Homicidio doloso (2018).
- 2 Violación o tentativa de violación (2018).
- “[...] *“Costa Rican food incorporates several staples of Latin American cuisine, yet differentiates itself by being much healthier with the inclusión o f an array of fresh fruits and vegetables. Casado, is the most common dish in Costa Rica. It consists of*

beans, rice with -nely diced red bell peppers and onions, -red plantains, a cabbage salad with tomato and carrot, and a choice of meat between chicken, -sh, pork or steak with grilled onions. The meat that comes with a casado is grilled or sautéed, but never fried. Sometimes the casado includes French fries or extra vegetables such as avocados.” (s.f.)

La gastronomía típica costarricense, es definida por la Universidad para la Paz de la Organización de las Naciones Unidas (UPAZ-ONU):

“[...] incorpora varios productos básicos de la cocina latinoamericana, aunque se diferencia por ser más saludable con la inclusión de frutas frescas y vegetales. El “casado” es platillo más común en Costa Rica. Consiste de frijoles, arroz preparado con chiles dulces rojos y cebolla, picado finamente, plátanos maduros cocidos, una ensalada de repollo con tomate y zanahoria y una porción de carne a escoger entre pollo, pescado, cerdo o res con cebollas. Algunas veces el casado incluye papas fritas o vegetales extra como aguacate.” (s.f.)

Sin embargo, Evans (2018), resalta que el turismo gastronómico, está en auge y que en la cocina de Costa Rica se están fusionando nuevos sabores con platillos tradicionales.

Esta autora expone:

While international gastronomy tours are taking off as a reason for travel, cuisine in Costa Rica is evolving and fusing new flavors with traditional dishes. Costa Rica is rich in locally grown fruits and vegetables so long-haul transportation is rarely necessary. For seafood lovers, Costa Rica has a perfect trifecta of seafood from the Pacific Ocean, the Caribbean Sea, and the many rivers and streams which provide fresh-water fish. The Guanacaste province in the northwest is one of the largest grass-fed cattle producing

regions outside of Argentina. All of this means there is enough food locally produced to satisfy just about any palate” (Evans, 2018).

Esta autora expone:

Costa Rica es rica en frutas y vegetales cultivados localmente, por lo que el transporte de largas distancias es innecesario. Para los amantes de los mariscos, Costa Rica es una trífeca de frutos de mar del Océano Pacífico, el mar Caribe y de muchos ríos y riachuelos que proveen de peces de agua dulce. La provincia de Guanacaste en el noroeste, es una de las más grandes regiones de producción de ganado alimentado en pastizales, después de la pampa argentina. Lo que significa que hay suficiente alimento producido localmente para satisfacer cualquier paladar.” (Evans, 2018)

1.1.2 Delimitación del problema.

Al iniciar el proceso investigativo, se vio la posibilidad de aumentar las expectativas de emprendimiento con la idea innovadora de crear un modelo gastronómico que no se encuentra en el espectro local, y así generar fuentes de empleo, lo cual contribuiría económicamente al cantón de Mora.

Delimitación temporal: El propósito de la creación o implementación de este proyecto gastronómico costarricense se realizará entre febrero y agosto 2020.

Delimitación geográfica: Se estudia las características óptimas del cantón de Mora -específicamente la cabecera del cantón, Ciudad Colón- situado en la provincia de San José. Este cantón, parte del Gran Área Metropolitana (GAM), posee una población variada, cuyo perfil demográfico revela que está constituido por diferentes clases sociales, edades, estatus laboral, etc.



Figura 1.1 Mapa de Ciudad Colón. Recuperado de: <https://www.google.com/search?q=mapa+de+ciudad+de+colon&tbm=isch&source>

El cantón de Mora cuenta con una variedad de restaurantes donde se vende comida no tradicional, además de tener la competencia directa de muchos restaurantes en los denominados mall como Multiplaza. Lo anterior implica el gran reto de poder incursionar en esta rama. Sin embargo, si se considera tanto a la población local, como a la cantidad de extranjeros que constantemente visitan esta zona, la idea es desafiante e innovadora.

Es sabido que Costa Rica, está enfrentando un importante déficit fiscal en la historia del país; lo que está provocando una desaceleración en la economía, por lo que la idea de crear un negocio en la actualidad, resulta retadora.

1.1.3 Justificación del problema.

A la luz de los conocimientos adquiridos durante la carrera, la finalidad del presente proyecto es realizar una investigación en la rama gastronómica y que, en un futuro cercano, pueda llegar a concretarse exitosamente con la creación de un restaurante de comida típica.

La propuesta se perfila por su conveniencia como una alternativa de negocios, como solución económica para un proyecto de vida. Se considera que la ubicación seleccionada cuenta con excelentes condiciones de crecimiento comercial, por su cercanía con la ciudad capital (20.6 km), las excelentes opciones de comunicación (Ruta nacional 27) y su condición de transición intermedia como posibilidad de parada para viajes más largos a las zonas turísticas de la costa pacífica.

Dada la ausencia de opciones en este segmento en el cantón de Mora, la pretensión de esta propuesta va dirigida tanto para un público local, como para los visitantes de la zona de un razonable poder adquisitivo, provenientes de cantones como Escazú, Santa Ana y Belén que podrían ver esta opción como un viaje de relajamiento de las aglomeraciones urbanas y con el beneficio de una ubicación cercana de fácil acceso y bien comunicada.

El método teórico que se utiliza para esta investigación está basado en la consulta de bibliografía, revistas, blogs, videos, artículos de periódicos y herramientas de búsqueda de internet (Google Academic, entre otras alternativas).

El procedimiento metodológico se realizará mediante muestreo a la población en estudio, por medio de entrevistas, encuestas, incluyendo variables de posible rentabilidad de un emprendimiento de gastronomía tradicional costarricense en el cantón de Mora.

1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.

¿Cuál sería el impacto para el sector comercial, para la generación de empleo y para los proveedores locales de Ciudad Colón en el cantón de Mora, del establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense que eventualmente tendría un flujo alto de clientela proveniente tanto del interior como del exterior del cantón?

El emprendimiento culinario del cantón en estudio, cuenta con una variedad gastronómica, sobre todo en el sector de la comida no tradicional, influenciado principalmente por su competencia directa Multiplaza Escazú y los comercios que están llegando al cantón de Mora. Vale la pena señalar que el tipo de comida que venden esos locales responde mayoritariamente al segmento definido como de comida rápida de otro concepto, respecto del valor nutricional.

Para obtener una respuesta al planteamiento requiere realizar un análisis exhaustivo y profundo sobre las necesidades y preferencias de las personas que habiten este cantón y vecinos.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1 Objetivo general.

Evaluar el grado de aceptación por la población local y la factibilidad económico-financiera del establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, Mora, en la provincia de San José, Costa Rica, en el periodo de enero a agosto del 2020.

1.3.2 Objetivos específicos.

A) Categorizar el grado de aceptación de la comida típica costarricense entre un segmento de la población económicamente activa, de clase media a media alta ubicado entre los 18 y 65 años de edad de residentes y visitantes, de Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.

B) Determinar los posibles distribuidores y proveedores locales, así como las posibilidades de generación de empleo, derivadas de la propuesta de establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.

C) Elaborar con base en la información recopilada, una propuesta viable y rentable de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES.

1.4.1 Alcances.

Considerando que, desde una perspectiva de geografía económica, el cantón de Mora, se dedica a la explotación agrícola y ganadera, con un fuerte raigambre de tradiciones campesinas costarricenses, se postula que el emprendimiento sugerido tendría un componente de rescate cultural y que además serviría para fomentar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con productores y proveedores de la zona.

1.4.2 Limitaciones.

El centro comercial de Multiplaza, ubicado en Escazú, a una distancia menor de la capital, que de Ciudad Colón; es la principal fuente de competencia para la materialización de este proyecto. Los habitantes de diversas localidades de la aglomeración metropolitana, normalmente concurren este lugar por su variedad de comidas o por moda y otros, donde los padres asisten por llevar a sus hijos, porque es un lugar de renombre que está en boga y que responde a patrones de consumo de un corte más “internacional”.

El restaurante en estudio abarca solo la comida costarricense, por lo tanto, se considera un segmento de mercado más limitado, menos masivo.

Para estudiar la competencia directa o indirecta, existe un problema por el COVID 2019, no permite realizar un estudio de mercado por medio de entrevistas en contacto con las personas, y si se realiza llamada telefónica, las personas o propietarios, no brindan información porque les crea desconfianza.

Es importante realizar un estudio para conocer el mercado, pero con la pandemia COVID 2019, no permite realizar dicho proceso, porque no puede existir un contacto físico y tampoco se puede ir al lugar, porque los propietarios, y las personas están con problemas económicos por la restricción económico, del sector gastronómico, que no atienden para este tipo de estudios universitarios. Ellos y todas las personas tienen una distancia segura y genera un difícil proceso de respuestas. Se realiza un estudio a varios distribuidores, para la compra de equipos y maquinaria del proyecto gastronómico, del cual se investiga. Estos indican que no trabajan con leasing. Esto se investiga para una disminución en el inventario inicial de la compra de equipo o maquinaria. La idea fundamental es pagar el mismo a dos años, y que la maquinaria

al final sea del proyecto. Sin embargo se preguntó a los 4 distribuidores que se estudiaron y las 4 indicaron que no trabajan, bajo esta forma de trámite de pago, que solo trabajan al contado, tomando en cuenta si el negocio está iniciando operaciones; y solo sería al contado los pagos de maquinaria.

Se realiza un estudio a los bancos privados, públicos, cooperativas, las cuales brindan préstamos a empresas y personas físicas, sin embargo, el proyecto a continuación, es emprender. Del cual se inicia de cero operaciones, y los bancos no ofrecen fácilmente este tipo de opción es para crecer y poder realizar el negocio, sin embargo de este estudio, solo el Banco de Costa Rica que ofrece el programa "Banco Cristal" y el Banco Nacional que ofrece el programa "BN MUJER"; estos dos programas si ofrecen este tipo de negocios; con directrices muy fuertes, pero posibles de lograr. Por este motivo solo se puede trabajar con estas dos opciones y más adelante se detalla cuál de las dos se utiliza.

CAPITULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO.

Este proyecto de investigación comprenderá las variables asociadas con el proceso de establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense, a ubicarse en Ciudad Colón, cantón de Mora, provincia de San José. Además, del objetivo inicial de viabilidad económica y factibilidad, se considera como un beneficio derivado contribuir a rescatar las costumbres y tradiciones en este lugar. La exploración abarcará las necesidades, gustos y el perfil de los consumidores por estudiar; así como las variables económicas y financieras relacionadas con el montaje de un negocio gastronómico.

Como una forma de augurar el éxito económico del proyecto, se realizará un estudio de mercado a nivel financiero, a fin de conocer las características de dicho cantón.

El estudio de factibilidad y viabilidad económica incluye un estudio de mercado y un estudio financiero completo, que contempla los activos, recurso humano, alquiler del local, permisos sanitarios y demás variables asociadas.

Además, se hará un repaso de la historia de la gastronomía, de las costumbres alimenticias de grandes culturas y las influencias que han dejado a su paso algunos grupos humanos por Costa Rica.

2.1.1 Historia de la gastronomía.

Gutiérrez de Alva, C. (2012) señala al definir la gastronomía: *"[...] La Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos alrededor de una mesa. Sin embargo, esta es una pequeña parte de dicha disciplina. No*

siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo, ya que la gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. De esta forma se vinculan las Bellas Artes, Ciencias Sociales, Ciencias Naturales e incluso ciencias exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano". Gutiérrez de Alva, C (2012).

Por tanto, no se trata de comer o de cómo comer, sino de todos los elementos que culturalmente giran en torno a una mesa; cada pueblo, cada cultura, se puede caracterizar de forma directa por lo que come e incluso muchas veces por los hábitos o rituales que están asociados con este acto de alimentarse; desde este punto de vista, cada agrupación humana, como resultado de su evolución histórica, de su composición étnica e incluso de los elementos del clima o territorio en el que se desarrolló, aporta al acervo cultural de la humanidad una porción de tradición gastronómica.

Según Luján, N (2019): la caza es la más antigua actividad humana, fue la primera práctica que aprendió el hombre para paliar su situación alimenticia, lo cual desafortunadamente, planteó el problema de la extinción de la fauna salvaje que se ve en esta época.

De acuerdo con **Monroy de Sada**, es posible establecer una pauta histórica acerca de los hábitos y costumbres gastronómicas de las diferentes culturas del pasado, siguiendo un patrón, como el siguiente:

Edad Antigua: Su alimentación se basaba en la recolección de frutos, raíces, moluscos, aves, pequeños animales y luego la caza. Según Sada, no se conoce exactamente cuándo se empleó la sal para ablandar y condimentar carnes, pero esto vino a significar un avance que mejoró notablemente el sabor y la cocción de los alimentos, además de su conservación, factor importante para la salud.

Mesopotamia: esencialmente agrícola. Cultivaban el trigo y la cebada, el mijo, arroz, lentejas, garbanzos, cebollas, pepinos, berenjenas. También frutas como almendras, dátiles, higos, nueces, pistachos, zarzamoras, melones, duraznos, moras, uvas y granadas.

Egipto: estos fueron los primeros en consumir carne de buey, ternero, cerdo, oveja, cabra, ganso, pichón, fruta, vino y cerveza; además de otros productos más “populares” como: pan, legumbres, cerveza y cebolla, que era considerada como alimento sagrado. Las tierras a orillas del Nilo produjeron abundantes cosechas de legumbres, hortalizas, y frutos, además de ajos, cebollas, puerros, melones, sandías, higos, dátiles, granadas, uvas y almendras. Las cosechas de granos eran muy importantes.

2.1.2 Historia de la gastronomía costarricense.

Se mencionaba anteriormente, que no se trata solamente del qué comer, sino incluso, del cómo comer, al respecto, Ross, M, (2006), hace un excelente aporte:

“[...] Ritual de comer: El conjunto de los valores fundamentales de cada sociedad, en sus diversas manifestaciones: artísticas, literarias, científicas, etc., conforman lo que denominamos la cultura de un pueblo. Alrededor de la alimentación, de la elemental necesidad que tiene el hombre de alimentarse, existe una compleja madeja de hilos culturales, que a la vez se relaciona con el hábitat de los diversos grupos humanos: su clima, su geografía, sus productos agropecuarios, sus relaciones económicas.” (Ross. M, 2006. p.3)

“[...] El estudio de las costumbres culinarias es una dimensión esencial para establecer la silueta cultural y antropológica de cualquier pueblo, y la de la civilización humana en general.” (Ross. M, 2006. p.3)

Retornamos con el esto al argumento de las múltiples y complejas variables que influyen en una cultura gastronómica, no se trata solamente de compilar cuales son los ingredientes utilizados y la forma de preparación, de los cuales un pueblo se sirve para consolidar una tradición alimentaria, se trata además de una amplia serie de elementos ambientales complejos, arraigados en el pasado y que en mayor o menor medida van adaptándose o sobreviviendo al paso del tiempo para conformar una identidad nacional.

Ross, M. (2006), indica que, para realizar un estudio certero de la cocina en la actualidad, se debe recurrir a tres facetas de esta; a saber, la física o biológica, relacionada directamente con lo que el organismo ingiere; la psicológica, tiene que ver con los placeres personales y los adquiridos; finalmente, está la faceta social, la que tiene que ver con modelo social en el que desenvuelve la persona.

La afirmación anterior demuestra la relevancia que tiene el estudio de la cocina. La cocina es un arte y, como todas las ramas del arte, requiere un estudio, serio y una investigación exhaustiva de muchos aspectos.

2.1.3 Orígenes de la cocina costarricense.

Según Ross, M. (2006): El pilar fundamental para rescatar las tradiciones y costumbres de la cocina viene desde la casa. Los alimentos que preparaban los antepasados del costarricense con productos extraídos directamente de sus sembradíos y constituyen lo que hoy se conoce como comida criolla, esta es parte fundamental de la idiosincrasia costarricense y debe conservarse.

Costa Rica es un país privilegiado por su excepcional posición geográfica, que le permiten ser poseedora de una abundantísima flora y fauna, característica que la

destaca mundialmente. Gracias a esto, Costa Rica goza de una gran cantidad de productos alimenticios, además de verse beneficiada por sus costas u océanos, de los cuales aprovecha los productos marítimos.

Características de la cocina prehispánica:

De acuerdo con Ross, M. (2006): Al arribar los españoles al continente americano, se encontraron con una gran cantidad de exuberantes sembradíos de plantas y, para su asombro, con cocinas.

Brindaba la oportunidad de disponer de una gran variedad de alimentos. Además, la agricultura era una actividad muy importante, tanto es así, que del frijol se conocían varios tipos.

Existía un intercambio entre las diferentes sociedades oriundas de América y así trasladaban bienes materiales de un pueblo a otro, ya solo esto implicaba que había un contacto entre ellos Costa Rica, por su posición geográfica participaba de los trueques de materiales y de cultura con los otros países del Norte y del Sur de América. De ahí, la convergencia de elementos culturales de los diversos pueblos americanos.

En la gran Nicoya, se instalaron pueblos como el chibchoide y otros que llegaron luego, originarios del norte. Era un momento en que varias etnias, que hablaban diferentes dialectos coexistían simultáneamente en el mismo territorio, esta confluencia de varias etnias posibilitó la unión de la tortilla, aguacate, palmito, pejibaye y tamal. Es en América donde los europeos descubren maíz, cacao, achiote, papa, zapallo, ayote, chayote y variedad de chiles, tomate, yuca, aguacate, anona, piña, papaya, guanábana.

Los precolombinos supieron identificar la divergencia de climas presentes en Costa Rica para saber cuál era el más adecuado para cosechar un determinado producto. La cocina prehispánica costarricense, pese a carecer de lujos, era muy sabrosa, abundante y variada. El maíz era el principal aporte de energía, además el frijol, el chile, ayote, chayote, entre otros. Empleaban también algunos condimentos como chile, sal, vainilla, apazote y culantro de coyote, entre otros. De las palmas aceiteras sacaban el aceite. Es importante señalar que la cacería y la pesca se complementaban como algunas actividades sociales.

2.1.3.1 Factores de riesgo asociados con malos hábitos nutricionales:

1. Alimentación inadecuada: En la actualidad, casi toda la población mundial sufre problemas de salud debido a una alimentación cargada de grasa, salsas y sal, en extremo alejada de la cocina tradicional. El panorama es preocupante por la vida tan acelerada que llevan las personas, ya no hay tiempo para dedicarse a la preparación de los alimentos caseros saludables. Esta alimentación, carente de frutas, verduras, vegetales, carnes como el pescado o el pollo, lejos de ser nutritiva, a mediano o largo plazo puede traer consecuencias negativas para la salud.

2. Sedentarismo: Las personas, en su mayoría, mantienen una vida rutinaria, que implica cumplir un horario o jornada laboral, pasa la mayor parte de su tiempo en su lugar de trabajo y permanecen sentados o en una sola posición, la práctica del ejercicio estilo de vida es poco o ausente en mayoría de los casos.

3. Consumo de tabaco, alcohol u otras drogas no permitidas: Según estudios de algunas organizaciones mundiales o costarricenses, han demostrado que este tipo

de productos no son adecuados para el consumo humano y, definitivamente dañan la salud. Causan enfermedades cardíacas, cancerígenas, pulmonares y cerebrales, entre otras.

4. Estrés: Representa un porcentaje muy alto en la población mundial, es el causante de muchas enfermedades, como desórdenes alimenticios, tumores, aumenta el riesgo de enfermedades cardíacas, y cáncer, causa problemas de sueño, estado de ánimo, relaciones interpersonales.

2.1.4 Cantón de Mora.

2.1.4.1 Caracterización del cantón de Mora:

Mora. Canton N° 7 de San Jose

Mapas del Canton de Mora



Figura 2.1 Mapa y escudo de Mora. Recuperado de: [https://mora.go.cr/el-cant%C3%B3n]

Aspectos Físicos:

Geología: Formada por rocas sedimentarias de origen volcánico de los períodos Terciario y Cuaternario.

Altitudes: Las elevaciones, en metros sobre el nivel medio del mar, del centro urbano, los distritos son: Ciudad Colón, Guayabo, Tabarcia, Piedras Negras, Picagres, Jaris, y Quitirrisí.

Hidrografía: El sistema fluvial comprende a la vertiente del Pacífico, el cual pertenece a las cuencas de los ríos Tárcoles y Pirrís.

Aspectos históricos:

De acuerdo con datos suministrados por la municipalidad de Mora (2019), en la época precolombina el territorio que cuenta actualmente como el cantón de Mora, fue parte de los dominios del cacique Pacacua, los cuales estuvieron habitados por indígenas del llamado reino huetar de occidente, de cuyos habitantes provienen variadas piezas de cerámica e importantes figuras de piedra.

Esta zona fue descubierta por el conquistador don Juan de Cavallón y Arboleda, en 1560 y tres años después es visitada por el adelantado y entonces gobernador de Nicaragua, don Juan Vázquez de Coronado y Anaya.

En el siglo XIX, se registró una fuerte emigración de familias provenientes de los actuales cantones de Alajuelita, Desamparados y Tibás, así como los distritos de Zapote y Uruca de la provincia de San José.

La primera iglesia o convento se construyó en 1575, en advocación a Nuestra Señora de la Asunción, y hasta 1731 se vuelve a edificar otra que es la que ocupa la ubicación actual de la iglesia en el centro del cantón.

2.2 CONTEXTO TEÓRICO CONCEPTUAL.

2.2.1 Definición de comida.

Es todo aquello que se ingiere con el propósito de subsistir, tal y como es la norma para los seres vivos. Estos alimentos pueden ser líquidos o sólidos, de origen animal y vegetal, y desde un punto de vista bioquímico, tienen como objeto aportar las sustancias básicas requeridas por el organismo para la producción de energía y el mantenimiento de sus procesos orgánicos, entre las que se encuentran carbohidratos, vitaminas, grasas, proteínas, aminoácidos y minerales.

2.2.2 Estudio de factibilidad.

Factibilidad: Disponibilidad de recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Los estudios generan, que la factibilidad se logra según un proyecto que logre ser determinado. Sirve para la toma de decisiones, de utilidad para analizar la viabilidad: El proyecto con este análisis, es para ser ejecutado y operado y cumplir con el objetivo, de un proyecto, incluyendo sus etapas: operativa, de inversión y la secuencia de actividades relacionadas entre sí para la ejecución de un plan.

2.2.3 Implementación de un proyecto.

"[...] Definimos la implementación como "el aprendizaje organizativo generado por la administración de recursos organizativos para mantener la estructuración de representaciones y conductas competitivas valoradas por las coaliciones". (Rivera, C. 1995),

Lo anterior significa que para implementar un proyecto se debe contar con un estudio detallado, cronológico y financiero para llegar a los objetivos planeados, incluyendo los trámites legales y administrativos, la obtención del financiamiento y la correspondiente fase de ejecución.

2.2.4 Emprendimiento.

2.2.4.1 Emprendedores.

Se puede reconocer como personas emprendedoras, a aquellas que analizan, identifican o reconocen características u oportunidades para realizar negocios, identificando los recursos viables, y utilizarlos al máximo. Con el fin de poner a trabajar el proyecto en estudio o por estudiar. (Reyes, F. 2009):

Se entiende por emprendedores a aquellas personas que tienen el interés de innovar en un proyecto de negocios, respondiendo a iniciativas propias, mediante prácticas orientadas al éxito y evaluando los riesgos posibles asociados con el emprendimiento para poder emprender un proyecto.

Características de los emprendedores:

- Tenacidad: Actitud que impulsa a los individuos a resistir ante las adversidades para lograr un objetivo o una meta.
- Confianza en sí mismo: Seguridad en uno mismo, saber internamente y con serenidad, que existe ser una persona capaz.
- Minimizar el temor del riesgo: Evaluar minuciosamente todas las actividades por realizar, Estudiar el tipo de riesgo

- Ayuda responsabilidad social: Obligación de los miembros que tienen los vecinos de una comunidad, para preservar las buenas condiciones y crecimiento del lugar o alrededores.
- Deseo de autorrealización: Culminación de la satisfacción de las necesidades humanas, según algunos estudios es la mayor necesidad psicológica de los seres humanos.

2.2.5 Plan de negocios.

Documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, estudia su viabilidad (económica, técnica y financiera) es un plan, para elaborar estrategias para crear una oportunidad de negocios empresarial.

Objetivos concretos:

- a. Permitir al promotor la oportunidad de un negocio, realizar un estudio exhaustivo, con información completa para determinar su rentabilidad y viabilidad.
- b. Otorgar una tarjeta de presentación para los emprendedores ante los inversores (bancos, instituciones, organismos públicos, y otros agentes u apoyos financieros.)

Componentes de un plan de negocio:

- a. Visión general del negocio.
- b. Productos o servicios y cómo se producen.
- c. Descripción del modelo de negocio.
- d. Estados de flujo de efectivo, el cual detalla todos los posibles ingresos y gastos.

- e. Proyecciones y estimaciones financieras de los ingresos y gastos antes mencionados, así como de otros factores.
- f. Identificación de la dirección ejecutiva y el equipo directivo.

2.2.6 Planeamiento estratégico.

Se puede definir la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de empresas, organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Los mismos pueden ser a largo o corto plazo.

2.2.6.1 Análisis de su entorno (micro y macroentorno)

2.2.6.1.1 EL MICRO ENTORNO.

Está formado por las fuerzas cercanas a la compañía que influyen en su capacidad de satisfacer a los clientes.

Compañía: compuesta por diferentes funciones departamentales, donde se deben tomar decisiones, de la alta dirección. Estos departamentos deben tener comunicación viable, directa y vigente, para el crecimiento de economía.

Proveedores: son aquellas empresas o recursos que dan la materia prima para producir bienes y servicios.

Intermediarios: son empresas del canal de distribución que ayudan a la compañía a encontrar clientes y efectúan la venta entre ellos.

Clientes: realizar un estudio de oportunidades y amenazas por diferentes tipos de mercado de clientes para dirigirse al mercado.

Competidores: proporcionar mayor valor y satisfacción a sus clientes, por lo tanto, no es suficiente adaptarse a las necesidades del público, sino hacerlo mejor que los demás.

2.2.6.1.2 EL MACRO ENTORNO.

Consiste en las grandes fuerzas sociales que influyen en todo el micro entorno: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

Factores sociales: El factor social y cultural abarca los valores éticos, por ejemplo, mantener calidad de productos que no afecten a las personas ni medioambiente.

Factores políticos: El gobierno actual se encuentra inmerso en una situación problemática que debe solucionar con respecto a la economía del país. Esto puede ocasionar un incremento de impuestos y afectar los precios.

Factores tecnológicos: La creación de productos de mejor calidad es un riesgo constante que todas las empresas poseen, pero con el enfoque de la empresa actual, el riesgo se minimiza a la vanguardia de los adelantos tecnológicos.

2.2.6.1.2.1 ANÁLISIS DE LA RIVALIDAD: SEGÚN LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.

El éxito de una empresa está determinado por la interrelación de muchos factores complejos, que tienen que ver mucho con la posibilidad de que se sea verdaderamente competitivo en entornos sumamente diversos. Esto forma parte del campo de acción de la llamada gerencia estratégica.

El economista de Harvard, Michael Porter, desarrolló un modelo conceptual de negocios que busca maximizar el uso de los recursos y la superación de la

competencia, esta propuesta conocida como las cinco fuerzas de Porter, se detalla a continuación.

“[...] El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella. Siendo más específicos, esta herramienta permite conocer el grado de competencia que existe en una industria y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas.” (Arturo K. 2015).

Las cinco fuerzas que esta herramienta considera que existen en toda industria son:

1. Rivalidad entre competidores.
2. Amenaza de entrada de nuevos competidores.
3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.
4. Poder de negociación de los proveedores.
5. Poder de negociación de los consumidores.

2.2.6.1.3 Direccionalidad

2.2.6.1.3.1 VISIÓN:

La visión es la expectativa que tiene la empresa para emprender su proyecto, este debe ser alcanzable y sustentable, conforme las técnicas de mercadotecnia para que estas sean alcanzables.

Peiro, se refiere a la visión de la empresa, en los términos siguientes:

“[...] La visión de una empresa describe el objetivo que espera lograr en un futuro. Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas. La visión de la compañía refleja entonces la imagen mental para su trayectoria, y establece los criterios que la firma seguirá para cumplir esos objetivos.” (Peiro. A 2020)

2.2.6.1.3.2 MISIÓN:

La misión es el punto estratégico de la empresa, donde se indica cuál es la razón para la cual esta va ser fundada.

Velayo, lo resume de la siguiente manera:

“[...] La misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita (una frase o un párrafo) que refleja la razón de ser de la empresa. La Misión es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? Debe diferenciar la empresa de la competencia y mostrar su valor y su hacer único en el mercado. Puede incluir una descripción de producto/servicios, mercados, cultura empresarial y metas financieras de la compañía.” (Velayo V, 2020)

2.2.6.1.3.3 ESTRATEGIA

Se puede definir estrategia como un diseño particular que hace una empresa en un momento y una situación específica, el cual define los objetivos que planea obtener con la intención de conseguir una prerrogativa; las estrategias, no funcionan de igual forma para una empresa que para otra, esta debe ajustarse a las variables del medio. (Eadic, 2015.)

Las etapas de estrategia son las siguientes:

- El análisis estratégico: comprensión de la situación actual de la empresa.
- El planeamiento estratégico: cursos de acción por seguir por alcanzar los propósitos.
- La implementación estratégica: confección de distintas acciones previstas en los planes.
- El control estratégico: el conjunto de ajustes y correcciones por realizar durante el proceso de implementación para mantener el rumbo correcto.

Tipos de estrategia:

Estrategia competitiva: decisiones propias por cada unidad de negocio. Su función es crear y mantener un posicionamiento frente a la competencia.

Estrategia corporativa: busca definir la acción puntual que delimita la acción estratégica de la organización a partir de los objetivos planteados.

Estrategia funcional: trabaja puntualmente los aspectos claves para que una organización ejecute de una manera eficiente, hasta llegar al punto final del bien o servicio.

Estrategia de liderazgo y costos: es la optimización de los costos de los productos tratando de reducirlos, sin afectar la calidad de los mismos.

Estrategia de diferenciación: lograr un marco de diferenciación, en un marco de diferencia dentro del marco de los consumidores.

Estrategia de alianza: se utiliza entre personas o grupos que persiguen los mismos intereses y que caminan bajo un mismo rumbo de plan de acción que deberán implementar de manera coordinada.

2.2.7 Plan de mercadeo.

El plan de “marketing”, se conoce como una herramienta para hacer un análisis de la situación actual para conocer detalladamente las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno. La disciplina cultural para supervisar, planear y supervisar las actividades de manera formal, sistemática y permanente, es una de sus funciones primordiales.

Al respecto, Rodríguez A., señala que:

“[...] Cuando un empresario se dispone a fabricar, comercializar y promover productos o servicios requiere de una guía que lo conduzca con éxito a tales objetivos. Esta guía es lo que se conoce como plan de mercadeo, y el mismo incluye un estudio de todo lo relacionado con la demanda, la competencia, la oferta existente, la comercialización y el financiamiento. En esencia, aunque de menor envergadura, este plan es tan importante como el plan de negocios con el que pusiste en marcha tu empresa, por lo que te conviene saber en qué consiste exactamente.” (Rodríguez, A. 2018)

2.2.7.1 Investigación de mercados.

Técnica que permite recopilar datos para después interpretarlos y emplearlos para la toma de decisiones de la empresa. Y lo importante es satisfacer las necesidades de los consumidores. Esta busca:

- a. Determinar la obtención de información necesaria para diseñar y definir las políticas, objetivos empresariales, y planes estratégicos.

b. Después de una obtención de datos relevantes, veraces, oportunos y eficientes, con el único objetivo de reducir cualquier incertidumbre, riesgos, y hacer un oportuno de la toma de decisiones.

2.2.7.2 Mercado estratégico.

Mercado estratégico: se define como una metodología a conocer el mercado, con el objetivo de enterarse de las oportunidades, antes que el resto de competidores y satisfacen las necesidades de los consumidores de una forma óptima, eficiente.

“[...] El objetivo del marketing estratégico es satisfacer necesidades no cubiertas que supongan oportunidades económicas rentables para la empresa. El profesional del marketing cuando trabaje la parte estratégica del marketing, deberá descubrir nuevos mercados a los que dirigirse, analizar el atractivo de dichos mercados, evaluar el ciclo de vida de los productos con los que va a trabajar, estudiar a sus competidores y además tendrá que encontrar una ventaja competitiva duradera en el tiempo y por supuesto difícil de imitar por la competencia” (Espinosa. R)

2.2.7.3 Cliente y público meta.

La razón de ser de las empresas son los clientes, la economía de la empresa o del país, los factores de crecimiento a futuro o presente.

El empresario debe conocer su público meta, estudiar las necesidades y gustos, para poder satisfacer a los clientes. Sus elementos son los siguientes:

- Demográficos: edad, género, ocupación, tamaño de familia, índice de natalidad, crecimiento poblacional, migraciones, porcentaje de hogares con ingresos de ambos padres, ingresos, escolaridad, raza, religión, nacionalidad, etc.
- Psicográficos: patrón de vida, empleo del tiempo, valores, valoraciones, opiniones de sí mismos y del mundo que los rodea.
- Geográficos: influencia del clima, densidad de población, tradiciones culturales, distribución urbana: suburbana, rural, tamaño de la región, estado, etc.

Desarrollo de marca.

El empresario o emprendedor debe realizar el diseño de marca, abarcando las necesidades y deseos de los consumidores cumpliendo las directrices para ser reconocido a nivel empresarial y comercial.

Al respecto, Lom, resalta que:

“[...] Una estrategia de marca exitosa debe prever y determinar las necesidades y los deseos de los consumidores. Por lo tanto, la clave del éxito de una marca reside en conocer bien al consumidor a quien están destinados los productos o servicios. Una marca de éxito no se puede crear, desarrollar y mantener aisladamente; un proceso de esa índole debe basarse en una simbiosis entre el productor o proveedor del servicio y el consumidor. Por consiguiente, uno de los requisitos previos, aunque no el único, para que una estrategia de marca tenga éxito reside en llevar a cabo un estudio adecuado sobre el consumidor. Aunque es indudable que las estadísticas, los sondeos y los gráficos son indicadores valiosos, también lo son el conocimiento que se obtiene mediante el contacto personal con los clientes y la experiencia que se adquiere dirigiendo una empresa. Por ese motivo, el éxito de una estrategia de marca no depende únicamente de un reducido grupo de expertos en mercadotecnia

(con frecuencia contratados externamente), sino que es el resultado de la suma del trabajo de esos expertos, la gestión de la empresa, y en última instancia, la labor de los empleados de todas las categorías y sectores de la empresa". (Lom, H. OMPI)

Mezcla de mercadeo.

"[...] La mezcla de mercadeo o mezcla de marketing se refiere a las variables de decisión sobre las cuales su compañía tiene mayor control. Estas variables se construyen alrededor del conocimiento exhaustivo de las necesidades del consumidor. Estas cuatro variables son las siguientes y se las conoce como las cuatro P:" (Martínez, J)

Producto: cualquier cosa que se puede ofrecer, para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podrá satisfacer las necesidades o deseos.

Precio: es el valor en dinero en que se estima el costo de algo, sea un producto, bien o servicio, intercambio por los beneficios de tener o usar el producto o servicio.

Plaza: es la ruta que un producto toma según avanza por el mercado. Se puede ejecutar por medio de un canal de distribución que involucre la ruta del intermediario

Promoción: conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de la empresa en el mercado. Es un elemento de la mezcla de la mercadotecnia de una organización que sirve para informar al mercado y persuadirlo.

2.2.8 Estudio técnico y organizacional.

2.2.8.1 Localización.

Al conocer las estrategias de mercado, se debe implementar si es factible colocar el negocio a estudiar, implementando las habilidades de conocimiento del mercado para poder utilizarlo como ventaja competitiva.

Estudiar la viabilidad para complementar la rentabilidad, la competencia, el mercado para saber si es factible, colocar un comercio, de red de comunicación, servicios públicos, factores de tactilidad para el cliente meta, el estudio de mercado, analizar si hay cercanía de mano de obra, y compras de materias primas.

Es necesario evaluar, factores externos, como el clima, economía, telecomunicaciones, servicios públicos, conocimiento de los servicios que ofrecen los bancos, disponibilidad, para los insumos que se pueden ofrecer para la localización de un proyecto.

2.2.8.2 Ley Municipal.

Solicitud de licencias comerciales

Requisitos generales:

- Solicitud debidamente llena y firmada por el interesado y el dueño de la propiedad.
- Copia del plano catastrado de la propiedad en donde se instalará el local.
- Copia por ambos lados de la cédula de identidad del solicitante y del propietario del local. Si la patente es solicitada por una sociedad o, el dueño de la propiedad es una sociedad, se deberá presentar copia de la cédula jurídica y personería jurídica vigente (con un plazo de no más de un mes de emitidas) y copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Certificado de suelo emitido por planificación urbana.
- Llenar la declaración jurada para cumplir con la aplicación del artículo 15 de la Ley 8236.
- Estar al día con las obligaciones municipales. (Solicitante y propietario).

- Adjuntar a la solicitud 125 colones en timbres fiscales y 100 colones en parques nacionales.
- Contrato de arrendamiento o copia de recibo de pago de alquiler.
- Estudio registral de la propiedad vigente.
- Permiso de construcción o remodelación del local, en caso de que sea nuevo o remodelado.

2.2.8.3 Ministerio de la Salud:

Dentro de los decretos o regulaciones que debemos de cumplir según el Ministerio de Salud para nuestro restaurante están:

- Reglamento Técnico RTCA 67:01.33:66, Decreto Ejecutivo N33724, los cuales contienen todo lo relacionado a procedimientos sobre manejo de alimentos procesados, licencia sanitaria, procedimiento para otorgar el registro sanitario e inscripción sanitaria, requisitos de importación de alimentos procesados, industria alimentos y bebidas procesadas.
- Decreto ejecutivo N 34745-S “Reglamento General de Higiene para los Manipuladores de Alimentos”
- Solicitar el permiso sanitario de funcionamiento.
- Decreto No. 39472 Reglamento general para autorizaciones y permisos sanitarios de funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud.
- Cumplimiento con los lineamientos de la ley 7600.
- Cumplimiento de la ley 9028 (Protección a los no fumadores).

2.2.8.4 Registro de la sociedad:

Así como se menciona en el análisis organizacional, los socios han decidido conformar una sociedad anónima, para formalizar dicha entidad y delegar una cédula jurídica que le permita tributar de forma legal. Es necesario presentarse ante un notario público presentando los siguientes requisitos:

1. **Pago de honorarios e inscripción:** Realizar el pago al notario, de sus honorarios más el costo de inscripción.
2. **Junta directiva:** toda sociedad anónima requiere una junta directiva, la misma debe constar mínimo de 4 personas: presidente, tesorero, secretaria, fiscal.
3. **Edad:** la ley demanda que puede ser parte de dicha sociedad cualquier persona mayor a 17 años, sin embargo, los miembros de la junta y administradores deben ser mayores de edad (18 años).
4. **Socios:** es indispensable un mínimo de dos socios de capital para procesar el registro, dichos socios serán los que aportan el capital social de la empresa, el cual será repartido en acciones.

2.2.8.4.1 PAGO DE IMPUESTOS Y TRIBUTACIÓN.

Una vez que la sociedad sea registrada como tal ante el Ministerio de Hacienda, debe realizar los requisitos de ley para el pago de impuestos correspondientes a sus funciones comerciales ordinarias.

Impuesto sobre la renta: Tributo directo que graba las utilidades o renta neta (ingresos menos gastos) generadas por una empresa, trabajador o profesional liberal en el último periodo fiscal.

Requisitos declarar impuestos en Costa Rica:

- Crear cuenta de usuario y registrarse a través del portal de Administración Tributario Virtual (ATV).
- Posterior después de haber ingresado al portal de ATV, el sistema de forma automática ante la dirección General de Tributación, escoger la opción de obligación tributario, o representante legal.
- Depende de la opción que se seleccione el sistema lo direcciona a otras opciones.
- Para inscribirse se deberá seleccionar la opción “Registro Único Tributario”, posteriormente seleccionar la opción; “Declaraciones del Registro Único Tributario” inmediatamente se despliegan estas opciones:
 - Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario.
 - Declaración de Modificación de Datos en el Registro Único Tributario.
 - Declaración de Des inscripción en el Registro Único Tributario.
- Seleccionar algunas de las opciones.
- Dar clic en “LLENAR FORMULARIO” y a continuación se desplegará la declaración para que proceda a completarla.
- El sistema desplegará de forma automática los datos identificados del contribuyente seleccionado.
- Al finalizar de completar la información de la declaración, hacer clic en validar, el sistema verifica los datos y si todo es correcto y está completa la información, se habilitará la opción de “Presentar” dar clic en aceptar” de presentar la declaración.

Impuesto del Valor Agregado (IVA) sobre las ventas y servicios:

“[...] Es una contribución tributaria a partir de los precios que los consumidores pagan por bienes y servicios. Este es un gravamen de orden nacional y naturaleza indirecta, que es obtenido a partir de los costos de producción y venta de la empresa. Es una transacción comercial, ya que las empresas actúan como intermediarios entre las personas que compran los productos, y la DIAN, quien se encarga de recaudar el dinero para el Estado. En resumen la función del IVA es gravar el consumo de bienes y servicios que se presentan dentro de un flujo económico”.
(Empresario, 2020)

2.2.8.5 Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

El empresario, que cuente con empleados a su cargo, es responsable directo de su seguridad y su salud en todo lo referente al trabajo que desarrollan durante su jornada laboral, y está obligado a cumplir todas las disposiciones relacionadas con la prevención de riesgos laborales. Las administraciones públicas deben ejercer su función inspectora en todos los lugares en los que haya una relación laboral.

2.2.8.6 Suscripción para la póliza de trabajo

Conforme al Código de Trabajo, el patrono debe asegurar a sus empleados por riesgos del trabajo. Para ello debe suscribir una póliza con una entidad aseguradora autorizada en el país para tal efecto. La póliza debe estar suscrita al inicio de operaciones y estar vigente durante toda la relación laboral.

En el momento de realizar el presente documento, se evidenció que solamente el Instituto Nacional de Seguros (INS) ofrece la cobertura por riesgos del trabajo. Para

suscribir dicha póliza ante el INS, el interesado debe dirigirse a las oficinas centrales o sucursales del INS, a una agencia comercializadora de seguros o bien a un agente de seguros autorizado. En el momento de suscribir la póliza, la empresa queda automáticamente registrada como patrono en el INS.

2.2.8.7 Inscripción de la empresa ante la CCSS

Conforme con la legislación costarricense, el patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la CCSS.

Inscripción como patrono de manera presencial:

Original de Certificación de Personería Jurídica extendida por el Registro Nacional o por un notario público o certificación digital, con no más de un mes de emitida.

1. Fotocopia de la Escritura de Constitución de la sociedad.
2. Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal. En caso de personas extranjeras, aportar el original y fotocopia del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro).
3. Fotocopia de la cédula de identidad de cada trabajador. En caso de contar con trabajadores extranjeros, aportar fotocopia del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro) de cada trabajador, es deseable presentar fotocopia del carné de asegurado de cada trabajador.

4. Fotocopia del recibo de electricidad, a efecto de registrar el número de localización como dirección de correspondencia.
 5. Llenar el Formato de Solicitud de Inscripción o Reanudación patronal (patrono Jurídico), éste debe ser firmado por el patrono o representante patronal.
 6. Indicar lugar o medio para notificaciones.
 7. Brindar un correo electrónico para la presentación de planillas en línea.
 8. Es deseable, en caso de contar con Póliza de Riesgos del Trabajo del INS, detallar el número de póliza del INS.
- Multa de 3 salarios base por no pago de la cuota patronal (Ley Orgánica de la CCSS, Artículo 44).
 - Cierre del establecimiento, cuando exista una mora por más de dos meses (Ley Orgánica de la CCSS, Artículo 44).
 - Acusación ante los Tribunales de Justicia por retención indebida, pudiendo incurrir en las sanciones establecidas en el artículo 216 Código Penal.

Caja Costarricense de Seguro Social			
Concepto	Patrono	Trabajador	Monto
SEM	9,25%	5,50%	€0
IVM	5,25%	4,00%	€0
TOTAL CCSS	14,5%	9,5%	€0
Recaudación Otras Instituciones			
Institución	Patrono	Trabajador	Monto
Cuota Patronal Banco Popular	0,25%	-	€0
Asignaciones Familiares	5,00%	-	€0
IMAS	0,50%	-	€0
INA	1,50%	-	€0
TOTAL OTRAS INSTITUCIONES	7,25%	-	€0
Ley de Protección al Trabajador (LPT)			
Concepto	Patrono	Trabajador	Monto
Aporte Patrono Banco Popular	0,25%	-	€0
Fondo de Capitalización Laboral	3,00%	-	€0
Fondo de Pensiones Complementarias	0,50%	-	€0
Aporte Trabajador Banco Popular	-	1,00%	€0
INS	1,00%	-	€0
TOTAL LPT	4,75%	1,00%	€0
Total			
	Patrono	Trabajador	Total
PORCENTAJES TOTALES	26,5%	10,5%	37,00%
MONTOS TOTALES	€0	€0	€0

Figura 2.2 Cuadro de las cargas sociales. Recuperado de: [www.ccss.sa.cr/calculadora]

2.2.8.8 Ministerio de Hacienda

Cada contribuyente voluntario tiene la obligación de declarar ante el Ministerio de Hacienda, mediante el formulario: “Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario” (Ver anexo N°3). Una vez inscrito, la empresa física o jurídica deberá presentar las declaraciones tributarias que correspondan con su régimen, en los plazos previstos por la ley. Para ello, mediante la Resolución DGT-R-51-2016, publicada el 3 de noviembre de 2016, el Ministerio de Hacienda estableció la obligatoriedad para la implementación de la facturación electrónica a todos los sujetos de derecho que constituyen obligados tributarios ante la Administración

Tributaria, los cuales, a partir del año 2018 se encuentran en la necesidad de adquirir un software para emitir factura electrónica a todos sus clientes al realizar una venta de bienes o servicios. De conformidad con el sistema tributario de Costa Rica, los residentes y las sociedades tributan únicamente con base en las rentas devengadas en Costa Rica.

2.2.8.9 Proceso productivo.

“[...] El proceso productivo es el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios. También puede entenderse como una serie de operaciones y procesos necesarios que se realizan de forma planificada y sucesiva para lograr la elaboración de productos.”

(Quiroa, M, 2020.)

El proceso productivo se conoce como proceso productivo del buen uso de la tecnología para la fabricación de productos, la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Etapas del proceso productivo.

1. Adquisición de materias primas: Ofrece o reúne todos los materiales, para la construcción indispensable, y poder finalizar los productos que se ofrezcan en el mercado. Verifica que no haya pérdidas, obtener un alto porcentaje de ganancias.
2. Producción: Transformación de materias primas e insumos para ser convertidos en productos. En esta fase, lo más importante, es la calidad del bien o servicio que se ofrece.
3. Adaptación del producto: En caso de que efectúe una adaptación y adecuación del producto en función al cliente.

Elementos del proceso productivo:

- a. Factores de producción: tierra, capital, y el trabajo.
- b. Proceso productivo: tecnología, dentro y fuera del proceso, combinación de medios humanos, y materiales para desarrollar el proceso de producción.
- c. Productos: bienes y servicios que ofrece la empresa para el consumo final, que ofrece la riqueza productiva.

Tipos de procesos productivos:

1. Producción en serie: se producen productos con características homogéneas, no tiene ninguna diferenciación y son para el consumo masivo.
2. Producción bajo pedido: se usa para elaborar un producto diferenciado y adaptado a las necesidades específicas de cada cliente.
3. Producción en lote: se hace por un cierto número de productos, si se concluye un grupo de productos, se produce otro y así sucesivamente.

En esta investigación, se trabajará bajo tipo de proceso productivo, de producción en lote. Se elaboran cierta cantidad de consumo, conforme a la aceptación del cliente, y si este se acaba, se vuelve a producir, evitando el desperdicio.

2.2.8.10 Tamaño y necesidades de maquinaria y equipo.

Al tener definido el origen de procesos, se debe realizar un estudio de maquinaria y equipo que se va a utilizar para implementar un proyecto en estudio. En este punto ya se debe haber realizado un estudio del volumen aproximado de ingresos y financiero (que se puede mostrar un crecimiento a corto y largo plazo)

2.2.8.11 Necesidades de mano de obra para producción.

Previo al arranque de cualquier proyecto es imperativo determinar el recurso humano especializado que la operación va a requerir, incluyendo tanto las etapas de producción como del servicio que se va a prestar.

Al iniciar un proyecto, es necesario utilizar el menor recurso humano, y pueda crecer a medida que aumente la rentabilidad. Por lo anterior, se concluye que el empleador o empresario puede definir varias tareas a la vez.

2.2.8.12 Planilla.

Para el proyecto gastronómico en estudio, es necesario, en primera instancia, un administrador, que asuma las tareas de cara al inicio del proyecto, es probable que al arranque estas sean asumidas por el propietario del restaurante. Incluir un salario mensual y las correspondientes cargas sociales. Este funcionario tiene un ayudante de cocina. Tentativamente, debe plantearse una disposición de horarios el asistente cumple un horario de lunes a domingo de 10:00 am a 11:00 pm y administrador disponga con flexibilidad de un horario rotativo, distribuido de lunes a domingo de 10:00 am a 11:00 pm.

Al ser un proyecto gastronómico, el chef será de vital importancia. En sus inicios, este deberá cumplir un horario de lunes a domingo de 10:00 am a 10:00 pm (una hora antes de abrir y cerrar el restaurante). Se propone también la contratación de meseros con horario fijo y de requerirse adicionales con horarios rotativos. Los días laborales serán de lunes a domingo de 10:00 am a 11:00 pm. De acuerdo con la legislación vigente, el personal adicional, solo trabajará 48 horas semanales.

2.2.8.13 Plan de compra.

Se puede definir, como una herramienta o forma de definir las necesidades o insumos, para la obtención de bienes o servicios, en un tiempo definido. (Gestiopolis, 2020)

Este método, sirve para el cómo, el cuándo, necesidad de los recursos con lo que cuenta para adquirirlo. Este es un plan que se parece bastante a las costumbres familiares antes de realizar sus compras semanales, mensuales o quincenalmente.

“[...] La planeación de compras comprende los pronósticos, objetivos, políticas, programas, procedimientos y presupuestos, bien sea para la empresa en su totalidad o para cualquier área de la misma.” (Gestiopolis, 2020)

2.2.8.14 Costos directos de producción.

Los costos de producción se manejan a través de un proceso contable, para verificar lo que implica fabricar un producto. Se incluye los costos directos de producción, los externos, implementando así las etapas del proceso productivo.

“[...] Estos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, bien sea un producto, un servicio (ver diferencia entre producto y servicio) o una actividad. Mayormente son gastos necesarios para mantener un proyecto en general. Aunque tiene características que algunas veces no entienden quienes se aventuran en establecer un negocio. Una de ellas es que para producir bienes se debe gastar, la otras es que los costos deben mantenerse tan bajos como sea posible.” (Riquelme, M)

Los costos directos de producción, según: Oliver, H. Octava Decisión:

- Materia prima: Fuentes de transformación, se convierten en productos terminados. Es lo que integra físicamente el producto.
- Mano de obra directa: Representa el esfuerzo del trabajo humano, para la aplicación del producto.
- Supervisión y servicios.

2.2.8.15 Costos indirectos de producción.

Costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima, y la mano de obra directa: ejemplos: (costos generales de fabricación: servicios públicos, seguros, depreciaciones, mantenimiento)).

2.2.8.16 Costos administrativos.

Gastos que han sido contraídos durante la dirección de una empresa, son necesarios para realizar trámites y movimientos internos.

2.2.9 Plan financiero- económico.

2.2.9.1 Presupuesto.

“[...] la planificación es una disciplina metodológica como un proceso de reflexión y acción racional que permite determinar lo que se ha de hacer en el presente o en el futuro para lograr los objetivos proyectados. En fin, es la previsión de las actividades y de los recursos, tanto humanos como materiales para el logro de los objetivos que se desean alcanzar, es un proceso para determinar a donde ir de la manera más eficiente y económica posible”. (Molina, 2006).

El presupuesto es un método donde se constituye una serie de datos reales, para interpretar el dato financiero, presente y futuro en el cual busca la dirección de la empresa. Existen varios tipos de presupuestos que se definen a continuación:

2.2.9.1.2 PRESUPUESTO FINANCIERO.

Predicción de ganancias y egresos de un negocio en función. Es una manera eficiente de manejar los recursos monetarios de la empresa. Los presupuestos, se elaboran a corto plazo, pero también están hechos para ser trabajados a largo plazo, herramienta contempla la eficacia del manejo administrativo de la empresa.

Objetivos de un presupuesto financiero:

- a. Asegurar el crecimiento de la empresa:
- b. Toma de decisiones que ayuden al éxito de una determinada compañía.
- c. Verificar el desenvolvimiento de un flujo de efectivo, dando un curso óptimo de cómo mover o invertir el dinero de una empresa.
- d. Otorgar importancia a las decisiones de comprar o adquisición de mano de obra, activos, pedir préstamos, aumentar los niveles de producción.
- e. Evitar posibles pérdidas en el flujo de efectivo, evitando despilfarros o desperdicios en los ingresos si estos están bajos.

2.2.9.2 Punto de equilibrio.

Herramienta financiera que permite determinar el momento donde las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y las

unidades, además muestra la magnitud de las unidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto.

2.2.10 Riesgo.

Las decisiones de inversión pueden aumentar las ganancias actuales y futuras, pero incorporando un alto riesgo que afecta negativamente el precio de las acciones en el mercado ante las amenazas e inestabilidad que pueden afrontar las empresas.

(Salas, T 2016 p,20)

2.2.11 Rendimiento sobre la inversión.

Mide la rentabilidad final obtenida sobre la inversión total en activos de la empresa.

El rendimiento operativo se basa en utilidades de operación, mientras que el rendimiento total se fundamenta en la utilidad neta después de impuestos. Es un indicador clave de la eficiencia y eficacia con que la administración ha utilizado sus recursos totales para generar ganancias netas. (Salas, T 2016 p,82)

2.2.12 Margen de utilidad de operación.

El margen de operación sobre las ventas depende del tipo de actividad que desarrolle la empresa, el porcentaje de utilidad operativa generado sobre las ventas.

Expresa el margen de ganancia operativa obtenido por la empresa sobre los ingresos derivados de su actividad normal y típica. Su valor representa la diferencial o excedente de la relación precio y costos de operación. (Salas, T 2016 p.156)

2.2.13 Factor de apalancamiento financiero.

Proviene del nivel de endeudamiento que utilice una empresa para financiar sus inversiones en activos. (Salas, T 2016 p.157).

2.2.14 Superávit o déficit de efectivo y reserva de liquidez.

La buena capacidad de pago de la empresa, puede ser puntual en la atención de sus obligaciones acorto plazo, el superávit de efectivo debe constituir una reserva suficiente como protección y ante atrasos temporales en la generación de liquidez. (Salas, T 2016 p.248)

“[...] La reserva de liquidez diaria se calcula dividiendo el superávit o déficit de efectivo entre la tendencia media a la liquidez, cuyo propósito es mostrar la importancia relativa del excedente y evaluar si representa un adecuado respaldo para reducir los riesgos de impuntualidad.” (Salas, T 2016 p.248)

2.2.15 Inversiones puestas antes al proyecto.

De acuerdo con Sapag & Sapag (2008, pág.197-200):

1. Activos fijos: bienes tangibles, que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que le dé apoyo a la operación normal del proyecto.
2. Capital de trabajo: conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo para una capacidad y un tamaño de transformación.

2.2.16 Estado flujo de efectivo:

Presenta el efectivo que ingresa a la empresa, (entradas del efectivo, y que sale del mismo) pagos de efectivo, durante un periodo. Los negocios han dado un resultado un flujo de entrada neto de efectivo, o un flujo de salida neto de efectivo.

“[...] El flujo de efectivo es el movimiento de dinero que se presenta en una empresa, es la manera en que el dinero es generado y aprovechado durante la operación de la empresa. Existe un ciclo en el cual sale dinero de la empresa, el cual es el costo por producir bienes y/o servicios que se entregan a los clientes y obtiene dinero de parte de ellos para generar más riqueza.” (CORPONET, 2015)

Objetivos del flujo de efectivo. (CORPONET, 2015):

1. Proporcionar información oportuna a la gerencia.
2. Brindar información acerca de los rubros y/o actividades.
3. Reportar flujos de efectivo pasados para generar pronósticos.
4. Determinar la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones.
5. Ayudar a tomar decisiones acerca de inversiones a corto plazo.

De acuerdo con Sapag & Sapag (2008, pág.225):

- a. Egresos Iniciales: total de capital de inversión requerida para la puesta en marcha la inversión.
- b. Ingresos y egresos de operación: flujos de entrada y salidas reales de la caja.
- c. Variación entre ingresos y egresos: diferencia que se hace mínima cuando se trabaja con flujos anuales.
- d. Valor de desecho o salvamiento del proyecto: Corresponde hacer el proyecto a evaluar en función del flujo de caja que se espera como respuesta a un desembolso inicial en un lapso que puede ser distinto de la vida real del proyecto.

De acuerdo con Sapag & Sapag (2008, pág.296) la estructura para la confección de un flujo de caja es la siguiente:

- a. Ingresos: todos aquellos ingresos estimados de venta de los productos o servicios.
- b. Egresos: todos los costos necesarios para brindar el servicio y para la venta de este.
- c. Gastos no desembolsables: va a estar compuesto por la depreciación.
- d. Cálculo de impuestos: se determina el importe correspondiente a impuestos multiplicando el resultado de restarle los ingresos a los egresos, y multiplicarlo por la tasa establecida por el Gobierno.
- e. Ajuste por gastos no desembolsables: determinar el flujo real de efectivo correspondiente, se debe de sumar nuevamente los gastos no desembolsables que se habían eliminado anteriormente.

2.2.16.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN).

*“[...] El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN. Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente **descontándolos** a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en n° de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc).” (Melayos, V. Economipedia, 2020)*

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Figura 2.3 Cálculo del VAN. Recuperado de: [https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html]

F_t son los flujos de dinero en cada periodo t

I_0 es la inversión realiza en el momento inicial ($t = 0$)

n es el número de periodos de tiempo

k es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

El VAN sirve para generar dos tipos de decisiones: en primer lugar, ver si las inversiones son efectuales y en segundo lugar, ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos. Los criterios de decisión van a ser los siguientes (Melayos, V. Economipedia, 2020)

VAN > 0: El valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.

VAN = 0: El proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.

VAN < 0: El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

2.2.16.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

“[...] La Tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida

utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado. "(Sevilla, A. 2020).

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Figura 2.4 Cálculo del TIR. Recuperado de: [<https://numdea.com/calculadora-de-tir/>].

F_t son los flujos de dinero en cada periodo t

I_0 es la inversión realiza en el momento inicial ($t = 0$)

Criterio de selección de proyectos según la tasa interna de retorno

El criterio de selección será el siguiente donde "k" es la tasa de descuento de flujos elegida para el cálculo del VAN:

Si $TIR > k$: el proyecto de inversión será aceptado. En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.

Si $TIR = k$: estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero. En esta situación, la inversión podrá llevarse a cabo si mejora la posición competitiva de la empresa y no hay alternativas más favorables.

Si $TIR < k$: el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión de negocio.

2.2.17 PYMES.

Se entiende por PYMES a las pequeñas y medianas empresas, toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica.

2.2.17.1 ¿Qué es la condición PYME?

Para acceder a los beneficios que otorga la ley a las Pymes, estas deben adquirir la condición o certificación PYME que extiende el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), accediendo al Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC).

Requisitos para adquirir la condición PYME

- ¿Que la empresa califique como micro, pequeña o mediana?
- ¿Que tengan permanencia en el mercado?
- ¿Que sea una unidad productiva formal?
- Cumplir dos de los siguientes tres requisitos, según el Art 3 de la Ley No. 8262:
 - Formulario D101 o D105, última declaración del impuesto sobre la renta.
 - Recibo de la póliza de riesgo del trabajo que demuestre que tiene la póliza vigente
 - Estar al día con el pago de las obligaciones de cargas sociales (CCSS)

- Además del Formulario de inscripción PYME debidamente lleno y firmado, el cual tiene carácter de declaración jurada.

Tamaño de una empresa

El tamaño se determina mediante la ponderación matemática de una fórmula que las clasifica según actividad empresarial, y que contempla el personal promedio contratado en un período fiscal, el valor de los activos, el valor de ventas anuales netas y el valor de los activos totales netos.

Dependiendo del resultado de dicha fórmula, la empresa se clasifica como:

- Microempresa si el resultado es igual o menor a 10.
- Pequeña Empresa si el resultado es mayor que 10 pero menor o igual a 35.
- Mediana Empresa si el resultado es mayor que 35 pero menor o igual a 100.

Formas de financiamiento:

- FINADE
- FODEMIPYME
- PROPYME

CAPÍTULO III

MARCO METOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Métodos de investigación:

Métodos complementarios por medio de encuestas se obtenga resultados oportunos, de forma representativa y detallada. (Universidad de Colima 2020)

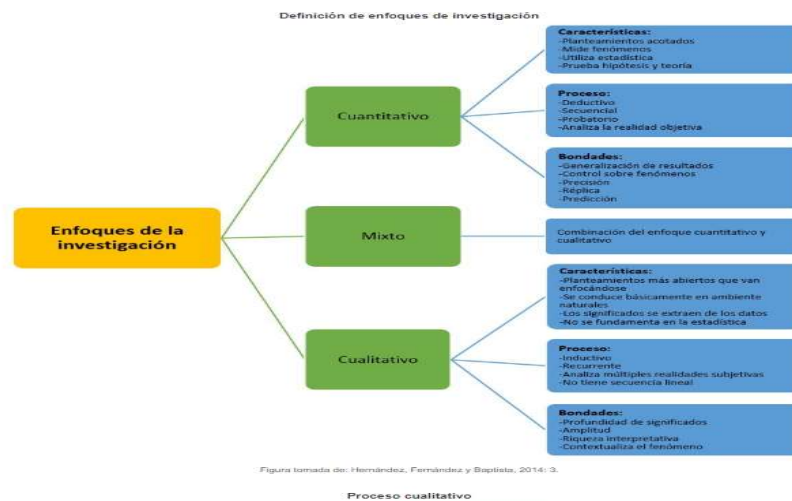


Figura 3.1 Enfoques de investigación. Recuperado de: [\[https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php\]](https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php)

3.1.1.1 Método cuantitativo:

Utiliza datos cuantitativos para obtener información veraz y directa. La idea es generar conclusiones generales para la investigación, con datos estructurados y estadísticos.

Preguntas abiertas y cerradas: la manera de reconocer cuándo cambiar de método, es observar las preguntas abiertas e interrogar el motivo por el cual se emplean.

“[...] Los datos cuantitativos son ideales para observar el panorama general. En cambio, los datos cualitativos brindan información detallada y aportan una voz personal a los resultados de tu encuesta.” (Survey Monkey 2020)

Fórmulas de investigación cuantitativa:

La formulación de la hipótesis proporciona los datos estadísticos necesarios para validar la propuesta planteada.

Esta investigación busca respuestas generales, y alcanzar un número de encuestados más alto, que la investigación cualitativa.

La incorporación del elemento humano alcanza mayores logros en la etapa final del proyecto. Las declaraciones en las preguntas abiertas brindan un tinte personal que los números objetivos y las tendencias de los resultados.

3.1.1.2 Variables:

Se refieren a algunos factores o condiciones que pueden cambiar durante la realización de un experimento o proyecto por investigar.

Tipos de variables:

- a. Independiente: el científico las manipula.
- b. Dependiente: cambia como resultado de modificar la variable dependiente.
- c. Variables controlables: no puede cambiar durante la realización del experimento.

3.1.1.3 Marco de Estudio:

Componente crítico de cualquier informe de investigación. Requiere una descripción clara y precisa de cómo se realizó la investigación y la justificación de la elección de los procedimientos.

Se refiere a la parte del tamaño o a dónde quiere llegar esta investigación, induciendo, de alguna forma si existe la necesidad de los recursos económicos.

3.1.1.4 Naturaleza:

“[...] La naturaleza del proyecto es un concepto que debe conocer al dedillo quien tenga la responsabilidad de liderar y llevar adelante un objetivo para una organización. Y es que manejar recursos humanos y materiales con eficacia, así como tener claro el alcance de las tareas y saber en qué dirección se debe ir durante todas las etapas de realización del proyecto, comienza con este concepto.”

(Compara Software Gestión de proyecto 2020)

Se puede afirmar que el método de investigación es cuantitativo, mezcla datos tanto analíticos, como financieros, los gastos son demostrados por medio de facturas deducibles y proyecciones. Se logra por medio de encuestas y entrevistas.

3.2 Alcance de la investigación:

El alcance de la investigación permite establecer el conocimiento, hasta donde le sea posible llegar al estudio y con base en eso, se define la estrategia por utilizar.

3.2.1 Tipos de alcance de investigación:

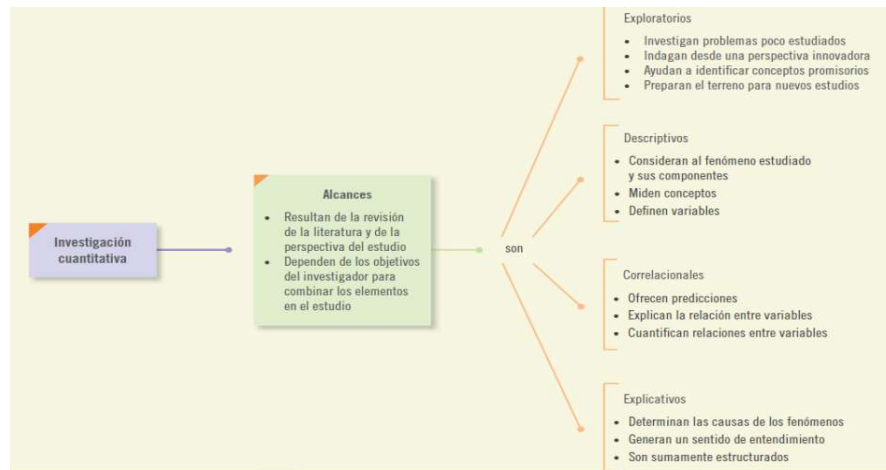


Figura 3.2 Enfoques de investigación Cuantitativa. Recuperado de: <file:///C:/Users/ivann/Downloads/SEMINARIO-CAPITULO%205-%20EQUIPO%20%23%203.pdf>

3.2.1.1 Método exploratorio:

Su función es preparar el terreno, es usual que se adelante a los investigadores con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, plagado de dudas o que no haya sido parte de un proyecto de estudio.

Para esta investigación se estudia variables o factores que podrían estar relacionados con el fenómeno en cuestión y termina cuando ya se tiene idea de las variables que se juzgan relevantes, y exista un conocimiento más amplio del tema.

3.2.1.2 Método descriptivo:

Busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno, que se someta a un análisis. Pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables o conceptos que se refieren.

Seleccionar una “mera descripción de algunos fenómenos”. Este tipo de conocimiento de investigación sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes, un ejemplo es el censo en Costa Rica.

3.2.1.3 Método correlacional:

Pretende responder las preguntas de investigación. Su fin es conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías, o variables, en un contexto en particular. Tales correlacionales se sustentan en hipótesis sometidas a prueba. Su principal función es conocer las variables vinculadas.

3.2.1.4 Método explicativo:

Estudios dirigidos a responder las causas de los eventos, fenómenos físicos y sociales, se centran en explicar por qué ocurre el prodigio, las condiciones aparecen, o por qué se relacionan las variables de este.

Este tipo de investigación no busca hacer cambios causales entre variables, sino que fundamentalmente se propone probarlos.

3.2.1.5 Técnicas de investigación:

Fuentes de investigación:

Fuentes primarias: datos originales, reunidos especialmente para el estudio en cuestión. Información necesaria para realizar un estudio de mercado.

Fuentes secundarias: Datos recogidos previamente con algún otro propósito. Algunas de ellas son: páginas web, organismos internacionales, bibliotecas.

3.2.1.6 SUJETOS POR ESTUDIAR:

Su función es saber sobre el sujeto en estudio, pueden ser medios de comunicación, personas físicas o jurídicas. La información solicitada se puede hacer llegar por medio de redes sociales o medios electrónicos.

3.3 Diseño de la investigación:

Métodos y técnicas elegidos por un investigador para combinarlos de una manera prudente y lógica para el manejo del problema sea eficiente.

El investigador debe tener en cuenta una serie de preguntas por investigar que necesitan ser evaluadas y esto se puede hacer con el diseño de investigación de mercados.

3.3.1 Tipos de investigación:

3.3.1.1 Investigación experimental:

Se utiliza para establecer una relación entre la causa y el efecto de una situación.

Es un diseño donde se observa el efecto causado por la variable independiente contra la variable dependiente.

3.3.1.1.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN:

1. Entrevista:

Por su naturaleza, este tipo de investigación se obtiene información más veraz que la de otros tipos de investigación. Una de las ventajas, es que el sujeto en estudio, podrá plantear dudas de forma abierta y le serán resueltas inmediatamente.

Tipos de entrevista de investigación:

a. Entrevista de investigación estructurada: serie de preguntas estandarizadas par la investigación, que se plantean de la misma manera y en un orden específico a cada uno de los objetos en estudio. Este método aplica el uso de un formulario.

b. Entrevista de investigación no estructurada: es más abierta y flexible, sin descuidar los objetivos establecidos inicialmente en la investigación. La manera de cómo se plantean las preguntas, se recopila la información y las técnicas por utilizar, dependen del entrevistador.

c. Entrevista de investigación semi estructurada: mixto donde el investigador cuenta con una muestra de preguntas para formularle al sujeto en estudio. Las preguntas son abiertas y dan acceso para que el entrevistado dé respuestas

abiertas y libres. Esto le permite al sujeto en estudio a maximizar sus respuestas y ahondar en temas que no fueron planteados al inicio de la entrevista.

2. Encuestas:

Método de recopilación de datos más utilizado por los investigadores, esto depende de lo que quieren saber de la población por estudiar.

Esta herramienta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, la cual permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

Puede ofrecer una idea de importancia de este procedimiento de investigación que posee, entre otras ventajas, la posibilidad de aplicaciones masivas y la obtención de información.

3.3.1.2 Diseño de investigación descriptivo:

El investigador está interesado en describir la situación o caso bajo su estudio de investigación. Se basa en la teoría que se obtiene por medio de la recopilación, análisis y presentación de datos recopilados.

3.3.1.3 Diseño de investigación correlacional:

Método de investigación no experimental que da soporte a los investigadores para relacionar dos variables estrechamente relacionadas.

3.3.1.4 Diseño de investigación diagnóstica:

Un investigador se inclina hacia la evolución de la causa, raíz de un tema específico.

En este método se evalúan: inicio del problema, diagnóstico, y la solución.

3.3.1.5 Diseño de investigación explicativa:

Las ideas y pensamientos del investigador son claves, depende del tema de su interés, se complementa con otros cuestionamientos y se relaciona con otras preguntas de investigación.

3.4 Unidades de análisis u objetos de estudio:

3.4.1 Población:

Conjunto de objetos y personas de los que se desea conocer o tener algún interés en la investigación. Puede estar conformada por comunidades, grupos, personas, situaciones, organizaciones.

La población en estudio en la presente investigación es el sector de Ciudad Colón, de Mora, en San José.

3.4.1.2 Muestra:

Subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo el proceso de investigación por estudiar.

Es importante tomar en cuenta que la muestra es una parte importante de la población.

Por esto el tamaño de la población, no es posible hacer un estudio a todos los habitantes del cantón y distrito, por esto se decide realizar una muestra a una parte de la población, para verificar la viabilidad o rentabilidad del proyecto.

3.4.1.3 Muestreo:

Método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. Es importante seguir un orden o reglas en un orden específico para seleccionar un conjunto de población que haya una representación de lo que sucedería en toda la población.

La fórmula es:

$$m = \frac{N}{(N-1) \cdot K^2 + 1}$$

m= muestra

N= Población o universo

K= margen de error (puede ser 10%, 5%, 2%) para la fórmula, el porcentaje a usar debe ser expresado en decimales.

Figura 3.3 Fórmula de la población. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012]

3.4.2 Tipos de muestreo:

1. Muestreo probabilística:

a. Muestreo probabilístico o aleatorio simple: es uno de los más sencillos, se caracteriza principalmente porque cada unidad de la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionado.

b. Muestreo probabilístico aleatorio: tabla de números aleatorios para seleccionar a los componentes de la muestra.

c. Muestreo probabilístico sistemático: cálculo del intervalo que regirá la selección de los componentes de la muestra.

d. Muestreo probabilístico estratificado: se caracteriza por la división de la población en subgrupos o estratos debido a que las variables que se verifican en la investigación, presentan una variabilidad o distribución conocida es necesario tomar en cuenta para extraer la muestra.

e. Muestreo probabilístico conglomerado: se utiliza cuando no se cuenta con una lista detallada y enumerada de cada una de las unidades que conforman a la población y resulta complicado elaborarlo.

2. Muestreo no probabilístico: técnica de muestreo en el cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer selección al azar. Se le conoce como encuesta piloto. Es un método menos estricto, que se utiliza en observación y en la investigación cualitativa.

a. Muestreo por conveniencia: las muestras de la población se seleccionan disponibles al investigador. Se utiliza porque son fáciles de trabajar.

b. Muestreo consecutivo: el investigador elige una sola persona o un grupo de muestra, y realiza una investigación durante un periodo, analiza los resultados y luego pasa a un grupo de personas si fuera necesario.

c. Muestreo por cuotas: hipotéticamente, un investigador desea estudiar los objetivos profesionales de los empleados de una organización. El investigador solo necesita la muestra. Este método se utiliza para seleccionar un grupo o estratos que seleccionen un muestreo por cuotas.

d. Muestreo de bola de nieve: técnica de muestreo que ayuda a los investigadores a encontrar encuestas cuando son difíciles de hallar. Los investigadores utilizan esta técnica cuando el tamaño de la muestra es pequeño y no está disponible de inmediato.

3.4.3 Criterios de selección:

Población con edades promedio entre los 21 y 60 años	Población con edades promedio que vayan entre 0 a 20 años y de 61 años en adelante
Población que habite dentro de la provincia de San José, cantón Mora y distrito Ciudad Colón.	Población que habite fuera del área del distrito Ciudad Colón y su cantón Mora.
Población económicamente activa entre la clase media y media alta	Población económicamente activa de clase baja.
Gustos de la cocina costarricense	Gustos de la cocina extranjera o comida rápida

Tabla # 3.1 Criterios de inclusión y exclusión

3.4.4 Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con participantes.

La tecnología, y los medios para implementar una muestra de mercado, y esta sea eficaz y certera; al ser un proyecto de rentabilidad para implementar un proyecto gastronómico, se utiliza: internet como medio para realizar encuestas electrónicas (Google Forms), estos dan una respuesta inmediata a la pregunta en cuestión.

Google Forms: aplicación o técnica donde se pueden realizar formularios, encuestas para adquirir estadísticas sobre un grupo de personas, siendo una práctica eficiente y frecuente para adquirir cualquier tipo de información.

La declaración jurada, no se utiliza, para esta investigación, la herramienta que se utiliza para el método cuantitativo, es una encuesta. Se conoce el mercado meta del proyecto. El instrumento se formuló de forma virtual. La muestra que proporciono la información, se requirió por redes sociales, y diferentes personas, colaboraron con llenar el formulario, del cual la muestra es de 105 personas.

DECLARACIÓN JURADA

Por medio de la Universidad Hispanoamericana de Costa Rica, al ser estudiante regular de dicha institución, mi persona Ivannia Aguilar Chaves, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1347-0334, se hace constar por este medio que se está realizando un estudio sobre la rentabilidad para implementar un restaurante en la provincia de San José, cantón Mora, y distrito Ciudad Colón.

El método en el cual se va a trabajar una serie de preguntas abiertas y cerradas, en un círculo social, entre las edades de los 18 y 65 años aproximadamente, ambos sexos, en la provincia San José, cantón Mora, distrito Ciudad Colón; y en caso de

ser necesario distritos y cantones vecinos. Las preguntas no tienen que ser correctas o incorrectas; lo importante es conocer un rango sobre si existe la posibilidad de inaugurar un restaurante en dicho cantón.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los _____ días del mes de _____ del año dos mil _____.

Firma del estudiante

Cédula: _____

3.5 Instrumentos para la recolección de datos de la información:

En este proyecto utilizará tres herramientas para la recaudación de datos:

- a. Encuestas:
- b. Entrevistas.
- c. Internet, que permite conseguir información que no están como fuente primaria de investigación.
- d. c. Datos secundarios.

3.5.1 Encuestas:

“[...] Constituye el método de recogida de información más utilizado. Se realiza a través de un cuestionario, por lo que es vital conocer las reglas básicas para confeccionarlo. La encuesta se puede realizar mediante una entrevista personal, telefónicamente, o a través del correo. Recientemente, algunas empresas están

utilizando Internet para realizar encuestas a sus clientes potenciales.” (Espinosa, D. 2011)

Por medio de la aplicación Google Forms, se medirá la viabilidad del estudio, el método es de forma virtual que arrojará el resultado, ya sea positivo o negativo, para dar una respuesta sobre la implementación de un proyecto gastronómico en el cantón en estudio, y conocer si la idea inicial debe ser modificada o se puede continuar.

Esta técnica se elabora por medio de las herramientas tecnológicas, que permiten acceder a la población hoy en día. Se envía un enlace o link a las personas involucradas en la muestra que se va a trabajar (personas vecinas del cantón), se utilizan las redes sociales, como: Instagram, Facebook, Whatsapp, las cuales se pueden realizar con el Smartphone, computadoras, tabletas, entre otras.

3.5.2 Entrevista:

*“[...] Una **entrevista de investigación** es aquella conversación cara a cara que se da entre el investigador (entrevistador) y el sujeto de estudio (entrevistado). El fin de este tipo de entrevista es obtener información relevante sobre un tema de estudio, a través de respuestas verbales dadas por el sujeto de estudio.” (Mejía. T 2017)*

3.5.3 Observación Directa:

Técnica de recolección de datos que analiza un objeto de estudio dentro de un caso en particular. La importancia de este método es no impactar, cambiar ni alterar el ambiente en el que el objeto se desenvuelve.

3.5.4 Escala de actitudes:

Mide aspectos relacionados con la intensidad de un sentimiento o las actitudes de las personas, respecto a un tema en particular.

3.5.5 Internet:

Red de redes reconoce una interconexión esparcida de computadoras a través de un conjunto de protocolos. La mejora de esta herramienta ha superado cualquier perspectiva y ha creado una verdadera revolución en la sociedad moderna. Este medio se convirtió en el pilar de las comunicaciones, el entretenimiento y el comercio en todos los rincones del planeta.

3.5.6 Análisis de contenido cuantitativo:

Técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados o filmados que contiene una serie de datos, transcripción de entrevistas, con una capacidad para albergar documentación, que abre una serie de posibilidades para interpretar una información o documentación.

3.5.7 Observación:

La observación será efectiva en la medida en que sepa qué se quiere identificar en el objeto de estudio.

3.5.8 Pruebas estandarizadas o inventarios

Amplia diversidad de pruebas e inventarios que desarrollan varios investigadores de un tema en específico para medir o verificar un número de variables.

3.5.9 Datos secundarios:

La investigación puede usar información que otros autores desarrollaron antes datos que ya han sido validados.

3.6 Variables o categorías:

3.6.1 Variables dependientes:

Afecta a la variable independiente; se trata de lo que se mide o se está investigando. El investigador centra sus observaciones o mediciones para verificar si su comportamiento responde a los cambios controlados.

3.6.2 Variables independientes:

Es la constante que se modifica o es controlada para verificar sus cambios en la variable dependiente. Puede valerse por sí sola, y no es afectada por nada de lo que haga el experimentador, ni por otro tipo modificador que exista.

Objetivos específicos	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
A) Categorizar el grado de aceptación de la comida típica costarricense entre un segmento de la población económicamente activa, de clase media a media alta de Ciudad Colón, cantón de Mora, San José, ubicado entre los 18 y 65 años de edad.	Grado de aceptación	Grado de aceptación: Aceptación de los productos, o servicios a los consumidores finales.	Se va implementar el método de Encuestas, que es un complemento de mercado que da un resultado, un poco cercano al resultado deseado.			Tipo de preguntas cerradas.
B) Determinar las posibles distribuidores y proveedores locales, así como las posibilidades de generación de empleo, derivadas de la propuesta de establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José	Empleo, distribuidores y proveedores.	Empleo: Se refiere aquella actividad donde una persona es contratada para ejecutar una serie de tareas específicas. Distribuidores y proveedores: Proporcionan a una empresa los materiales, humanos, y financieros para su operación diaria. Un distribuidor está en contacto directo con comerciantes. Su función es informar sobre las características de un producto o servicio y evaluar todos los trámites vinculados con esta actividad.	Para el factor del empleo: Se va implementar el método de encuestas, que es un complemento de mercado que da un resultado, un poco cercano al resultado deseado. Para el factor alianza estratégica, se va realizar un estudio de entrevistas, donde cara a cara se quiere conocer las empresas que adquieren los productos necesarios a interés de ambas empresas.	Población entre los 21 y 60 años en el cantón de Mora	Margen, de estudio donde se va implementar un estudio financiero y estadístico de 0 a 5 años.	Preguntas abiertas y cerradas, y revisión documental.

<p>C) Construir con base en la información recopilada, una propuesta viable y rentable de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.</p>	<p>Viabilidad y Rentabilidad</p>	<p>Viabilidad: Posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizando a lo largo su rentabilidad económica.</p> <p>Rentabilidad: Beneficios conseguidos o que pueden obtenerse procedentes de una investigación realizada con anterioridad. Permite conocer la capacidad de la compañía para reenumerar los recursos financieros empleados.</p>	<p>Factor de viabilidad y rentabilidad, se utilizara métodos financieros como flujos de efectivo de 0 a 5 años y también un estudio, exhaustivo donde nos explique cuál es el factor económico que la empresa quiere alcanzar.</p>		<p>Revisión documental con empresas similares en intereses y otros. Datos numéricos de confiabilidad de precios de productos o servicios que se necesita para la implementación</p>
--	----------------------------------	---	--	--	---

Tabla # 3.2 Variables de investigación:

3.7 Análisis de Datos:

3.7.1 Descripción de la Muestra:

En este estudio se va utilizar la técnica de la encuesta como el método de recolección de datos, para obtener una eficaz y certera para el resultado óptimo de un estudio de mercado; por lo tanto se realizará una muestra. El tamaño tan amplio de la población, no es posible hacer un estudio a su totalidad, se hará un estudio exploratorio, y un tipo de muestreo: probabilístico o aleatorio simple.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Investigación del mercado:

A) Categorizar el grado de aceptación de la comida típica costarricense entre un segmento de la población económicamente activa, de clase media a media alta ubicado entre los 18 y 65 años de edad de residentes y visitantes, de Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.

Se realiza un estudio de mercado para verificar el grado de aceptación de la población. La muestra se realiza a 105 personas; el proceso cuantitativo se hace, de forma virtual por medio de la herramienta GOOGLE FORM.

A continuación los resultados.

Pregunta No. 1

¿Cuál es su género?

Figura No. 1

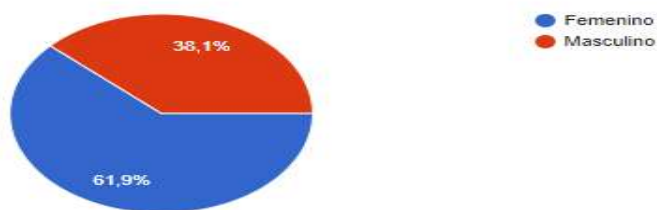


TABLA No.1

Distribución de los encuestados por género.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Femenino	65	62%
Masculino	40	38%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 2

¿Cuál es su edad?

Figura No. 2



TABLA No.2

Distribución de los encuestados por edad.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Entre 19 a 30 años	37	35%
Entre 31 a 50 años	58	56%
Entre 51 a 65 años	9	8%
Entre 66 años en adelante	1	1%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 3

¿Usted consume comida típica costarricense? (Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 8.)

Figura No. 3

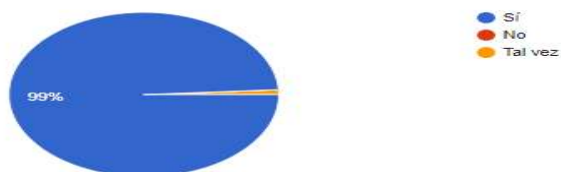


TABLA No.3

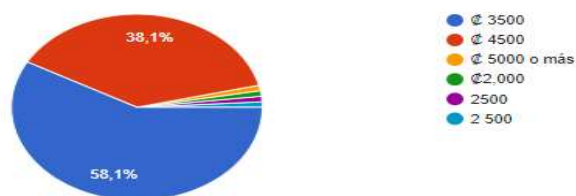
Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 3.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Si	104	99%
No	1	1%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 4

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un casado (carne blanca o roja), con bebida incluida?

Figura No. 4**TABLA No 4**

Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 4.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
¢ 2000	1	1%
¢ 2500	2	2%
¢ 3500	61	58%
¢ 4500	40	38%
¢ 5000 o más	1	1%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 5

¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen más de la comida típica costarricense?

Figura No. 5

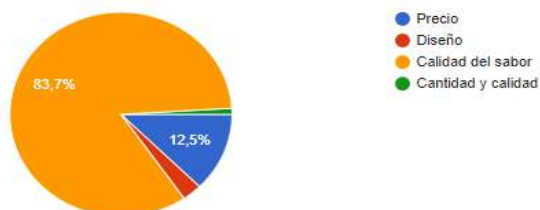


TABLA NO.5

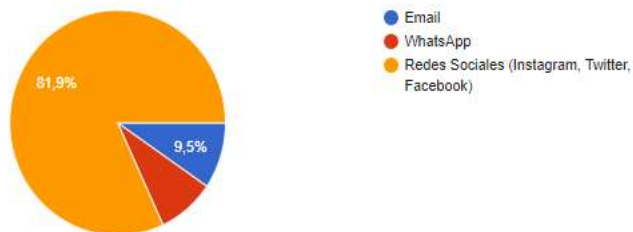
Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 5.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Precio	13	13%
Diseño	3	2%
Calidad de Sabor	87	83%
Cantidad y Calidad	1	1%
Pregunta sin responder	1	1%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 6

¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre nuestros productos?

Figura No. 6**TABLA No.6**

Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 6.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Email	10	10%
WhatsApp	9	8%
Redes Sociales (Instagram, Twitter, Facebook)	86	82%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 7

¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante?

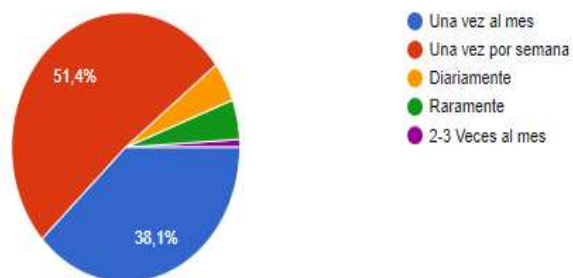
Figura No. 7

TABLA No.7

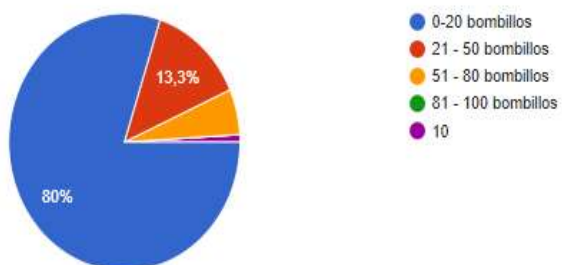
Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 7.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Diariamente	5	5%
Raramente	5	5%
Una vez por semana	54	51%
Una vez al mes	40	38%
2 -3 veces al mes	1	1%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 8

¿Cuántos bombillos hay en su casa?

Figura No. 8**TABLA No. 8**

Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 8.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
0 - 20 bombillos	84	80%
10 bombillos	1	1%
21- 50 bombillos	14	13%
51 - 80 bombillos	6	6%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 9

Cuándo asiste a un restaurante, ¿Cuál es su reacción ante el entretenimiento?

Figura No. 9

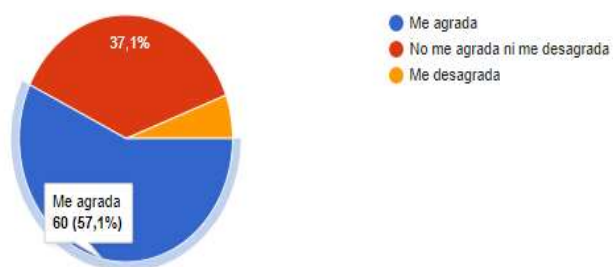


TABLA NO. 9

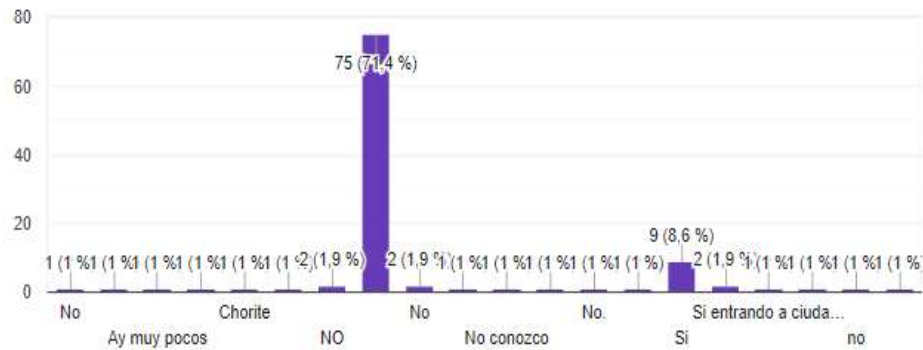
Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 9.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Me agrada	60	57%
No me agrada ni me desagrada	39	37%
Me desagrada	6	6%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 10

¿Conoce usted algún negocio o local donde pueda consumir comida típica costarricense en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica?

Figura No. 10**TABLA No.10**

Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 10.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Si	18	15%
No	87	85%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 11

¿Estaría usted dispuesto a consumir comida típica costarricense, por encargo en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica?

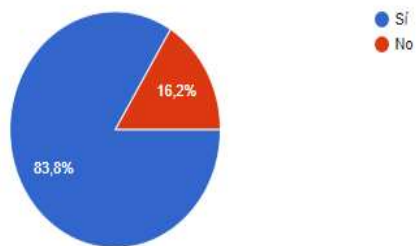
Figura No. 11

TABLA No.11

Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 11.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Si	88	84%
No	17	16%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 12

¿En caso de su intereses sea positivo, cuál sería la opción más viable para la entrega del producto final?

Figura No. 12**TABLA No.12**

Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 12.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Servicio a entrega a domicilio (Uber Eats /GlovoRappi)	77	73%
Local comercial (pick up)	20	19%
Encargo por redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)	1	1%
Otro (especifique)	7	7%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

Pregunta No. 13

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar extra por el servicio express?

Figura No. 13

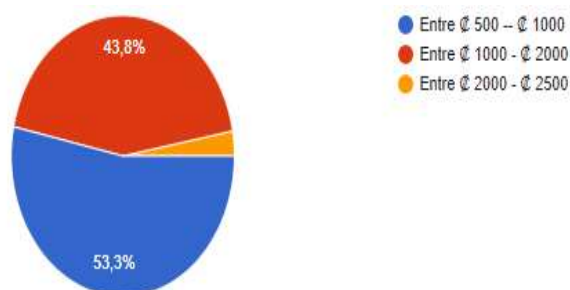


TABLA No.13

Respuestas de los encuestados a la pregunta no. 13.

Opciones de Respuesta	Respuestas	Porcentaje
Entre ₡ 500 - ₡ 1000	56	53%
Entre ₡ 1000 - ₡ 2000	46	44%
Entre ₡ 2000 - ₡ 2500	3	3%
Total	105	100%

Fuente: elaboración propia con base en el instrumento.

4.2 Análisis del mercado de distribución:

B) Determinar los posibles distribuidores y proveedores locales, así como las posibilidades de generación de empleo, derivadas de la propuesta de establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.

Se investiga una serie de distribuidores; para realizar negociaciones directas o indirectas, de las cuales se puede obtener beneficios, entre negocios, y en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica.

Se utiliza el método de una entrevista telefónica,

1. Nombre de la empresa o finca: **Grupo Tres Jotas.**



Correo Electrónico: info@tresjotas.com

Teléfono: 2772-0002 o 2294-5353, 6195-8578.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Si tiene convenios.

Tipo de contrato: mensual (), semestral (), trimestral (), anual (x)

Se vende al por mayor (x) al detalle ():

Calidad, frescura: Los cortes, y las muertes de los animales son del día anterior, o dos como máximo.

Los precios, están detallados en el Anexo. 9 de esta investigación.

Tiempo de entrega: (x) dos veces por semana, () inicio de mes, () semanal, () quincenal, () final de mes.

Modo de entrega, tipo de transporte: Por medio de camiones, el distribuidor se encarga la empresa El producto debe ser entregado, y llegue los requerimientos de salud, protección, para el bienestar del cliente final.

Formas de pago: Cuenta bancaria () o Efectivo (), Ambas (x).

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (x) diariamente.

2. Nombre de la empresa o finca: **El Arreo.**



Correo Electrónico: ventas@elarreo.com

Teléfono: 2239-0655, 2293-3536 o 8396.2569.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Si tiene convenios.

Tipo de contrato: mensual (), semestral (), trimestral (x).

Se vende al por mayor (x) al detalle ():

Calidad, frescura: Indica que los cortes se hacen, y las muertes de los animales se hacen dos días como máximo antes, de que el producto llegue a su destinatario.

Los precios, están detallados en el Anexo. 10 de esta investigación.

Tiempo de entrega: (x) diariamente, () inicio de mes, () semanal, () quincenal, () final de mes.

Modo de entrega, tipo de transporte: Por medio de camiones, el distribuidor se encarga la empresa El producto debe ser entregado, y llegue los requerimientos de salud, protección, para el bienestar del cliente final.

Formas de pago: Cuenta bancaria () o Efectivo (), Ambas (x).

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (x) diariamente.

3. Nombre de la empresa o finca: **Grupo Zamora.**

Correo Electrónico: info@grupozamoracr.com

Teléfono: 2509-2300 o 2509-2323.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Si, tiene y agrega también, que tiene en alrededores de Ciudad Colón.

Tipo de contrato: mensual (), semestral (), trimestral (x).

Se vende al por mayor (x) al detalle ():

Calidad, frescura: Indica, que los cortes y las muertes de los animales lo hacen, dos días antes como máximo.

Los precios, están detallados en el Anexo. 11 de esta investigación.

Tiempo de entrega: () inicio de mes, () semanal, () quincenal, () final de mes, (x) dos veces por semana.

Modo de entrega, tipo de transporte: Por medio de camiones, el distribuidor se encarga la empresa El producto debe ser entregado, y llegue los requerimientos de salud, protección, para el bienestar del cliente final.

Formas de pago: Cuenta bancaria () o Efectivo (), Ambas (x).

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (x) diariamente.

4. Nombre de la empresa o finca: **Carnes San Martín.**



Correo Electrónico: gamventas@carnessanmartin.com.

Teléfono: 8384-7888, 6074-1796, 2453-0999, 4010-0304, 6338-5395.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Indica que no tiene ningún convenio.

Tipo de contrato: mensual (), semestral (), trimestral (), No Aplica (x).

Se vende al por mayor () al detalle (x):

Calidad, frescura: La calidad es muy buena, indica que la frescura al ser una carnicería, los productos no están cortados el mismo día, y pueden tener varios días, en el local.

Los precios, están detallados en el Anexo. 12 de esta investigación.

Tiempo de entrega: () inicio de mes, () semanal, () quincenal, () final de mes, (x) cuando se recoge en el local.

Modo de entrega, tipo de transporte: No aplica, ya que el mismo debe ser recibido directamente en el local.

Formas de pago: Cuenta bancaria () o Efectivo (), Ambas (x).

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (x) diariamente.

5. Nombre de la empresa o finca: **Don Fernando El Especialista en Carnes.**



Correo Electrónico: momentos@carnesdonfernando.com.

Teléfono: 2289-9165, 2289-9494, 2582-1549, 2237-770, 2271-3334.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Indica que no tiene.

Tipo de contrato: mensual (), semestral (), trimestral (x).

Se vende al por mayor () al detalle (x):

Calidad, frescura: Indica que la calidad es buena, sin embargo la frescura no es 100%, ya que los productos son cortados de días anteriores, y los mantienen para la venta.

Los precios, están detallados en el Anexo. 13 de esta investigación.

Tiempo de entrega: (x) inicio de mes, () semanal, () quincenal, () final de mes.

Modo de entrega, tipo de transporte: La forma de entrega es directamente al local.

Formas de pago: Cuenta bancaria () o Efectivo (), Ambas (x).

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (),
diariamente (x).

Entrevista a productores de legumbres y hortalizas.

1. Nombre de la empresa o finca: **Hermanos SC.**

Correo Electrónico: roxsandi21@gmail.com

Teléfono: 8764-8852.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Si tiene con los poetas de Rorhmoser
de Pavas.

Tipo de contrato: mensual (x), semestral (), trimestral ().

Se vende al por mayor () al detalle (x):

Calidad, frescura: Si, ya que venden los productos del día anterior máximo cortado
los productos.

Precio del Kilo de legumbres: ¢ 200 a ¢ 1250.

Precio del Kilo de hortalizas: ¢ 400 a ¢ 1600.

Tiempo de entrega: () inicio de mes, () semanal, (x) quincenal, () final de mes.

Modo de entrega, tipo de transporte: Transporte exprés.

Formas de pago: Cuenta bancaria (), Efectivo (), Ambas (x)

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (),
diariamente, (x).

2. Nombre de la empresa o finca: **Mundo Agrícola.**

Correo Electrónico: pedidos@mundo-agricola.com.

Teléfono: 2254-2852, 2254-9175, 8391-7199, 2214-1654.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Una soda, en Alajuelita.

Tipo de contrato: mensual (x), semestral (), trimestral ().

Se vende al por mayor () al detalle (x):

Calidad, frescura: Si, ya que venden los productos del día anterior máximo cortado
los productos.

Precio del Kilo de legumbres: ¢ 200 a ¢ 3200.

Precio del Kilo de hortalizas: ¢ 400 a ¢ 2200.

Tiempo de entrega: () inicio de mes, () semanal, (x) quincenal, () final de mes.

Modo de entrega, tipo de transporte: Transporte exprés.

Formas de pago: Cuenta bancaria (), Efectivo (), Ambas (x)

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (),
diariamente, (x).

3. Nombre de la empresa o finca: **LEFRUVERD (Legumbres, Frutas y Verduras).**

Correo Electrónico: info@lefruverd.com

Teléfono: 2251-5254.

Disponibilidad de realizar un convenio: Sí tiene disponibilidad.

Tiene algún convenio con algún restaurante: Si tiene, con bastantes, sodas y restaurantes.

Tipo de contrato: mensual (), semestral (), trimestral ().

Se vende al por mayor () al detalle ():

Calidad, frescura: Si, ya que venden los productos del día anterior máximo cortado los productos.

Precio del Kilo de legumbres: ¢ 300 a ¢ 4550.

Precio del Kilo de hortalizas: ¢ 500 a ¢ 2600.

Tiempo de entrega: () inicio de mes, () semanal, () quincenal, () final de mes.

Modo de entrega, tipo de transporte: Transporte exprés.

Formas de pago: Cuenta bancaria (), Efectivo (), Ambas ()

Tiempos para efectuar el pago: () mensual, () quincenal, () semanal, (), diariamente, ().

4.3 Estudio financiero de la rentabilidad del proyecto:

- C) Elaborar con base en la información recopilada, una propuesta viable y rentable de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.

4.3.1 Estudio Financiero.

4.3.1.1 Inversión Inicial del Restaurante:

TABLA No. 14

Inversión Inicial:

INVERSION INICIAL						44 050 594,27
A- TERRENOS						-
Terreno			0			-
INVERSION INICIAL						
Columna1	CANTII	UNITARIO	TOTAL	INVERSION POR GRUPO	INVERSION TOTAL2	
INVERSION INICIAL						44 930 594,27
A- TERRENOS				-		
Terreno			0			

B- MAQUIN, EQUIPO, VEHICUL				28 058 223
B1- MAQUINARIA RESTAURANTE				17 013 663
Baño María multi bandejas	2	250 000	500 000	
Batidora planetaria 60 QTZ	1	800 000	800 000	
Cachera Prerinse	2	175 000	350 000	
Cafetera 100 TZ	2	80 000	160 000	
Campana de extracción	1	935 880	935 880	
Cocina de 3 quemadores	1	208 970	208 970	
Coffee Maker	2	65 048	130 096	
Conera tipo americana 1.70 metros	1	1 393 505	1 393 505	
Congelador tapa de agua 1.79 mtrs	1	400 510	400 510	
2 Estantes Inferior y 2 Superiores 3 mts	1	500 000	500 000	
Extractor de Cítricos con control de Pulpa	2	33 202	66 404	
Extractor de grasas y humo 4m	1	1 100 000	1 100 000	
Fábrica de hielos 500 lb	1	1 150 000	1 150 000	
Fregaderos 2 tanques 1 estante inferior 2,80 metros	1	414 300	414 300	
Homo Multifuncional Conveccion	1	150 405	150 405	
Homos de gas	2	235 000	470 000	
Homos de microondas	2	329 851	659 702	
Lavamanos industriales	2	270 000	540 000	
Mesa de trabajo 2 estantes inferiores y superiores.	2	460 472	920 944	
Olla arrocera 50 LT	2	148 200	296 400	
Ollas de acero inoxidable	2	100 825	201 650	
Ollas de presión 41 LT	1	245 000	245 000	
Plancha a gas 4 quemadores	1	346 710	346 710	
Planchas de gas industrial	1	113 346	113 346	
Procesadores de alimentos	1	123 410	123 410	
Refresquerías 3 tanques	1	624 159	624 159	
Refrigerador vertica 3 puertas vidrio 60	1	1 310 800	1 310 800	
Trampa de grasa	1	215 000	215 000	
Urnas	1	1 197 080	1 197 080	
Urnas baño maría	1	550 000	550 000	
Vitrinas de calor 1.10	2	351 360	702 720	
Waflera Eléctrica Giratoria	1	203 927	203 927	
Filtro para agua	1	32 745	32 745	

B2- EQUIPO				3 325 081
-------------------	--	--	--	------------------

Abrelatas eléctricos	1	33 620	33 620	
Abridor de botellas	1	7 710	7 710	
Abridor sacacorchos	1	5 535	5 535	
Afilador	1	9 100	9 100	
Alacenas	2	140 000	280 000	
Bandeja abierta	2	3 825	7 650	
Barras de servicio	6	4 200	25 200	
SET de 3 Batidor globo	1	6 245	6 245	
Botella salsas	6	1 265	7 590	
Canasta de freidora	1	10 345	10 345	
Canastas para pan	6	1 445	8 670	
Chafer entero de acero inoxidable Bonne	1	45 000	45 000	
Colador malla doble fino	1	7 595	7 595	
Colador Aluminio 12 QT	1	8 730	8 730	
Contenedor redondo	5	4 295	21 475	
Cortador de vegetales	1	79 210	79 210	
Copas para agua	40	722	28 880	
Copas para vino	40	1 120	44 800	
Cubertería	50	4 060	203 000	
Cuchara galleta	50	3 150	157 500	
Cuchara Helado Fino	50	3 000	150 000	
Cuchara sopera	50	638	31 900	
Cucharas porcionadoras	50	3 128	156 400	
Cucharas	50	725	36 250	
Cucharas pequeñas	50	340	17 000	
Cucharones	2	650	1 300	
Cucharones grandes servir	2	2 140	4 280	
Cucharones soperos	2	1 254	2 508	
Cuchillo grande	1	11 910	11 910	
Cuchillos de chef	1	15 875	15 875	
Cuchillos de cocina	1	41 980	41 980	
Escurridores	1	2 290	2 290	
Escurridores de platos	1	7 550	7 550	
Espátula para frituras	1	1 860	1 860	
Espátula pequeña metal	1	1 860	1 860	
Espátula plancha larga	1	1 955	1 955	
Espatula de pinzas	1	5 560	5 560	
Set para BBQ de 3 Unidades	1	9 141	9 141	

Espátulas	1	6 243	6 243
Estantes 4 niveles 60 * 24	1	113 225	113 225
Freidor de un tanque de acero	1	129 645	129 645
Freidor de aire de 4.2 a cuartos	1	103 620	103 620
Freidor electrico	1	100 704	100 704
Majador de papas	1	13 340	13 340
Mazo carne	1	7 305	7 305
Mini canasto de snacks con mango	6	4 420	26 520
Olla en aluminio con tapa 100 QT	1	95 000	95 000
Olla en aluminio con tapa 60 QT	1	65 000	65 000
Olla en aluminio con tapa 40 QT	1	30 000	30 000
Olla de acero inoxidable 100 cuartos	1	92 576	92 576
Olla de acero inoxidable 50 cuartos	1	92 576	92 576
Palas de acero	1	10 580	10 580
Palas de acero de hielo	1	1 190	1 190
Papeleta para mezclar	1	4 590	4 590
Percolador	1	60 414	60 414
Picador de ajos en cubos pequeños	1	7 060	7 060
Pinzas para parrillero	1	7 010	7 010
Pinzas de Nylon Set 3 de unidades	1	5 280	5 280
Pinzas para ensalada	2	12 890	25 780
Pinzas para hielo	2	2 168	4 336
Platos	50	1 580	79 000
Platos ovalados de acero inoxidable	50	3 570	178 500
Platos hondos	50	4 123	206 150
Vasos	50	489	24 450
Vaso cervecero	25	1 190	29 750
Vaso rockero	25	404	10 100
Tazas	50	890	44 500
Portal Bandejas de pedestal	2	20 700	41 400
Prensa para tortillas	2	360	720
Rallador	1	10 390	10 390
Refractarios surtidos con tapa set 10 Unidades	1	18 270	18 270
Salseras pequeñas	3	582	1 746
Set de 5 unidades cucharas para medir, de acero inoxidable	1	4 325	4 325
Tabla para picar medianas	1	7 065	7 065
Tablas para picar acrílica	1	10 390	10 390
Tapa Bandeja Acero	2	6 183	12 366
Taza para medir	1	4 005	4 005
Tazones acero inoxidable. Grandes	1	11 510	11 510
Termómetro para cocina	1	7 065	7 065
Tijeras profesionales	1	5 280	5 280
Trinche en acero inoxidable 22	1	3 000	3 000
Trinche en acero inoxidable 22	1	6 200	6 200
Sarten con teflón 13 dia	1	15 210	15 210
Sartén de aluminio 12 con teflón adcraft	1	32 980	32 980
Sartén aluminio con mango antiderrapante 14 dia	2	17 336	34 672
Sartén aluminio con mango antiderrapante 12 dia	2	13 285	26 570

B3- OTROS EQUIPOS					7 719 479
--------------------------	--	--	--	--	------------------

Telefono	1	61 000	61 000		
Computador	1	1 200 000	1 200 000		
Caja Registradora	1	35 000	35 000		
Pantallas Planas	2	542 000	1 084 000		
Equipo Audio	1	750 000	750 000		
Extintor	2	52 000	104 000		
Basurero Grande	4	20 000	80 000		
Mesa con 4 sillas	12	90 000	1 080 000		
Mesa con 2 sillas	2	50 000	100 000		
Manteles	12	7 000	84 000		
Servilleta Airflex MF Blanco paq 120 hojas (30 paquetes)	5	8 364	41 820		
Azafates de Mesero	6	12 650	75 900		
Carritos de mesero	1	98 126	98 126		
Monitores y AIO (Pantallas para registrar las ventas de los pedidos del restaurante)	2	544 500	1 089 000		
Impresoras zebra ZQ320 direct thermal bluetooth #ZQ32-AOE02TL	2	207 000	414 000		
Dispensador plástico jabón en espuma 800 ml	5	9 503	47 515		
Toalla jumbo roll (caja de 12 rollos)	3	71 710	215 129		
Paño microfibras reutilizable alta absorción	2	10 735	21 470		
Toalla dispensador para manos	2	34 149	68 297		
Jabón antibacterial en espuma(4 paquetes)	2	50 330	100 660		
Papel higiénico Scott Jumbo (6 paquetes de rollos)	2	7 673	15 346		
Dispensador de papel higiénico mini	2	15 708	31 415		
Cloro (5 litros)	2	12 000	24 000		
Desinfectante (5 litros)	2	18 000	36 000		
Escoba	2	3 000	6 000		
Jabón para lavar platos (6 unidades grandes)	4	12 000	48 000		
Esponja (6 unidades)	2	2 500	5 000		
Baldes con escurridor	2	8 000	16 000		
Bolsas para basura grande	200	1 800	360 000		
Bolsas para basura mediana	200	1 000	200 000		
Bolsas para basura pequeña	200	800	160 000		
Cepillos de raiz	1	700	700		
Jabón para lavar ropa (10 kilos)	1	7 600	7 600		
Ceras para ceramica	5	700	3 500		
Guantes de distintos tipos	5	3 200	16 000		
Isopos	2	2 700	5 400		
Limpiadores de homos y parrillas	2	4 200	8 400		
Mechas para pizos	2	800	1 600		
Mascarillas desechables (35 unidades)	2	7 800	15 600		
Palas para recoger basura	2	3 400	6 800		
Señales de piso mojado	2	1 100	2 200		

C- GENERADOR DE PRODUCC					3 600 530
C1- INVENTARIOS					3 600 530

Bistec de res paquete vacio 1 kg	40	4 242	169 680		
Cecina en trozos paquete 1kg	20	4 140	82 800		
Cacho paleta	20	3 985	79 700		
Hueso pescuezo res paq vacio	20	2 695	53 900		
Carne molida de res paquete vacio	35	4 125	144 375		
Trocitos de res popular	25	2 650	66 250		
Costilla de cerdo porc trozos paq 1 kg	20	3 325	66 500		
Chuleta mariposa	35	2 950	103 250		
Salchichon popular	20	1 375	27 500		
Chuleta ahumada	20	3 445	68 900		
Chorizo don Quincho	25	2 595	64 875		
Salcicha popular	15	1 430	21 450		
Costilla de res entera	20	2 250	45 000		
Lomo papeleta entera	10	3 875	38 750		
Mano de piedra paq de vacio	25	4 200	105 000		
Vuelta de lomo entero	30	4 040	121 200		
Carne para sudar de res	20	3 855	77 100		
Pecho G paquete 1kg	15	3 775	56 625		
Posta cuarto paq vacio	15	3 855	57 825		
Bistec vuelta de lomo res paq vacio	40	4 525	181 000		
Bistec de res especial 1kg	40	4 525	181 000		
Churrasco paq vacio 200 g	20	6 725	134 500		
Mortadela bologna 250g	15	900	13 500		
Mortadela jamonada 150g	15	1 200	18 000		
Queso americano amarillo	5	680	3 400		
Filet de tilapia	15	3 000	45 000		
Filet de corvinetas	10	2 800	28 000		
Camaron fidel 500 g	10	6 000	60 000		
Pescado mixto entero	15	2 400	36 000		
Queso rallado	10	3 200	32 000		
Leche (5 litros)	10	4 200	42 000		
Leche condesada	10	800	8 000		
Leche evaporada	10	900	9 000		
Azucar	40	900	36 000		
Arroz (2 kilos)	50	1 800	90 000		
Frijoles	40	700	28 000		
Garbanzos	10	400	4 000		
Mora	20	1 200	24 000		
Manzana	40	100	4 000		
Mango	20	250	5 000		
Naranjas	100	100	10 000		
Nampi	20	1 200	24 000		
Papas	40	1 000	40 000		
Perejil	10	350	3 500		
Pepino	20	150	3 000		
Plátanos	50	75	3 750		
Papaya	5	500	2 500		
Piña	5	800	4 000		
Repollo	10	500	5 000		
Remolacha	10	300	3 000		
Sandía	5	700	3 500		
Tomate maduro	100	1 200	120 000		
Tamarindo	4	700	2 800		
Tiquisque	20	1 400	28 000		
Tomillo	5	200	1 000		
Zuquini	10	450	4 500		
Verengena	10	500	5 000		
Vainica	30	1 200	36 000		
Yuca	10	270	2 700		
Zanahoria	50	800	40 000		

Lentejas	10	800	8 000
Pasta corta	15	450	6 750
Pasta larga	15	700	10 500
Atún	35	1 200	42 000
Atún con vegetales	35	1 300	45 500
Maiz dulce (6 unidades)	10	2 400	24 000
Hongos (6 unidades)	10	2 000	20 000
Salsa de tomate (3 litros)	5	2 700	13 500
Salsitas de tomate natural (6 unidades)	5	2 000	10 000
Mayonesa (3 litros)	5	3 200	16 000
Mostaza (3 litros)	5	2 400	12 000
Vinagre	5	2 000	10 000
Aceite (3 litros)	10	4 500	45 000
Aceite de oliva (2 litros)	5	3 400	17 000
Mantequilla	10	1 200	12 000
Orégano	5	800	4 000
Pimienta negra	5	900	4 500
Pimienton	5	1 200	6 000
Sal	20	2 700	54 000
Pan cuadrado blanco grande	20	6 500	130 000
Apio Blanco	10	250	2 500
Ajos	100	400	40 000
Ayote tierno	5	700	3 500
Ayote Sazon	5	750	3 750
Banano	100	50	5 000
Culantro	10	250	2 500
Coliflor	20	500	10 000
Cebolla seca	40	200	8 000
Camote	20	700	14 000
Chile dulce	40	130	5 200
Chayotes	20	160	3 200
Brocoli	10	600	6 000
Elotes	50	200	10 000
Espinacas	10	180	1 800
Fresas	50	1 700	85 000
Lechuga americana	40	400	16 000
Lechuga blanca	40	350	14 000
Limonos mecinos	100	550	55 000
Limonos mandarina	100	450	45 000
Melón	5	800	4 000

				5 875 000
D- CONSTRUCCIONES				5 875 000

Pintura	5	95 000	475 000
Mano de obra	1	800 000	800 000
Decoración	1	200 000	200 000
Maderas y materiales	1	3 000 000	3 000 000
Plantas ornamentales	1	200 000	200 000
Otros gastos	1	1 200 000	1 200 000

				6 516 841
E- INTANGIBLES				6 516 841

GASTOS FORMALIZACION	1	1 200 000	1 200 000
Deposito	1	2 000 000	2 000 000
CAPITAL TRABAJO	1	3 316 841	3 316 841

TOTAL GASTO FIJO PRESUPUESTADO				44 050 594
---------------------------------------	--	--	--	-------------------

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.2 Cuadro de depreciación:

TABLA No.15

TABLA GENERAL DE ACTIVOS Y DEPRECIACIONES				
Activo	Vida Util	Monto del activo	Cuota anual	Cuota mensual
Baño María multi bandejas	10	250 000	25 000	2 083
Batidora planetaria 60 QTZ	15	800 000	53 333	4 444
Cachera Prerinse	10	175 000	17 500	1 458
Cafetera 100 TZ	10	80 000	8 000	667
Campana de extracción	10	935 880	93 588	7 799
Cocina 3 quemadores	10	208 970	20 897	1 741
Coffee Maker	15	65 048	4 337	361
Conera tipo americana 1.70 metros	10	1 393 505	139 351	11 613
Congelador tapa de agua 1.79 mtrs	15	400 510	26 701	2 225
2 Estantes Inferior y 2 Superiores 3 mts	10	500 000	50 000	4 167
Extractor de Cítricos con control de Pulpa	15	33 202	2 213	184
Extractor de grasas y humo 4m	15	1 100 000	73 333	6 111
Fábrica de hielos 500 lb	10	1 150 000	115 000	9 583
Fregaderos 2 tanques 1 estante inferior 2,80 metros	10	414 300	41 430	3 453
Horno Multifuncional Conveccion	10	150 405	15 041	1 253
Hornos de gas	10	235 000	23 500	1 958
Hornos de microondas	10	329 851	32 985	2 749
Lavamanos industriales	5	270 000	54 000	4 500
Mesa de trabajo con un estante inferior	10	460 472	46 047	3 837
Olla arrocera 50 LT	15	148 200	9 880	823
Ollas de acero inoxidable	15	100 825	6 722	560
Ollas de presión 41 LT	15	245 000	16 333	1 361
Plancha a gas 4 quemadores	10	346 710	34 671	2 889
Planchas de gas industrial	10	113 346	11 335	945
Procesadores de alimentos	15	123 410	8 227	686
Refresqueras 3 tanques	10	624 159	62 416	5 201
Refrigerador vertica 3 puertas vidrio 60	15	1 310 800	87 387	7 282
Trampa de grasa	10	215 000	21 500	1 792
Urnas	10	1 197 080	119 708	9 976
Urnas baño maría	15	550 000	36 667	3 056
Vitrinas de calor 1.10	10	351 360	35 136	2 928
Waflera Eléctrica Giratoria	15	203 927	13 595	1 133
Filtro para agua	10	32 745	3 275	273
Telefono	10	61 000	6 100	508
Computador	5	1 200 000	240 000	20 000
Caja Registradora	10	35 000	3 500	292
Pantallas Planas	10	542 000	54 200	4 517
Equipo Audio	10	750 000	75 000	6 250
Monitores y AIO (Pantallas para registrar las ventas de los pedidos del restaurante)	5	544 500	108 900	9 075
Impresoras zebra ZQ320 direct thermal bluetooth #ZQ32-AOE02TL	5	207 000	41 400	3 450
Extintor	15	52 000	3 467	289
Total	10%		1 841 673	153 473

15 347

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.3 Ingresos:

TABLA NO.16

PRESUPUESTO DE VENTAS	1	2	3	4	5
Ventas esperadas, unidades	2 400	3 240	4 212	5 265	6 318
Precio de venta unitario	₡8 500	₡8 500	₡8 500	₡8 500	₡8 500
Total ventas mensual	₡20 400 000	₡27 540 000	₡35 802 000	₡44 752 500	₡53 703 000
Total ventas anuales	₡244 800 000	₡330 480 000	₡429 624 000	₡537 030 000	₡644 436 000

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.4 Salarios:

TABLA No.17

SALARIO							
Puesto	Salario diario mínimo	Salario mensual	Salario año 1	Salario año 2	Salario año 3	Salario año 4	Salario año 5
Administrador	€20 000	€600 000	€7 200 000	€7 344 000	€7 527 600	€7 753 428	€8 024 798
Chef	€20 000	€600 000	€7 200 000	€7 344 000	€7 527 600	€7 753 428	€8 024 798
Ayudante de Cocina	€11 549	€346 475	€4 157 694	€4 240 848	€4 346 869	€4 477 275	€4 633 980
Miscelaneo /mantenimiento	€10 565	€316 965	€3 803 576	€3 879 648	€3 976 639	€4 095 938	€4 239 296
Salonero	€10 621	€318 619	€3 823 423	€3 899 892	€3 997 389	€4 117 311	€4 261 416
Pilero	€10 621	€318 625	€3 823 495	€3 899 965	€3 997 464	€4 117 388	€4 261 497
Cajero	€11 949	€358 469	€4 301 626	€4 387 659	€4 497 350	€4 632 271	€4 794 400
Total General	€95 305	€2 859 151	€34 309 815	€34 996 011	€35 870 912	€36 947 039	€38 240 185

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.5 Provisiones de Ley:

TABLA No.18

Provisiones de ley						
Puesto	Salario Primer año	Provisión de aguinaldos 8,33%	Provisión de cesantía 5,33%	FCL 3%	Provisión de vacaciones 4,16%	Total de provisiones
Administrador	€7 200 000	€599 760	€383 760	€216 000	€299 520	€5 700 960
Chef	€7 200 000	€599 760	€383 760	€216 000	€299 520	€5 700 960
Ayudante de Cocina	€4 157 694	€346 336	€221 605	€124 731	€172 960	€3 292 062
Miscelaneo /mantenimiento	€3 803 576	€316 838	€202 731	€114 107	€158 229	€3 011 672
Salonero	€3 823 423	€318 491	€203 788	€114 703	€159 054	€3 027 386
Pilero	€3 823 495	€318 497	€203 792	€114 705	€159 057	€3 027 443
Cajero	€4 301 626	€358 325	€229 277	€129 049	€178 948	€3 406 028
Total General	€34 309 815	€2 858 008	€1 828 713	€1 029 294	€1 427 288	€27 166 512

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.6 Riesgos de Trabajo:

TABLA No.19

Riesgo de trabajo		
Puesto	Salario Primer año	Riesgo de trabajo 1,43%
Administrador	€7 200 000	€102 960
Chef	€7 200 000	€102 960
Ayudante de Cocina	€4 157 694	€59 455
Miscelaneo /mantenimiento	€3 803 576	€54 391
Salonero	€3 823 423	€54 675
Pilero	€3 823 495	€54 676
Cajero	€4 301 626	€61 513
Total General	€34 309 815	€490 630

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.7 Cargas Sociales:

TABLA No. 20

Cargas sociales		
Puesto	Salario Primer año	Cargas sociales 26,33%
Administrador	₪ 7 200 000	₪ 1 895 760
Chef	₪ 7 200 000	₪ 1 895 760
Ayudante de Cocina	₪ 4 157 694	₪ 1 094 721
Miscelaneo /mantenimiento	₪ 3 803 576	₪ 1 001 482
Salonero	₪ 3 823 423	₪ 1 006 707
Pilero	₪ 3 823 495	₪ 1 006 726
Cajero	₪ 4 301 626	₪ 1 132 618
Total General	₪ 34 309 815	₪ 9 033 774

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.8 Costo Fijos:

TABLA No.21

Gastos fijos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	₪ 2 859 151	₪ 34 309 815	₪ 34 996 011	₪ 35 870 912	₪ 36 947 039	₪ 38 240 185
Servicios Profesionales	₪ 20 000	₪ 240 000	₪ 264 000	₪ 290 400	₪ 319 440	₪ 351 384
Servicios Publicos(agua, luz Tel)	₪ 1 465 000	₪ 17 580 000	₪ 19 338 000	₪ 21 271 800	₪ 23 398 980	₪ 25 738 878
Mantenimiento Equipo y Vehic.	₪ 80 000	₪ 960 000	₪ 1 056 000	₪ 1 161 600	₪ 1 277 760	₪ 1 405 536
Seguros	₪ 200 000	₪ 2 400 000	₪ 2 640 000	₪ 2 904 000	₪ 3 194 400	₪ 3 513 840
Materiales Oficina y Aseo	₪ 210 000	₪ 2 520 000	₪ 2 772 000	₪ 3 049 200	₪ 3 354 120	₪ 3 689 532
Promocion y Publicidad	₪ 200 000	₪ 2 400 000	₪ 2 640 000	₪ 2 904 000	₪ 3 194 400	₪ 3 513 840
Otros Gastos	₪ 475 000	₪ 5 700 000	₪ 6 270 000	₪ 6 897 000	₪ 7 586 700	₪ 8 345 370
Total	₪ 5 509 151	₪ 66 109 815	₪ 69 976 011	₪ 74 348 912	₪ 79 272 839	₪ 84 798 565

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.9 Costo Variables:

TABLA No.22

Gastos variables	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	₪ 5 100 000	₪ 61 200 000	₪ 68 544 000	₪ 76 769 280	₪ 85 981 594	₪ 96 299 385

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.10 Costo Total de Producción:

TABLA No.23

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total costos fijos	€66 109 815	€69 976 011	€74 348 912	€79 272 839	€84 798 565
Total costos variables	€61 200 000	€68 544 000	€76 769 280	€85 981 594	€96 299 385
Costo total efectivo	€127 309 815	€138 520 011	€151 118 192	€165 254 433	€181 097 950

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.11 Costo Total Efectivo del Primer Año:

TABLA No.24

Costo total efectivo del primer año	Costo promedio diario	Dias de desfase	Capital de trabajo
€127 309 815	€348 794	7	€2 441 558

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.12 Crédito:

TABLA No.25

Restaurante "LA CHOZA DE BE"							
TABLA SOBRE EL CREDITO							
ANUALIZADA CALCULOS ESTIMADOS							
UN AÑO DE GRACIA SOBRE EL PRINCIPAL.							
Monto Crédito	35 000 000,00		Moneda	¢ colón			
Plazo	300,00	años pago	25				
Periodo Gracia		meses					base calculo
tasa interés							11,00%
Costo Anual							3 850 000
PERIODO	CAPITAL	INTERES ANUAL	BALANCE	Costo Total Anual	Costo Mensual	Amort mensual	Interes mensual
Año 0			35 000 000				
Año 1	1 400 000	3 850 000	33 600 000	5 250 000	437 500	116 667	320 833
Año 2	1 400 000	3 696 000	32 200 000	5 096 000	424 667	116 667	308 000
Año 3	1 400 000	3 542 000	30 800 000	4 942 000	411 833	116 667	295 167
Año 4	1 400 000	3 388 000	29 400 000	4 788 000	399 000	116 667	282 333
Año 5	1 400 000	3 234 000	28 000 000	4 634 000	386 167	116 667	269 500
Año 6	1 400 000	3 080 000	26 600 000	4 480 000	373 333	116 667	256 667
Año 7	1 400 000	2 926 000	25 200 000	4 326 000	360 500	116 667	243 833
Año 8	1 400 000	2 772 000	23 800 000	4 172 000	347 667	116 667	231 000
Año 9	1 400 000	2 618 000	22 400 000	4 018 000	334 833	116 667	218 167
Año 10	1 400 000	2 464 000	21 000 000	3 864 000	322 000	116 667	205 333
Año 11	1 400 000	2 310 000	19 600 000	3 710 000	309 167	116 667	192 500
Año 12	1 400 000	2 156 000	18 200 000	3 556 000	296 333	116 667	179 667
Año 13	1 400 000	2 002 000	16 800 000	3 402 000	283 500	116 667	166 833
Año 14	1 400 000	1 848 000	15 400 000	3 248 000	270 667	116 667	154 000
Año 15	1 400 000	1 694 000	14 000 000	3 094 000	257 833	116 667	141 167
Año 16	1 400 000	1 540 000	12 600 000	2 940 000	245 000	116 667	128 333
Año 17	1 400 000	1 386 000	11 200 000	2 786 000	232 167	116 667	115 500
Año 18	1 400 000	1 232 000	9 800 000	2 632 000	219 333	116 667	102 667
Año 19	1 400 000	1 078 000	8 400 000	2 478 000	206 500	116 667	89 833
Año 20	1 400 000	924 000	7 000 000	2 324 000	193 667	116 667	77 000
Año 21	1 400 000	770 000	5 600 000	2 170 000	180 833	116 667	64 167
Año 22	1 400 000	616 000	4 200 000	2 016 000	168 000	116 667	51 333
Año 23	1 400 000	462 000	2 800 000	1 862 000	155 167	116 667	38 500
Año 24	1 400 000	308 000	1 400 000	1 708 000	142 333	116 667	25 667
Año 25	1 400 000	154 000	0	1 554 000	129 500	116 667	12 833
totales	35 000 000	50 050 000		85 050 000			

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.13 Estado de resultados proyectado a un 1 año:

TABLA No.26

Restaurante "LA CHOZA DE BE"														
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO														
moneda														
10 AÑOS, AÑO 1 POR MESES														
AÑO 1														
CONCEPTO	10	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	TOTAL
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
INGRESOS														
Ventas		20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	244 800 000
Total de ventas	0	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	244 800 000
EGRESOS														0
COSTOS DE PRODUCTO	0	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 426 861	8 593 204	8 787 865	8 951 258	9 143 821	9 346 012	102 839 657
Materia prima		5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	5 100 000	61 200 000
MANO DE OBRADIRECTA		2 316 439	2 316 439	2 316 439	2 316 439	2 316 439	2 316 439	2 432 261	2 553 874	2 681 568	2 815 647	2 956 429	3 104 250	30 442 666
Administrativo		852 000	852 000	852 000	852 000	852 000	852 000	894 600	939 330	986 297	1 035 611	1 087 392	1 141 761	11 196 991
UTILIDAD BRUTA	0	12 131 561	12 131 561	12 131 561	12 131 561	12 131 561	12 131 561	11 973 139	11 806 796	11 632 135	11 448 742	11 256 179	11 053 988	141 960 343
GASTOS														
GASTOS NO EFECTIVOS		1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	22 100 077
Depreciacion		1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	22 100 077
Amortizaciones														0
GASTOS OPERATIVOS		5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	66 109 815
Salarios		2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	2 859 151	34 309 815
Servicios Profesionales		20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	240 000
Servicios Publicos(agua, luz, Tel)		1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	1 465 000	17 580 000
Mantenimiento Equipo y Vehic.		80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	80 000	960 000
Seguros		200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	2 400 000
Materiales Oficina y Aseo		210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	2 520 000
Promocion y Publicidad		200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	2 400 000
Otros Gastos		475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	475 000	5 700 000
GASTOS FINANCIEROS		320 833	308 000	295 167	282 333	269 500	256 667	243 833	243 833	231 000	218 167	205 333	192 500	3 067 167
Intereses s/deuda		320 833	308 000	295 167	282 333	269 500	256 667	243 833	243 833	231 000	218 167	205 333	192 500	3 067 167
TOTAL COSTOS Y GASTOS		7 671 658	7 658 824	7 645 991	7 633 158	7 620 324	7 607 491	7 594 658	7 594 658	7 581 824	7 568 991	7 556 158	7 543 324	91 277 059
UTILIDAD NETA ANTES I.R.		4 459 903	4 472 736	4 485 570	4 498 403	4 511 236	4 524 070	4 378 481	4 212 138	4 050 311	3 879 751	3 700 022	3 510 664	50 683 284
UTILIDAD NETA ACUMULADA		4 459 903	8 932 639	13 418 209	17 916 612	22 427 848	26 951 918	31 330 398	35 542 536	39 592 847	43 472 598	47 172 620	50 683 284	35 478 299
IMPUESTO DE RENTA	30%													15 204 965
UTILIDAD NETA DESP/IMP.TOS.														35 478 299

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.14 Estado de resultados proyectado a cinco 5 años:

TABLA No.27

CONCEPTO	año 2 020	año 2 021	año 2 022	año 2 023	año 2 024	TOTAL GENERAL
INGRESOS						
Ventas	244 800 000	330 480 000	429 624 000	537 030 000	644 436 000	2 186 370 000
Total de ventas	244 800 000	330 480 000	429 624 000	537 030 000	644 436 000	2 186 370 000
EGRESOS						0
COSTOS DE PRODUCTO	102 839 657	114 347 623	126 537 431	140 079 933	155 128 601	638 933 246
materia prima	61 200 000	68 544 000	76 769 280	85 981 594	96 299 385	388 794 258
MANO DE OBRA DIRECTA	30 442 666	33 486 933	36 835 626	40 519 189	44 571 107	185 855 521
Administrativo	11 196 991	12 316 690	12 932 525	13 579 151	14 258 109	64 283 466
UTILIDAD BRUTA	141 960 343	216 132 377	303 086 569	396 950 067	489 307 399	1 547 436 754
GASTOS						0
GASTOS NO EFECTIVOS	22 100 077	22 115 424	22 115 424	22 115 424	22 115 424	110 561 775
Depreciacion	22 100 077	22 100 077	22 100 077	22 100 077	22 100 077	110 500 386
Amortizaciones	0	15 347	15 347	15 347	15 347	61 389
GASTOS OPERATIVOS	66 109 815	69 976 011	74 348 912	79 272 839	84 798 565	374 506 142
Salarios	34 309 815	34 996 011	35 870 912	36 947 039	38 240 185	180 363 962
Servicios Profesionales	240 000	264 000	290 400	319 440	351 384	1 465 224
Servicios Publicos(agua, luz Tel)	17 580 000	19 338 000	21 271 800	23 398 980	25 738 878	107 327 658
Mantenimiento Equipo y Vehic.	960 000	1 056 000	1 161 600	1 277 760	1 405 536	5 860 896
Seguros	2 400 000	2 640 000	2 904 000	3 194 400	3 513 840	14 652 240
Materiales Oficina y Aseo	2 520 000	2 772 000	3 049 200	3 354 120	3 689 532	15 384 852
Promocion y Publicidad	2 400 000	2 640 000	2 904 000	3 194 400	3 513 840	14 652 240
Otros Gastos	5 700 000	6 270 000	6 897 000	7 586 700	8 345 370	34 799 070
GASTOS FINANCIEROS	3 067 167	5 096 000	3 542 000	3 234 000	3 234 000	18 173 167
Intereses s/deuda	3 067 167	5 096 000	3 542 000	3 234 000	3 234 000	18 173 167
0	0					0
TOTAL COSTOS Y GASTOS	91 277 059	97 187 436	100 006 336	104 622 263	110 147 990	503 241 084
UTILIDAD NETA ANTES I.R.	50 683 284	118 944 941	203 080 233	292 327 803	379 159 409	1 044 195 671
UTILIDAD NETA ACUMULADA	50 683 284	169 628 225	372 708 458	665 036 261	1 044 195 671	1 044 195 671
IMPUESTO DE RENTA	15 204 985	35 683 482	60 924 070	87 698 341	113 747 823	313 258 701
UTILIDAD NETA DESP/IMPTOS.	35 478 299	83 261 459	142 156 163	204 629 462	265 411 586	730 936 969

1 094 878 954
313 258 701
730 936 969

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.15 Flujo proyectado a cinco a 1 año:

TABLA No.28

Restaurante "La Choza De BE"															
CEDULA JURIDICA 3-101-															
FLUJO DE CAJA PROYECTADO															
A DIEZ AÑOS, EN DOLARES															
AÑO 1															
CONCEPTO	PRE	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	OPER	TOTAL
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
INGRESOS															0
PRESTAMO BANCARIO	35 000 000														35 000 000
APORTE DE SOCIOS	9 050 594														9 050 594
Ventas		20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	244 800 000
TOTAL INGRESOS	44 050 594	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	20 400 000	288 850 594
EGRESOS															
INVERSION INICIAL	44 050 594	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	44 050 594
A- TERRENOS	0														0
B- MAQUIN, EQUIPO, VEHICUL	28 058 223														28 058 223
C- GENERADOR DE PRODUCC	3 600 530														3 600 530
D- CONSTRUCCIONES	5 875 000														5 875 000
E- INTANGIBLES	6 516 841														6 516 841
OPERACIÓN	0	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 426 861	8 593 204	8 767 865	8 951 258	9 143 821	9 346 012	102 839 657	
COSTOS DIRECTOS		8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 268 439	8 426 861	8 593 204	8 767 865	8 951 258	9 143 821	9 346 012	102 839 657	
GASTOS	0	7 671 658	7 658 824	7 645 991	7 633 158	7 620 324	7 607 491	7 594 658	7 581 824	7 568 991	7 556 158	7 543 324	7 530 491	91 277 059	
DE OPERACIÓN		5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	5 509 151	66 109 815	
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	22 100 077	
FINANCIEROS		320 833	308 000	295 167	282 333	269 500	256 667	243 833	243 833	231 000	218 167	205 333	192 500	3 067 167	
OTROS PAGOS	0	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	1 400 000	
AMORTIZACION CREDITO		116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	116 667	1 400 000	
IMPUESTOS PAGADOS													15 204 985	15 204 985	
TOTAL DE EGRESOS	44 050 594	16 056 764	16 043 930	16 031 097	16 018 264	16 005 430	15 992 597	16 138 186	16 304 529	16 466 356	16 636 916	16 816 645	17 006 003	239 567 310	
SALDO EN CAJA NETO	0	4 343 236	4 356 070	4 368 903	4 381 736	4 394 570	4 407 403	4 261 814	4 095 471	3 933 644	3 763 084	3 583 355	3 393 997	49 283 284	
SALDO ACUMULADO	0	4 343 236	8 699 306	13 068 209	17 449 945	21 844 515	26 251 918	30 513 732	34 609 203	38 542 847	42 305 932	45 889 287			
SALDO NETO															
GASTOS NO EFECTIVOS	0	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	1 841 673	22 100 077	
SALDO EN CAJA AJUSTADO	0	6 184 909	6 197 743	6 210 576	6 223 409	6 236 243	6 249 076	6 103 487	5 937 144	5 775 317	5 604 758	5 425 028	5 235 670	71 383 361	
SALDO ACUMULADO AJUSTA	0	6 184 909	12 382 652	18 593 228	24 816 637	31 052 880	37 301 956	43 405 444	49 342 588	55 117 905	60 722 663	66 147 691	71 383 361		

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

4.3.1.17 Valor Actual Neto (VAN):

TABLA No.30

Flujo de Caja para cálculo de VAN					
Periodos (años):		5			
Tasa requerida:		20%			
Inversion Inicial	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
(44 050 594,27)	49 283 284	117 544 941	201 680 233	290 927 803	377 759 409
VAN:	€487 474 203,36				

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento

4.3.1.18 Tasa Interna de Retorno (TIR):

TABLA No.31

Flujo de Caja para cálculo de TIR					
Periodos (años):		5			
Tasa requerida:		20%			
Inversion Inicial	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
(44 050 594,27)	49 283 284	117 544 941	201 680 233	290 927 803	377 759 409
TIR:	193,6%				

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento

4.3.1.19 Punto de Equilibrio:

TABLA No.32

Unidades	Precio	Costo ventas totales Anual	Costo fijo Anual	Costo variable Anual	Punto de equilibrio	Punto de equilibrio de ventas anuales
€2 400	€8 500	€244 800 000	€66 109 815	€61 200 000	0,75000	88 146 420,00000

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento

$$PE = \frac{\text{GASTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \left(\frac{\text{COSTOS VARIABLES TOTALES}}{\text{VENTAS TOTALES}} \right)}$$

Fórmula del punto de equilibrio y ejemplo - GestioPolis
gestiopolis.com

CAPITULO V

DISCUSION E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADO

5.1 Análisis de Resultados:

La encuesta se elaboró, a 105 personas encuestadas virtualmente. La tecnología permite, llegar de una forma más veraz al mercado meta (género, edad, gustos y necesidades, y el grado de aceptación), disposición a adquirirlo, por este motivo, se investiga; la factibilidad y viabilidad de realizar el proyecto gastronómico, se puede analizar la oferta y demanda y se obtiene de la información encuestada.

La encuesta se formuló con 13 preguntas, de las cuales 12 fueron preguntas cerradas y 1 es pregunta es mixta.

A continuación el análisis de los resultados encuestados:

Pregunta No. 1

¿Cuál es su género?

Interpretación No. 1

De la tabla No. 1 y la figura No. 1 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 65 personas, de un total de 105 individuos y el 62% del 100% son de género femenino. 40 personas, de un total de 105 individuos, el 38% del 100% son de género masculino.

Pregunta No. 2

¿Cuál es su edad?

Interpretación No. 2

De la tabla No. 2 y la figura No. 2 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 37 personas, de un total de 105 individuos y el 35% del 100% son de edad entre 19 a 30 años. 58 personas, de un total de 105 individuos y el 56% del 100% son de edad entre 31 a 50 años. 9 personas, de un total de 105 individuos y

el 8% del 100% son de edad entre 51 a 65 años. 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100% son de edad entre 66 años en adelante.

Según los resultados en promedio, la muestra da un resultado; de los 19 a 50 años.

Pregunta No. 3

¿Usted consume comida típica costarricense? (Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 8.)

Interpretación No. 3

De la tabla No. 3 y la figura No. 3 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 104 personas, de un total de 105 individuos y el 99% del 100% si consume comida típica costarricense. 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100% no consumen comida típica costarricense

Según los resultados, la muestra da un resultado; del interés positivo en consumir comida típica costarricense.

Pregunta No. 4

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un casado (carne blanca o roja), con bebida incluida?

Interpretación No. 4

De la tabla No. 4 y la figura No. 4 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100% pagarían ¢2000 por un casado (carne blanca o roja), con bebida incluida. 2 personas, de un total de 105 individuos y el 2% del 100% pagarían ¢2500 por un casado (carne blanca o roja), con bebida incluida. 61 personas, un total de 105 individuos, y el 58% del 100% pagarían ¢3500 por un casado (carne blanca o roja), con bebida

incluida. 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100% pagarían ₡5000 o más por un casado (carne blanca o roja), con bebida incluida.

Según los resultados en promedio, la muestra pagaría por un casado típico, y evalúa la factibilidad con respecto al precio y la demanda, entre ₡ 3500 y ₡ 4500.

Pregunta No. 5

¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen más de la comida típica costarricense?

Interpretación No. 5

De la tabla No. 5 y la figura No. 5 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 13 individuos, de un total de 105 individuos y el 13% del 100% presentan al precio como el aspecto que más le atraen de la comida típica costarricense. 3 personas, de un total de 105 individuos y el 2% del 100% presentan al diseño como el aspecto que más le atraen de la comida típica costarricense. 87 personas, de un total de 105 individuos y el 83% del 100% presentan la calidad del sabor como el aspecto que más le atraen de la comida típica costarricense 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100% presentan la cantidad y calidad como el aspecto que más le atraen de la comida típica costarricense. 1 persona, de un total de 105 individuos, y el 1% del 100% no hubo éxito en la respuesta.

Según los resultados en promedio, la muestra., la mayoría concuerda con la calidad de sabor, para satisfacer las necesidades., y en segundo plano el precio.

Pregunta No. 6

¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre nuestros productos?

Interpretación No. 6

De la tabla No. 6 y la figura No. 6 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 10 personas, de un total de 105 individuos y el 10% del 100% muestran que le gustaría recibir información sobre nuestros productos por Email. 9 personas, de un total de 105 individuos y el 8% del 100%, muestran que le gustaría recibir información sobre nuestros productos por WhatsApp. 86 personas, de un total de 105 individuos y el 82% del 100% muestran que le gustaría recibir información sobre nuestros productos por Redes Sociales (Instagram, Twitter, Facebook.)

Según los resultados en promedio, la muestra, un 82% le gustaría que le llegue la información sobre los productos por Redes Sociales (Instagram, Twitter, Facebook.)

Pregunta No. 7

¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante?

Interpretación No. 7

De la tabla No. 7 y la figura No. 7 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 5 personas, de un total de 105 individuos y el 5% del 100%, asisten diariamente a un restaurante. 5 personas, de un total de 105 personas y el 5% del 100%, asisten raramente a un restaurante. 54 personas, de un total de 105 individuos y el 51% del 100%, asisten una vez por semana a un restaurante. 40 personas, de un total de 105 individuos y el 38% del 100%, asisten una vez al mes a un restaurante. 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100%, asisten 2-3 veces al mes a un restaurante.

Según los resultados en promedio, la muestra, la frecuencia de ir a un restaurante es una vez por semana, y en segundo plano, una vez al mes.

Pregunta No. 8

¿Cuántos bombillos hay en su casa?

Interpretación No. 8

De la tabla No. 8 y la figura No. 8 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 84 personas, de un total de 105 individuos y el 80% del 100%, suman la cantidad de bombillos en su casa entre 0-20. 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100%, suman la cantidad de bombillos en su casa de 10 bombillos en su casa. 14 personas, de un total de 105 individuos y el 13% del 100%, suman la cantidad de bombillos en su casa entre 21-50 bombillos en su casa.

Según los resultados en promedio, la muestra el status económico, cuentan con 0-50 bombillos en su casa, esto conlleva a verificar, que la clase económica, se entiende como clase media.

Pregunta No. 9

Cuándo asiste a un restaurante, ¿Cuál es su reacción ante el entretenimiento?

Interpretación No. 9

De la tabla No. 9 y la figura No. 9 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 60 personas, de un total de 105 individuos y el 57% del 100%, muestran un agrado en el entretenimiento dentro del restaurante. 39 personas, de un total de 105 individuos y el 37% del 100%, muestran que no les agrada ni les desagrada el entretenimiento dentro del restaurante. 6 personas, de un total de 105

individuos y el 6% del 100% muestran un desagrado en el entretenimiento dentro del restaurante

Según los resultados en promedio, la muestra, un 57%, si le agrada el entretenimiento en el restaurante, por lo que sería un factor importante a tomar en cuenta, para los fines de semana o fechas especiales entre otros.

Pregunta No. 10

¿Conoce usted algún negocio o local donde pueda consumir comida típica costarricense en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica?

Interpretación No. 10

De la tabla No. 10 y la figura No. 10 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 18 personas, de un total de 105 individuos y el 15% del 100% si conocen un negocio o local de comida típica costarricense en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica. 87 personas, de un total de 105 individuos y el 85% del 100%, no conocen ningún negocio o local de comida típica costarricense en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica.

Según los resultados en promedio, la muestra se verifica que la mayoría de las personas encuestadas, respondieron que no existe un negocio de comida típica en dicho cantón.

Pregunta No. 11

¿Estaría usted dispuesto a consumir comida típica costarricense, por encargo en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica?

Interpretación No. 11

De la tabla No. 11 y la figura No. 11 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 88 personas, de un total de 105 individuos, y el 84% del 100%, si estarían dispuestos a consumir comida típica costarricense, por encargo en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica. 17 personas, de un total de 105 individuos y el 16% del 100%, no estarían dispuestos a consumir comida típica costarricense, por encargo en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica.

Según los resultados en promedio, la muestra da un resultado; si está dispuesta a requerir del servicio express.

Pregunta No. 12

¿En caso de su interés sea positivo, cuál sería la opción más viable para la entrega del producto final?

Interpretación No. 12

De la tabla No. 12 y la figura No. 12 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 77 personas, de un total de 105 individuos, y el 73% del 100%, representan la opción más viable para la entrega del producto final sería por servicio a entrega a domicilio (Uber Eats /GlovoRappi). 20 personas, de un total de 105 individuos y el 19% del 100%, representan la opción más viable para la entrega del producto final sería por local comercial (pick up). 1 persona, de un total de 105 individuos y el 1% del 100%, la opción más viable para la entrega del producto final sería por encargo en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter). 7 personas, de un total de 105 individuos y el 7% del 100%, la opción más viable para la entrega del producto final sea por cualquier otro medio.

Según los resultados en promedio, la muestra refleja que la entrega final, del bien o servicio, sea por entrega a domicilio con las herramientas actuales (Uber Eats / GlovoRappi. Esto genera un crecimiento económico.

Pregunta No. 13

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar extra por el servicio express?

Interpretación No. 13

De la tabla No. 13 y la figura No. 13 del capítulo IV, del 100% de la población encuestada; 56 personas, de un total de 105 individuos y el 53% del 100%, estarían dispuesto a pagar ¢500 - ¢1000 extra por el servicio express. 46 personas, de un total de 105 individuos y el 44% del 100%, estarían dispuesto a pagar ¢1000 - ¢2000 extra por el servicio express. 3 personas, de un total de 105 individuos y el 3% del 100%, estarían dispuesto a pagar ¢2000 - ¢2500 extra por el servicio express.

Según los resultados en promedio, la muestra la mayoría estaría dispuesto a pagar entre ¢500 y ¢2000, por el servicio express, para la entrega del producto final, al cliente final.


5.2 Análisis del mercado de distribución:


Se hace un estudio vía telefónica, correo electrónico entre otros, de forma virtual no cara a cara, a consecuencia de la crisis sanitaria COVID-2019; esto ha sido un reto complicado el no poder realizar visitas, y conocer la forma de trabajo los distintos distribuidores.


5.2.1 Análisis de resultados de la distribución materia prima (carne animal).

Las tres distribuidoras están de acuerdo en las siguientes preguntas:

- Interés positivo en realizar convenio gastronómico en el proyecto.
- Si tienen convenios con otros proyectos.
- El tipo de pago será de inmediato, y de forma (efectivo, transferencia u ambas)
- El chofer se encarga de enviar el producto según fechas estimadas.
- Mercadería se vende al por mayor.
- La calidad: El Gerente garantizó productos altamente frescos, y con 100% calidad, son productos cortados a dos días como máximo.

 **Tres Jotas:** El contrato será anual, depende de las partes o del negocio por realizar. En la tabla No.14 del capítulo IV; muestran los precios por kilos y son productos (carne roja, carne de cerdo, carne blanca pollo, carne pescado, embutidos). Tiempo de entrega sería dos veces por semana

 **El Arreo:** El contrato será trimestral, depende de las partes o del negocio por realizar. En la tabla No.15 del capítulo IV; muestran los precios por kilos y son con un alto costo y los productos (carne roja, carne de cerdo, carne blanca pollo, carne pescado, embutidos). Tiempo de entrega es semanalmente.

 **Grupo Zamora:** El contrato será trimestral, depende de las partes o del negocio por realizar. En la tabla No.16 del capítulo IV; muestran los precios son menos que las anteriores distribuidores, se vende por kilos y son con un

alto costo y los productos (carne roja, carne de cerdo, carne blanca pollo, carne pescado, embutidos). Tiempo de entrega sería dos veces por semana.

Las dos carnicerías están de acuerdo en las siguientes preguntas

- Interés positivo en realizar convenio gastronómico en el proyecto.
- No tienen convenios con otros proyectos.
- El tipo de pago será de inmediato, y de forma (efectivo, transferencia u ambas)
- El servicio, se ofrece bajo pedido a llamada, y ellos ofrecen, lo que tienen en el local.
- Mercadería se vende detalle.
- La calidad: El Gerente, indica que la frescura, al ser una carnicería, los productos no están cortados el mismo día, y pueden tener varios días, en el local.

✚ **Carnes San Martín:** El contrato no aplica, depende de las partes o del negocio por realizar. En la tabla No.17 del capítulo IV; los precios son mayores a una distribuidora, se venden por kilos y son con un alto costo y los productos (carne roja, carne de cerdo, carne blanca pollo, carne pescado, embutidos).

✚ **Don Fernando El Especialista en Carnes:** El contrato será trimestral, depende de las partes o del negocio por realizar. En la tabla No.18 del capítulo IV; los precios son mayores que las distribuidoras, se vende por kilos con un alto costo y los productos (carne roja, carne de cerdo, carne blanca pollo, carne pescado, embutidos). Tiempo de entrega es cada inicio de mes.

Resultado Final de las distribuidoras y carnicerías que ofrecen productos de origen animal:

De las 5 empresas, entrevistadas, compartieron los precios de sus productos, para poder realizar el apartado del tercer objetivo específico, que contempla la viabilidad y factibilidad para implementar un proyecto financiero. Se ven reflejados en la inversión inicial y en el flujo de efectivo. Para la materia prima, de un proyecto gastronómico de comida típica costarricense. Se rescata solo los precios de la distribuidora, los de la carnicería no, estos se venden al detalle, y afecta directamente a los costos del proceso.

5.2.2 Análisis de resultados de la distribución materia prima de legumbres y hortalizas

Las tres microempresas, de venta de hortalizas, legumbres; están de acuerdo en las siguientes preguntas

- Interés positivo en realizar convenio gastronómico en el proyecto.
- Si tiene convenios con otros proyectos.
- El tipo de pago será de inmediato, y de forma (efectivo, transferencia u ambas)
- El pedido se recibe la mercadería los días pactados, depende de cuando el chofer realice la ruta.
- Modo de transporte sería por camión donde se encarga la empresa.
- Mercadería se vende detalle.

- La calidad: El Gerente, representó con la calidad de los productos que ofrecen los vendedores del día anterior máximo cortado los productos son altamente frescos.
- 🚦 **Hermanos SC:** El contrato será mensual, depende de las partes o del negocio por realizar. Los precios por kilos son razonables, con respecto a otros distribuidores, supermercados o ferias.
- 🚦 **Mundo Agrícola:** El contrato será semestral, depende de las partes o del negocio por realizar. Los precios por kilos son razonables, con respecto a otros distribuidores, supermercados o ferias. Tiempo de entrega es quincenalmente.
- 🚦 **LEFRUVERD (Legumbres, Frutas y Verduras):** El contrato será mensual, depende de las partes o del negocio por realizar. Los precios por kilos son razonables, con respecto a otros distribuidores, supermercados o ferias. Tiempo de entrega es diariamente.

Resultado Final de los microempresas que ofrecen productos agropecuarios:

De las 3 microempresas, entrevistadas, ofrecen en su mercadería productos (vegetales, verduras y frutas). Brindaron una estimación de precios. Los cuales se utilizó para el apartado del tercer objetivo específico, y contempla la viabilidad y factibilidad para implementar un proyecto financiero, se utiliza estos datos para la inversión inicial, continuamente para el flujo de efectivo, poder elaborar los costos de la materia prima de este tipo de insumo, que son de uso vital para un proyecto gastronómico de comida típica costarricense.

5.2.3 Generación de Empleo:

- Presenta una serie de posibilidades para apertura de empleo, en diversas formas, 8 empleos directos.
- El servicio se innova el proyecto, con el servicio a domicilio, incrementa empleo a las diversas aplicaciones que existen en el mercado de hoy en día.
- Crecer económicamente, e incrementar la planilla, conocer a la comunidad y realizar un convenio de empleo, con los vecinos.

5.3 Estudio financiero del proyecto:

Los datos para analizar el estudio financiero, y verificar si el proyecto es viable serán los siguientes:

- a) Este plan de inversión, es un método cuantitativo financiero, conocido como flujo proyectado por cinco años, se utiliza año cero la inversión inicial. los primeros 250 días, son para sacar los permisos sanitarios, municipales, pólizas, patentes; compra de materia prima, mobiliario y equipo.
- b) El proyecto gastronómico, ofrece diversas opciones en todo el país, por ser parte de las costumbres, variedad y prestigio, los mismos venden entre 120 y 180 platillos diarios durante las tres jornadas (almuerzo, café, cena) Es variable, y se toma en cuenta la crisis sanitaria COVID-2019, porque perjudica notablemente.
- c) Las ventas del proyecto sería una estimación para el primer año de 80 unidades o platillos diarios en las tres jornadas (almuerzo, café, y cena). Para que poco a poco se vaya introduciendo al mercado.

- d) Las estimaciones del mercado, provienen de un incremento anual por ventas en las unidades, de 35%.
- e) Los cálculos del proyecto, implica un riesgo, pero también es alcanzable, un plato típico de Costa Rica, "EL CASADO COSTARRICENSE"; su diversidad nutricional (proteína, carbohidrato, vegetales), y bebida natural incluida, primera opción este platillo tiene un costo unitario de ₡8,500 (ocho mil quinientos). La segunda opción, (+ una proteína adicional + dos acompañamientos adicionales + bebida natural + postre); tiene un costo unitario de ₡10.000 (diez mil colones), las dos opciones tienen un margen de utilidad de 50%. La estimación de ingresos, en ventas es de 65%, en el casado con una sola proteína y sin acompañamientos. El 35% en las ventas del casado con dos acompañamientos, dos proteínas y postre. El proyecto se ofrecerá una variedad de platillos comida típica (casados, sopas como olla de carne, picadillo, gallo pinto, huevos, ensaladas, chorreadas, empanadas, sándwiches, postres, entre otros).
- f) Los datos para este proyecto de investigación, proyecta una inflación de 3% \pm p.p y una tasa básica pasiva del 3,65 del día 15 de julio del 2020, de acuerdo con los porcentajes y datos actualizados de la tabla de la tasa básica pasiva del Banco Central de Costa Rica, proporcionados por este mismo lugar.
- g) La estimación para la viabilidad del aumento en los gastos fijos y variables, según la inflación esperada de este año con la crisis sanitaria de un 3,5%.
- h) Se realiza entrevistas telefónicas, y visitas a sucursales de algunos bancos privados y públicos, y cooperativas; no trabajan con emprendedores, solo con un mínimo de dos años de operación. El Banco Nacional ofrece el programa (BN MUJER), y el Banco de Costa Rica ofrece el programa (BANCO CRISTAL); con

las mejores oportunidades de crecimiento. El Banco Nacional, ofrece una tasa de interés competitiva; de un 11%, a un plazo de 300 meses, se escoge esta opción como la más viable; esta entidad financiera por su gran conocimiento en el mercado.

i) El capital de trabajo, se utiliza un período de desfase de 7 días, de acuerdo con el ciclo productivo de la producción y venta de comida típica costarricense al público.

5.3.1.1 Inversión Inicial del Restaurante:

En la tabla No. 14, del capítulo IV, se detalla minuciosamente; lo necesario para la implementación de un restaurante típico costarricense, la compra de equipos, accesorios, da un gasto de: ₡28.058.223,00, en segundo plano, el inventario de alimentos (comida de origen animal, granos, vegetales, pimientos, verduras, y frutas), implica un gasto de: ₡3.600.530, los gastos por construcción ; (pintura, mano de obra, decoración, maderas y materiales, plantas ornamentales, otros gastos); un gasto de ₡5,875,000,00 en cuarto plano, los gastos no intangibles los que no se pueden ver, como lo son (gastos de formalización, depósito, capital de trabajo); estos rubros da un monto por: ₡6.516.841,00. Presenta un resultado final de la inversión inicial por la suma: ₡44.050.594,00.

5.3.1.2 Cuadro de depreciación:

Según la ley de la Renta, en el Sistema Costarricense de Información Jurídica, los muebles y equipos (activos y tangibles), deben establecer la una deducción de las cuotas, según Anexos 1 y 2, tiene diferentes formas de elaborarlo.

Se utiliza la depreciación de línea recta.

En la tabla No. 15 en el capítulo IV, el cuadro de depreciación de los equipos de la inversión inicial, se deprecian entre 5, 10, 15 años. De la inversión inicial se rescata 41 equipos y mobiliarios, de lo cual la cuota anual sería por ₡1.841.673, y la cuota mensual sería por ₡153.473; según indica la ley.

5.3.1.3 Ingresos:

En la tabla No. 16 del capítulo IV, los ingresos provienen de las ventas esperadas, se estima vender un aproximado 80 unidades.

- Año 1: Penetración del mercado: 2.400 unidades, con un costo de ₡8.500 por plato, generando un ingreso anual de: ₡244.800.000,00.
- Año 2: Crecimiento del insumo: Las ventas en un 35%, por 3.240, proveyendo un monto anual de ₡330.480.000,00.
- Año 3: Madurez del proyecto: Las ventas en un 30% de las ventas por 4.212, proveyendo un monto mensual de ₡429.624.000,00.
- Año 4: Sigue en la etapa de madurez: Las ventas en un 25%, de las ventas por 5.265, proveyendo un resultado de ₡537.030.000,00.
- Año 5: Declive del producto, como se puede observar existe un porcentaje de ventas de un 20%, por 6.318, dando un resultado de ₡644.436.000,00.

5.3.1.4 Salarios:

En la tabla No.17, del capítulo IV, la planilla será de la siguiente forma; 1 administrador, 1 chef, 1 ayudante de cocina, 1 misceláneo, 2 salonereros, 1 pilero, 1 cajero. Cuentan con salarios mínimos según el Ministerio de Trabajo de Costa Rica, son 8 colaboradores. La planilla suma: ₡2.859.151,00, dando un resultado al primer año de ₡34.309.815,00.

5.3.1.5 Provisiones de Ley:

En la tabla No. 18 del capítulo IV, se verifica las provisiones de ley según los salarios establecidos en el apartado anterior, donde los aguinaldos se deduce mensualmente un 8.33%, la cesantía un 5.33% el FCL un 3%, provisión de vacaciones 4.16%, todo estos datos son de la página del Ministerio de Trabajo actualizados al 2020

5.3.1.6 Riesgos de Trabajo:

En la tabla No. 19 del capítulo IV, presenta los Riesgos de Trabajo que son mensualmente por cada empleado de 1.43%, en el proyecto de investigación para los 8 colaboradores, estos rubros son actualizados del Instituto Nacional de Seguros. Por un monto mensual de: ₡490.630.

5.3.1.7 Cargas Sociales:

En la tabla No. 20 del capítulo IV, las cargas sociales, son actualizadas de la Caja Costarricense del Seguro Social de Costa Rica, por año de un 26.33%, se paga un monto anual de ₡9.033.774,00.

5.3.1.8 Costo Fijos:

En la tabla No. 21 del capítulo IV, se verifica los gastos fijos del proyecto por cinco años, (salarios, servicios profesionales, servicios públicos, seguros, gastos de oficina, publicidad.)

5.3.1.9 Costo Variables:

En la tabla No.22, del capítulo IV, se verifica los gastos variables de los primeros cinco años, la materia prima, la cual cambia mes con mes, según la oferta y la demanda.

5.3.1.10 Costo Total de Producción:

En la tabla No.23 del capítulo IV, el costo total de producción de los cinco años, es la sumatoria anual entre costos fijos y costos variables. Genera una parte esencial de operación del proyecto.

5.3.1.11 Costo Total Efectivo del Primer Año:

En la tabla No.24, del capítulo IV, se analiza el costo total efectivo del primer año: de la sumatoria del primer año de los costos fijos más los costos variables, se divide

entre 30, para sacar el promedio diario, posterior se multiplica por los días hábiles, de apertura del proyecto, con un resultado final de capital de trabajo: ¢2.487.585,00.

5.3.1.12 Crédito:

Entidad Bancaria	Banco Nacional de Costa Rica
Programa de crédito	Programa de BN MUJER
Monto del crédito	¢35 000 000,00
Tasa de interés	11%
Plazo	300 meses

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

En la tabla No 25, del capítulo IV, se detalla el préstamo, para financiar el proyecto es por un monto de ¢35.000.000,00, en el Banco Nacional de Costa Rica, tiene un programa para emprender de BN MUJER, con las condiciones más adecuadas, para costear. Con una tasa anual de 11% por un monto anual: ¢3.850.000,00; pagando unas cuotas de ¢1.400.000,00, durante los 25 años del plazo. Implica una amortización mensual al capital por: ¢116.667.

5.3.1.13 Estado de resultados proyectado a un 1 año (en los 12 meses durante el primer año.)

En la tabla No.26, del capítulo IV, se detalla el estado de resultados proyectado de mes 1 al mes 12 del primer año de proyección; lo siguiente, se detalla lo siguiente:

- Los ingresos provienen de las ventas del proyecto, son constantes.
- Los costos de materia prima, son constantes, en el mes 7 al 12 aumenta 1.05, los costos totales de producción, en los periodos mensuales del primer año.
- La utilidad bruta, es positiva en los 12 meses, del primer año del flujo.
- Los gastos no efectivos de depreciación y amortización, son constantes.

- Los gastos operativos del proyecto, son constantes.
- Los gastos financieros, no son constantes, hay fluctuación en la tasa y la amortización al capital cambia año con año, y mes con mes.
- La utilidad neta antes de impuestos es positiva.
- El impuesto de renta para la utilidad después de impuestos es de un 30%.
- La utilidad neta después de impuesto es positiva.

5.3.1.14 Estado de resultados proyectado a cinco 5 años: (desde el año 1 al año 5 del estado proyectado.)

En la tabla No 27, del capítulo IV, se analiza el estado de resultados proyectado a cinco años, los datos vienen del estado de resultados del primer año desglosado mes a mes, en la tabla No. 26, del capítulo IV, varias características que se detalla a continuación:

- Las ventas son crecientes durante los cinco años.
- La utilidad bruta es positiva y creciente.
- La utilidad neta antes de impuestos es positiva y creciente.
- La utilidad neta después de impuestos es positiva y creciente.

5.3.1.15 Flujo proyectado a cinco a 1 año (durante los 12 meses del primer año.)

En la tabla No.28, del capítulo IV, se analiza el flujo proyectado a 12 meses, del primer año proyectado, se detalla los siguientes detalles:

- Año cero, se refleja el inventario inicial por $\phi 44.050.594$.

- Primer mes, los ingresos, provienen del préstamo bancario por un monto de $\phi 35.000.000,00$, y existe un aporte de socios por $\phi 9.050.594,00$.
- Los gastos de operación, financieros y depreciación se toman en cuenta para la utilidad neta antes del impuesto.
- El saldo en caja neto es positiva y variable.
- Saldo en caja ajustado, la ganancia del proyecto es positiva.

5.3.1.16 Flujo proyectado a cinco a 5 años (desde el año 1 al año 5 del flujo proyectado.)

En la tabla No.29, en el capítulo IV, el flujo proyectado a 5 años para el proyecto en estudio y verificar su viabilidad y factibilidad económica, con los siguientes detalles:

- Los ingresos son crecientes.
- La inversión inicial, solo se realiza en el año 1, para la implementación del proyecto en estudio.
- El saldo en caja neto es positiva y variable, son crecientes
- Saldo en caja ajustado, que es lo refleja la ganancia es positiva y rentable.
- Se plantea la idea de innovar la venta de servicio a domicilio, con las plataformas que ofrece el mercado, para inyectar un crecimiento en las ventas del restaurante.

5.3.1.17 Valor Actual Neto (VAN):

En la tabla No.30, en el capítulo IV, el valor actual neto, se suma los saldos en caja neto, del año 1, al año 5, del flujo proyectado, y la tasa requerida que este caso se

utiliza un 20%, en conjunto con la inversión inicial. Con un resultado positivo de: $\phi 487.474.203,36$, esta herramienta representa un análisis del valor de la inversión en un determinado período. Para este proyecto el VAN, es positivo es mayor a 0, significa que es rentable, donde se ve reflejado notablemente, que las ganancias son mayores que los gastos.

5.3.1.18 Tasa Interna de Retorno (TIR):

En la tabla No.31, del capítulo IV, la tasa interna de retorno, para este proyecto de inversión, los saldos netos del flujo proyectado del año uno al año cinco, y la inversión inicial del proyecto, da un resultado de 193.6%;. Este indicador porcentual permite validar si es conveniente invertir en el proyecto en cuestión y realizar comparativas entre múltiples proyectos, dado este análisis es necesario que el proyecto cumpla con el porcentaje de rentabilidad que exigen los socios, donde claramente es reflejado que la Tasa Interna de Retorno excede considerablemente dichas expectativas e incluso llega a superar lo esperado. Los proyectos con TIR, mayor al 100% son proyectos altamente rentables y prácticamente poco comunes en la realidad. Da un margen de recuperación, por lo que con ello se termina de confirmar la viabilidad del proyecto.

5.3.1.19 Punto de Equilibrio:

En la tabla No.32, del capítulo IV, el punto de equilibrio, se obtiene de los gastos fijos se dividen en costos variables dividido en ventas totales. El resultado que genera la división entre $1 - (\text{costos variables} / \text{ventas totales})$ es de 0,75, se divide los

gastos fijos entre los 0,75, presenta un punto de equilibrio de $\text{¢}88.146.420,00$; este indicador es el mínimo para mantener el negocio activo. Se espera vender 2400 unidades mensuales y 28.800 unidades anuales; donde el punto de equilibrio, no genera ni ganancias ni pérdidas en la rentabilidad del proyecto financiero.

5.4 Propuesta del restaurante:

- Nombre Comercial: **LA CHOZA DE BE.**
- Ubicación: Ciudad Colón, Mora, 200 Oeste de la iglesia católica, 300 Norte.
- Enfoque: Casados, sopas, bebidas, platillos típicos costarricenses.
- Mercado Meta: Clase media–alta, alta
- Tipo de servicio: A la carta.
- Horario: Lunes a Domingo de 10:00 am a 11pm.
- Tamaño del local: 12 mesas de 4 personas para un espacio máximo de 48 personas.

📐 Croquis del restaurante:



Figura 5.4.1 Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

- El local será alquilado en un periodo determinado
- Se estima un parqueo para 40 vehículos con guarda de seguridad.

- El local debe contar con baños de mujer y de hombre, según los requerimientos legales.

Análisis FODA:

<p>FORTALEZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Muy buena ubicación del local, de fácil acceso en una zona muy concurrida por nuestro público meta. 2. Servicios con alta calidad y bajos tiempos de espera. 3. Productos de calidad. 4. Comida saludable y deliciosa. 5. Una muy cuidada presentación visual de nuestros platillos. 6. Amplio parqueo. 	<p>DEBILIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevo en el sector.
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cercanías con empresas. 2. Entretenimiento tranquilo música de cámara y pantallas. 3. Pocos restaurantes ofrecen nuestro tipo de servicio. 4. Convenios de ofertas con bancos y tarjetas. 	<p>AMENAZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Clases sociales afectan al restringiendo y cerrando oportunidades para el público. 2. Aumento de la carga social. 3. Costos de operación altos. 4. Alta competencia contra otras marcas de restaurantes ya posicionadas y consolidadas en el mercado. 5. Competencia directa, Multiplaza Escazú.

Fuente: Elaboración propia con base al instrumento.

- **Misión:** Comprometernos altamente con la excelencia en el servicio al cliente. Entregándoles una experiencia gastronómica inigualable, que exceda por mucho sus expectativas, ofreciéndoles platillos que sean verdaderos manjares de altísima calidad y gran valor percibido.
- **Visión:** Ser reconocidos como un restaurante insignia en la industria gastronómica nacional, siendo originales, consistentes, profesionales, con calidad humana, con fuertes principios éticos, ofrecer servicios y productos de excelencia, además de ser líder y modelo a nivel nacional siendo precursores de un ambiente novedoso y original para los restaurantes.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1 Conclusiones:

El objetivo general de este proyecto de investigación es el siguiente:

“Evaluar el grado de aceptación por la población local y la factibilidad económico-financiera del establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, Mora, en la provincia de San José, Costa Rica, en el periodo de enero a agosto del 2020”.

A partir, de este objetivo general del proyecto se puede deducir las siguientes conclusiones:

- Ante la respuesta positiva del método cuantitativo (encuesta), refleja que si existe una posible acción de inaugurar, un proyecto gastronómico en el cantón de Mora.
- En el capítulo IV, se presenta una idea innovadora, en respuesta de los resultados del proyecto de investigación, al analizar, en el capítulo V, donde se ve manifestado el análisis de los resultados, en el primer semestre del 2020, el ejercicio gastronómico en el cantón de Mora, si existe una viabilidad positiva, al mostrar una proyección de utilidades durante los cinco años posterior a los costos que significa una inversión inicial.
- Durante la proyección de ventas, del proyecto, se identifica un crecimiento oportuno y progresivo, para obtener mayores ingresos en el restaurante.
- Después de identificar los costos, que requiere la implementación del propósito, ante la diferencia de los ingresos, en conjunto al préstamo bancario, que genera la mayor oportunidad para dicho plan.

- Las ventas puede ser inconstantes, vienen derivadas de la frecuencia de los clientes al restaurante, y del insumo que estos soliciten, y es importante detallar, que no todos los meses son iguales, por este motivo el comportamiento del mercado, se conoce durante el camino.

Recomendaciones:

- ✓ Ofrecer servicio a domicilio, con las aplicaciones del mercado, esto ante la emergencia COVID-2019; que presenta Costa Rica, al incurrir fundamentalmente la economía del país, genera pérdidas importantes en el sector comercio, por este motivo, los proyectos gastronómicos, solo pueden tener la capacidad de un 50%, es importante, realizar un plan de emergencia, para poder innovar y poder obtener las ventas requeridas.
- ✓ Todos los datos del proyecto, (financieros, ley de Costa Rica cargas sociales, impuestos de renta, etc), fueron con la información entre mayo y julio 2020, por este motivo, el proyecto se recomienda, incorporarlo de inmediato, tomando en cuenta, que si el propósito; no se actualiza a las necesidades que presenta el país, y no se acomoda a las oportunidades nuevas, va ser bastante complicado la rentabilidad del mismo.
- ✓ El proyecto ofrece productos típicos costarricenses (casados, sopas, picadillos, tortillas, chorreadas, empanadas), todo lo que proviene directamente de los rasgos culinarios costarricenses, sin embargo, si se recomienda la posibilidad, de vender productos como postres, repostería al inicio del proyecto, esto estudiando conforme se conoce al cliente meta, para

identificar la posibilidad de que estos, tengan una respuesta positiva al beneficio.

Con respecto al objetivo específico N°1:

“Categorizar el grado de aceptación de la comida típica costarricense entre un segmento de la población económicamente activa, de clase media a media alta ubicado entre los 18 y 65 años de edad de residentes y visitantes, de Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.”, se establecen las siguientes conclusiones:

- El método cuantitativo electo en el proyecto de investigación es una encuesta a nivel virtual; a 105 personas, de diversos distritos, no solo al cantón de Mora, ya que durante la pandemia, es complicado interactuar y solicitar resultados, sin embargo esta herramienta generó, un efecto deseado, al pudo conocer los gustos y necesidades de la muestra, forjó que la población entre los 19 y 65 años, está dentro de la muestra del objetivo, específico.
- También, se obtuvo, que los clientes potenciales, si consumen comida típica costarricense frecuentemente.
- La muestra indicó, que el cantón de Mora, no tiene muchos restaurantes de esta materia, por ello representa un reto muy bueno el poder implementarlo.

Recomendaciones:

- ✓ Elaborar estrategias de encuestas, semestralmente a los clientes, para conocer si existe un grado de aceptación positivo o negativo, del proyecto, para poder conocer si existen puntos de mejora o alguna recomendación, trabajar de forma oportuna y satisfactoria.

- ✓ La crisis sanitaria COVID-2019, es el pilar más importante, de las limitaciones, se recomienda obtener los resultados más certeros, a un futuro es necesario conocer los clientes, no solo de forma virtual, es substancial interactuar con ellos, para ofrecer el servicio que esperan recibir.

Con respecto al objetivo específico N°2:

“Determinar los posibles distribuidores y proveedores locales, así como las posibilidades de generación de empleo, derivadas de la propuesta de establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.”, se establecen las siguientes conclusiones:

- Con respecto a la pandemia sanitaria y económica que enfrenta Costa Rica, fue bastante complicado, visitar, y entrevistarse personalmente, con los proveedores y distribuidores, se hizo con una entrevista telefónica, se solicitó, algunos datos que se ven expresados en el capítulo IV, proporciona una lista de precios, con los bienes que prometen, y que el proyecto necesita para su viabilidad.
- El inventario inicial, reflejo un alto costo, sin embargo se consultó a los diversos distribuidores principalmente (equipo y maquinaria); la opción de leasing, alquiler de equipos, por 2 años como máximo, y al tercer año ya fuera, activo fijo del restaurante. Desde luego, por ser un proyecto emprendedor, ellos comentan que no ofrecen esta opción, y que solo venden al contado, si dan la opción de visita al local para realizar medidas, y asesoría gratuita, con el fin de construir los accesorios de mueble, a la medida.

- El impacto del sector comercial, para la generación de empleo, se verifica que el cantón de Mora, si tiene gran potencial de recurso humano, con ello al inicio, solo se cuenta con 8 colaboradores; de diferentes puestos, al fin de conocer el comportamiento del mercado.

Recomendaciones:

- ✓ Conservar los distribuidores de forma detallada, mensualmente se solicite los pedidos, ordenadamente, fechas específicas, ya que ellos no todos los días, pueden llegar a entregar mercadería. Recomendable, mantener el mismo proveedor siempre y cuando este sea constante, en calidad, cantidad, formas de entrega. Para mantener el excelente servicio al cliente que se requiere.
- ✓ Proporcionar un contrato con los distribuidores, para la entrega el producto, precios, garantía, significa un acuerdo positivo por ambas partes.
- ✓ , Conforme el proyecto, crezca exponencialmente, se puede recurrir a la contratación de más personal, siempre en convenio con la comunidad.

Con respecto al objetivo específico N°3:

“Elaborar con base en la información recopilada, una propuesta viable y rentable de un restaurante de comida típica costarricense en Ciudad Colón, cantón de Mora, San José.”, se establecen las siguientes conclusiones:

- La inversión inicial, se deduce de un ¢44.050.594,27, del cual proviene del préstamo bancario por ¢35.000.000,00 otorgado por el Banco Nacional de Costa Rica, que ofrece el programa BN MUJER, y ofrece las mejores condiciones para emprender, más el aporte de socios por ¢9.050.594.

- Los costos de producción, en Costa Rica son bastante altos, en comparación a otros países de Centroamérica.
- Las ventas son crecientes, después de realizar un estudio de los gastos y costos directos y variables, se verifica que si exista una rentabilidad en utilidades, de la implementación del restaurante, después del análisis en el flujo proyectado por cinco años entre ingresos y los gastos operativos, costos fijos y variables.
- Se identifica que el proyecto es viable, ya que su valor actual neto es por $\text{¢}487.474.203,36$; genera un resultado, altamente rentable la inversión de este proyecto. Y la tasa interna de retorno es de 193,6%, significa que si es conveniente invertir en este proyecto, al generar un alto porcentaje de recuperación en los primeros cinco años.
- El punto de equilibrio es por $\text{¢}88.146.420,00000$; implica que se vende más de ese monto anual genera ganancias el proyecto, pero si se vende menos de este monto al año, genera pérdidas.

Recomendaciones:

- Es muy importante, ir de la mano, de la publicidad para que el restaurante se dé a conocer, en medio de publicidad, descuento y opciones de promoción de los productos, trabajar de la mano con redes sociales, para conocer los gustos y necesidades de los clientes, conocer los comentarios después de la visita.
- Estudiar mensualmente las ventas del restaurante, en consecuencia a la frecuencia de los clientes, y es recomendable, tomar en cuenta, que durante

va pasando el tiempo, meses, años, existen fluctuaciones importantes en la economía, y puede afectar, un aumento en la materia prima, tasas de interés, valor de divisas, y otros rubros administrativos, que organicen gastos no cubiertos en el flujo proyectado por los cinco años.

ABSTRACT

El proyecto gastronómico denominado “LA CHOZA DE BE”, es un emprendimiento culinario enfocado en la cocina típica costarricense, entendida esta como el aprovechamiento de los beneficios de la mezcla de ingredientes tropicales lo que garantiza la rica combinación y el balance nutricional de vegetales, carnes, frutas y demás, con un sabor único e incomparable.

Esta empresa se constituirá de acuerdo con todos los requerimientos formales, establecidos por las autoridades nacionales de Costa Rica, así como en concordancia con las disposiciones de la Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE).

El objetivo final de este proyecto es el de satisfacer al mercado meta (público en general entre 19 y 65 años) con una propuesta de alta calidad culinaria a costos razonables. Este estudio enfatizará en la viabilidad económica para el desarrollo del proyecto, tomando en consideración la actual coyuntura nacional y el procesamiento de los datos obtenidos como parte del trabajo.

La situación costarricense al día de hoy, está marcada por la crisis sanitaria debida a la pandemia del COVID-19, lo que ha provocado una modificación muy amplia de las estrategias de negocio, convirtiéndose en una necesidad la innovación de alternativas para mejorar la entrega a domicilio; mayoritariamente basadas en el uso de apps y otros recursos tecnológicos.

El trabajo refleja los resultados obtenidos con el uso de herramientas cuantitativas (encuestas personalizadas, entrevistas telefónicas a distribuidores, bancos y cooperativas); así como estudios financieros, para completar los elementos que permitirán determinar la posible aplicación de este plan en el lugar y en los tiempos previstos.

En lo referente al análisis de resultados, el enfoque se planteó muy positivo y la posibilidad del negocio se mostró como altamente rentable, lo que augura el éxito del proyecto; además

deja abiertas posibilidades de verificar los esquemas de costos y la diversidad de productos, considerando la variedad de alternativas disponibles en esta área, lo que aumenta las opciones para los clientes.

Un elemento interesante, muy importante de señalar muestra que a la luz del análisis de los datos financieros, se evidencia que Costa Rica tiene costos de producción muy altos. Dada esta situación, para lograr adaptar las necesidades del proyecto de ofrecer tres tiempos de comida (almuerzo, café y cena); se estableció un esquema de costos que distribuye los costos totales entre los tres tiempos, esto con la intención de racionalizar el impacto y obtener una reducción en los gastos que se refleje en mayor ganancia por ventas. La propuesta del restaurante enfatizará en la unión de rasgos étnicos, culturales y económicos con una fuerte orientación a potenciar las características nacionales.

Este será un punto de atracción del lugar para así satisfacer a los locales que buscan sus raíces culinarias tradicionales y también ofrecer a los extranjeros la posibilidad de explorar los sabores exóticos de la cocina costarricense.

Esta consideración se basa en el resultado de las respuestas obtenidas en la muestra a 105 personas, realizada virtualmente y que obedecían a la condición de encontrarse entre los 19 y los 65 años y ser habitantes de la Gran Área Metropolitana; ya que mayoritariamente estos manifestaron su preferencia hacia consumir comida típica costarricense, lo cual constituye una importante variable para ser considerada en el objetivo de este proyecto.

ABSTRACT

The gastronomical project, named "LA CHOZA DE BE", is a culinary enterprise, focussed in costarican typical cuisine, intended to take advantage of the benefits of the tropical mix of ingredients which guarantee a rich combination and dietary balance of vegetables, meats, fruit and so on, which an incomparable and unique taste.

These enterprise is intended also to fulfill all the established requirements by all the national regulatory bodies and the Cámara Costarricense de Restaurantes (private organization that gathers and protects the interests of the businessmen of the sector).

The objective of the project is at the end, to satisfied the target market (general public between 19 to 65 years old) with a high quality culinary proposal at affordable costs.

This study will emphasize in the economical viability to develop the project, taking into consideration the actual national conjuncture and the obtained data compiled as a part of this work.

The today's Costarican situation marked by the sanitary crisis due to the COVID-19 pandemy, modify largely the business strategy, becoming a necessity to innovate by the alternative to enhance the home delivery services, mostly based in the use of apps and other technological resources.

The work also reflects the obtained results of the application of quantitative tools (personalized polls, telephonic interviews with distributors, banks, cooperatives), and financial studies to complete the elements that allow determining the possible application of the plan in the place and time foreseen.

In the event of results analysis, the focus became positive and the possibility of the enterprise was showed as highly profitable predicting success to the project, and also left open a series of possibilities to verify the costs schemes and diversity of products due to the broad variety of alternatives disponible in the field, increasing the options for costumers.

An interesting remark, very important to take into consideration shows in light of the analysis of financial data, that Costa Rica has very high production costs. In this situation to adapt to the needs of the project, to offer 3 meal times (lunch, coffee time and dinner) a cost scheme was established to distribute the costs between the three times to rationalize the impact and obtain a reduction in expenses and reflects a higher sales profit.

The restaurant's proposal must emphasize in the union of ethnic, cultural and economic features, strongly oriented to potentiate the costarican national characteristics. These will be the attraction of the place to satisfy the nationals that seek his traditional culinary roots and to offer foreigners the possibility to explore the tastes of the exotic costarican cuisine. This statement is based in the result of the answers of the 105 virtual sample surveyed, between 19 to 65 years old and GAM (spanish acronym for Big Metropolitan Area) inhabitants, mostly concerned to express the preference to consume costarican typical food, a very important remark to the objective of these project.

Palabras Claves:

- **Gastronomía:** Relación en una serie de conocimientos, actividades, en ingredientes, recetas, y su evolución histórica.
- **Demanda:** Cantidad de bienes y servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos.
- **Oferta:** Presentar algo que otro tome, brindar un conjunto de ofertas hechas en el mercado por los bienes y servicios a la venta.
- **Mercado meta:** Segmento de mercado concreto, población o grupo de consumidores a los cuales se desea llegar.
- **Proveedores:** Aquellos que proveen o abastecen, ósea que entregan bienes o servicios a otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- 10.Tips.com. 2020. /*Tipos de estrategias*/Recuperado de: <https://10tipos.com/tipos-de-estrategias/>

Abela, J/*Las tecnicas de analisis de contenido: Una revisión actualizada.* / Recuperado de: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>

- Alonso U. Agencia de Cooperación Internacional de Japón 2014./ *Recopilación de información para el programa de apoyo a Pymes y Desarrollo Económico Local.*/Recuperado de: https://www.jica.go.jp/costarica/espanol/office/others/c8h0vm00009ezf53-att/study_02.pdf

BLOG HISPANO DE NEGOCIOS, 2020. /*Permisos municipales para abrir un negocio*/ Recuperado de: <https://www.bloghispanodenegocios.com/permisos-municipales-abrir-negocio/>

Caja Costarricense del Seguro Social CCSS. 2016-2020. /*Calculadora Patronal*/Recuperado de: <https://www.ccss.sa.cr/calculadora>

- Cartín, M. Rojas, M. Aguilar, G. (2017). *La alimentación de la población costarricense en los siglos XIX y XX: La clase social y los proletarios.* Revista Herencia Vol. 30 (I), Universidad de Costa Rica.

Castillo, I. Lidefer. Com/ *Marco Metodologico: Características y Estructura*/Recuperado de: <https://www.lifeder.com/marco-metodologico/>

- Cazau, P. 2006/ *Introducción a la investigación en Ciencias Sociales*/Recuperado de: <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>

- Cecilia Isabel Gutiérrez de Alva. (2012), *Historia de la gastronomía / Red de tercer milenio.* Recuperado:[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Historia de la gastronomia.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Historia_de_la_gastronomia.pdf)

- Centro de Estudios CERVANTINOS/¿*Qué es un presupuesto financiero y como se elabora?*/Recuperado de: <https://www.centroestudioscervantinos.es/presupuesto-financiero/>

- COMPARA SOTFWARE Gestión de Proyecto/¿*Cómo conocer y explicar la naturaleza del proyecto?*/Recuperado de: <https://blog.comparasoftware.com/naturaleza-del-proyecto/>

- Concepto de 2020/ *Concepto de Mercadeo*/Recuperado de: <https://concepto.de/mercadeo/>

- Concepto Definicion 2020/ *Autorrealizacion/* Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/autorrealizacion/>

- ConceptoDefinicion2020/Gastronomía/Recuperadode: <https://conceptodefinicion.de/gastronomia/>
Copyright. (2008). Definición de planeación Estratégica. Recuperado de: <https://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- CORPONET BLOG CORPONET. Castro, J. 2015./¿Qué es un estado de flujo de efectivo y cuáles son sus objetivos?/Recuperado de: <https://blog.corponet.com.mx/que-es-un-estado-de-flujo-de-efectivo-y-cuales-son-sus-objetivos>
- CrearEmpresa.Golor,2012./ *Bienvenidos a Crearempresa./* Recuperado de: <https://crearempresa.go.cr/cfm/plantillas/gobDigital/bienvenidos.cfm>
CreceNegocios, 2015. / *El modelos de las cinco fuerzas de Porter/* Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- De Conceptos.com (2020). Concepto de la comida. Recuperado de: <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/comida>
- Debitoor 2020/ *Responsabilidad Social - ¿Que es Responsabilidad Social?/* Recuperado de: <https://debitoor.es/glosario/definicion-responsabilidad-social>.
- DeConceptos.com 2020/ *Concepto de empleo/* Recuperado de: <https://deconceptos.com/ciencias-juridicas/empleo>.
- DeConceptos.com 2020/ *Concepto de muestra/* Recuperado de: <https://deconceptos.com/general/muestra>
- DeConceptos.com 2020/ *Concepto de oferta/*Recuperado de: <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/oferta>
- DeConceptos.com 2020/ *Concepto de proveedores/*Recuperado de: <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/proveedores#:~:text=A-Concepto%20de%20proveedores,bienes%20o%20servicios%20a%20otros>.
- DeConceptos.com 2020/*Concepto de Origen/*Recuperado de: <https://deconceptos.com/general/origen>
- DeConceptos.com2020/*Concepto de comida/*Recuperado de: <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/comida>
- Definicion 2020/ *Definicion de internet/*Recuperado de: <https://definicion.de/internet/>
Definición ABC, 2007-2020/ Definición de la economía/ Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/economia/economia.php>.
- DefiniciónDe 2020/ *Concepto de población/*Recuperado de: <https://definicion.de/poblacion/>

- Destino Negocio. EMPRENDIMIENTO. 2015. /*Como Registrar una empresa en Costa Rica.*/Recuperado de: https://destinonegocio.com/cr/emprendimiento-es_cr/como-registrar-una-empresa-en-costa-rica/
- eEadic, 2015. / *La estrategia de una empresa: características.*/ Recuperado de: <https://www.eadic.com/la-estrategia-de-una-empresa>.
 - *Ejemplos de consentimiento informado en una investigación en una investigación social del campo educativo*/Recuperado de: <http://www.ub.edu/histodidactica/images/documentos/pdf/EIEMPLOS%20DE%20CONSENTIMIENTOS%20INFORMADOS%20EN%20UNA%20INVESTIGACION%20SOCIAL%20DEL%20CAMPO%20EDUCATIVO.pdf>
 - ELSEVIER 2003/ *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*/Recuperado de: <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
 - Emprendepyme.net 2018/ *¿Qué es el mercado meta?*/Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-mercado-meta.html>
 - Empresario 5 minutos 2020/ *¿Que es el IVA o impuesto de valor agregado?*/Recuperado de: <https://www.siigo.com/blog/empresario/que-es-el-iva/>
 - Espinosa, S./ *Las fuentes de información en el estudio de mercado*/Recuperado de: http://davidspinosa.es/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=337:las-fuentes-de-informacion-en-el-estudio-de-mercado&catid=80:analisis-externo
 - Espinosa. R. / *Marketing Estratégico: concepto, funciones, y ejemplos.*/Recuperado de: <https://robertoepinosa.es/2016/10/23/marketing-estrategico-concepto-ejemplos>
 - Evans, K. (October/25/2018). *Costa Rica Food: A Gastronomy Tour.* International Living Magazine. Recuperado de: <https://internationalliving.com/costa-rican-food/>
 - FACTUFACIL. /*¿Que son los costos de administración?*/ Recuperado de: <https://www.factufacil.es/dudas/que-son-los-costes-de-administracion>
 - Fundamentosdemercadotecnia04s Blog, 2019. /*El entorno de marketing*/ Recuperado de: <https://fundamentodemercadotecnia04.wordpress.com/el-entorno-del-marketing-microentorno/>
 - Garcia, I, Economía Simple.net 2017/ *Definición de viabilidad*/ Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>

- Garcia, I, Economía Simple.net 2017/ *Definición de viabilidad*/ Recuperado de: https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidadScribd_2020/Que_es_factibilidad/Que_es_viabilidad/ Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/263285238/Que-Es-Factibilidad>
- Garcia, I, Economía Simple.net 2017/ *Definición de viabilidad*/Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/viabilidad>
- Gestio P. (2001), *¿Qué es el estudio de factibilidad de un proyecto?* Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- GestioPolis, 2020/*¿Qué es un plan de compras?*/ Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-compras/>
- GestioPolis. Jiménez, W 2012./ *¿Como elaborar un flujo de caja, ejemplo simplificado?.*/ Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/como-elaborar-un-flujo-de-caja-ejemplo-simplificado/>
- Global Negotiator 2020/ *Diccionario de comercio internacional*/Recuperado de: <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/alianza-estrategica/>
- Gonzalez, L. 2020, */Cocina Costarricense*/Recuperado de: <https://www.recetasdecostarica.com/2010/02/casados-de-costa-rica.html>
- Google Forms/Recuperado de: <https://ambientescolaborativospaolagarcia.wordpress.com/para-que-sirve-google-forms/>
- GRUPO INS, 2020. / *Seguros del Riesgo de Trabajo.* / Recuperado de: <http://portal.ins-cr.com/portal.ins-cr.com/Empresas/SegurosCo/RiesgosTrabajo/Requisitosdesuscripcion.htm>
- Guía Rápida Inscripción, Modificación de datos o desinscripción en el Registro Unico Tributario 2018/ Recuperado de: https://www.hacienda.go.cr/docs/5acd2da05585d_folleto%20modificacion%202018.pdf
- Hoyos, B. /*Plan de Marketing Diseño, implementación y control*/Recuperado de: <http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/stage.aspx?il=7;&pg=&ed=>
- Inmaginario, A. 2020, *Significados/ Significado de la Cultura*/ Recuperado de: <https://www.significados.com/cultura/>.
- InmoTico 2020/ *Locales comerciales en Alquiler en Ciudad Colón* /Recuperado de: <http://www.inmotico.com/alquiler-de-locales-comerciales-en-ciudad-colon-b30077-10-1.html>.
- Innatia 2020/ *Definición de confianza en si mismo*/ Recuperado de: <https://www.significados.com/tenacidad/>

- Instituto de la Empresa IE. Business School (1991). *El plan de Negocios Una Herramienta Indispensable*. Recuperado: https://joseantoniosanchezegea.files.wordpress.com/2011/09/plan_empresa1.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2011). *Estadísticas demográficas 2011-2025. Población total proyectada al 30 de junio por grupos de edades, según 5*
- Instituto Nacional del Cancer 2020/ COVID 2019/Recuperado de: <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario/def/covid-19>.
- Jauregul, A Lifer.com/7 *Tipos de presupuestos y sus características*/ Recuperado de: <https://www.lifer.com/tipos-presupuestos/>
- lAlimentos 2020/*Prueba de aceptación del producto industria y consumidor*/Recuperado de: <https://www.revistaalimentos.com/noticias/prueba-aceptacion-del-producto-industria-consumidor/>
- Lom, H. OMPI ORGANIZACION DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL/ Desarrollo De Marcas: ¿Cómo Utilizar La Propiedad Intelectual Para Aportar Valor A Su Empresa?/Recuperado de: <https://www.wipo.int/sme/es/documents/branding.htm>
- Lopez, C. ScIELO 2004/*Poblacion, muestra, muestreo*/Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Lopez, J. Fox, E. Lucero, J, Lopez, E, Miranda, E, Merancia, J/*Alcance de la investigación a realizar*/ Recuperado de: <file:///C:/Users/ivann/Downloads/SEMINARIO-CAPITULO%205-%20EQUIPO%20%23%203.pdf>
- Luján,N. (2019). *Historia de la gastronomía*. 21-03-2020.Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=zeavDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=QUE+ES+LA+GASTRONOMIA&ots=PEmTOHomM8&sig=YuUjdojWR7PidDsrvszDLtnD0iM#v=onepage&q=QUE%20ES%20LA%20GASTRONOMIA&f=false>
- Martinez, C / Lidefer. Com/ *¿Qué es la Observación Directa? Características y Tipos*./Recuperado de: <https://www.lifer.com/observacion-directa/>
- Martínez, J. Liderazgo y Mercadeo. Com./ *Mezcla de Mercadeo*/Recuperado de: <https://www.liderazgoymercadeo.co/mezcla-de-mercadeo/>
- MEIC, 2020 /*PYMES EN COSTA RICA*/ Recuperado de: <https://www.pyme.go.cr/>
- Mejía, L. Bravo, M. Mejía, S. (2014). *La gastronomía como símbolo en la cultura*. Revista Virtual Especializada en Gastronomía. (VII).

- Mejias, N. Odiseo/*Escalas de actitudes en investigación*/Recuperado de: <https://odiseo.com.mx/libros-y-resenas/escalas-de-actitudes-en-investigacion/>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica. (2019). *PYMES activas al 31 de diciembre 2019*. Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica, Costa Rica. Recuperado de: [http://reventazon.meic.go.cr/informacion/datosabiertos/2019/pymes/diciembre/pdf/activas.pdf]
- Ministerio de Hacienda. 2020. / *Declaración de Inscripción, Modificación de datos, Desinscripción en ATV*./ Recuperado de: <https://www.hacienda.go.cr/contenido/13358-declaracion-de-inscripcion-modificacion-de-datos-desinscripcion-en-atv>
- Ministerio de trabajo y Seguridad Social 2020/ *Lista de Salarios mínimos por ocupación Año 2020*/ Recuperado de: <http://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/lista-salarios.html>.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social MTSS, 2020. /*Código de Trabajo de Costa Rica*. /Recuperado de: http://www.mtss.go.cr/elministerio/marco-legal/documentos/Codigo_Trabajo_RPL.pdf
- Municipalidad de Mora (2019). *El cantón*. Recuperado de: <https://mora.go.cr/el-cant%C3%B3n>.
- Municipalidad de Mora 2020, *Solicitud de patente comercial o licencia de licores (no ocasional ni temporal)*/ Recuperado de: https://img1.wsimg.com/blobby/go/f36e4cd5-d20c-4e64-a5a0-af8b5beec88a/downloads/1d0kajfp_886169.pdf?ver=1593553353000.
- Muñoz, A. Investigación y educación en enfermería./ *El estudio exploratorio. Mi aproximación al mundo de la investigación cualitativa*/ Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1052/105222406019.pdf>
- Nuño, B. 2007. /¿Que es la investigación de mercado?/ Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-investigacion-de-mercado.html>
- Oliver, H. Octava Decisión /*Contabilidad*/Recuperado de: <http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/stage.aspx?il=7;&pg=&ed=>
- Ori, J. eHow en Español/¿Cuál es el significado de las variables en la investigación?/ Recuperado de: <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>
- Peiro A, Econonimedia. Haciendo fácil la economía, 2020, /*Visión de una empresa*. / Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/vision-de-una-empresa.html>.
- PID Practicum E.F Proyecto de innovación docente, practicum de educación física/ *El método de observación como instrumento de análisis*./ Recuperado de: https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observacion.htm
- Pignataro, A. (2016). *Manual para el análisis político cuantitativo*. Editorial UCR.

Portafolio Digital 2020 de Enlace Comercial, 2020./ *¿Cómo Crear una empresa en Costa Rica? Manual para extranjeros/* Recuperado de: <http://www.portafoliocomercialcr.com/%C2%BFc%C3%B3mo-crear-una-empresa-en-costa-rica-manual-para-extranjeros>

- PowerData2015, / *Datos secundarios: definición y tipos/* Recuperado de: <https://blog.powerdata.es/el-valor-de-la-gestion-de-datos/bid/405364/datos-secundarios-definicion-y-tipos>
- Prezi, /*Pruebas estandarizadas e inventarios/*Recuperado de: <https://prezi.com/ekkzz0bunaob/pruebas-estandarizadas-e-inventarios/>
- QuestionPro 2020/ *Muestreo no probabilístico: definición, tipos y ejemplos/*Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/>
- QuestionPro 2020/ *Tipos de investigacion y su relacion con las encuestas/* Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercados/>
- QuestionPro/*Diseño de investigación y que tipos que existen/*Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/disenio-de-investigacion/>
- Quiroa M, Economipedia *Haciendo fácil la economía, 2020/ Proceso Productivo/*Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>
- Raffino, M. 2020. Concepto de/ *Concepto de demanda/*Recuperado de: <https://concepto.de/demanda/>
- Ramirez, C, Gestipolis, 2005. /*Estrategia empresarial y tipos de empresa./* Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/estrategia-empresarial-tipos-estrategias/>
- Ramirez, J, Lidefer.com/*Variables dependiente e independiente: concepto y ejemplos/*Recuperado de: <https://www.lifeder.com/variables-dependiente-independiente/>
- Reyes, F. (2009): GestioPolis. *Emprendimiento y características de los emprendedores.* Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/emprendimiento-y-caracteristicas-de-los-emprendedores>.
- Riquelme, M. WEB Y EMPRESAS 2018,/*Metologia de la investigación (definicion y conceptos) /*Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/metodologia-de-la-investigacion/>
- Riquelme, M. WEB Y EMPRESAS, 2020/*¿Qué son los costos directos de producción?/*Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/que-son-los-costos-directos-de-produccion/>
- Rivera C. (1995), *Implementación: Fenómeno organizativo multidimensional,* Recuperado de: <https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/6419/db952204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Rodríguez, A. 2018. /*Definición del plan de mercadeo/*Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13098881/definicion-de-un-plan-de-mercadeo>

- Roselló, M. (2019). *Capítulo 11: Alimentación, cocina y gastronomía*. Manual Práctico de Nutrición y Salud. Kelloggs.es. Recuperado de: https://www.kelloggs.es/content/dam/europe/kelloggs_es/images/nutrition/PDF/Manual_Nutricion_Kelloggs_Capitulo_11.pdf
- Ross, M. (2001) EUNED. *Entre el comal y la olla*. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=icY2kM6bn-C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Sada, M. (2004). *Introducción de la gastronomía. 21-03-2020*. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=PvkjB8gN_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=QUE+ES+LA+GASTRONOMIA&ots=pZM54jZTlc&sig=lq0h4lzlWzITop_9mfdR4f99-o#v=onepage&q=QUE%20ES%20LA%20GASTRONOMIA&f=false
- Salas. T. ENFOQUE INTEGRAL 2016/ Quinta Edición/Recuperado del libro: *Análisis y diagnóstico Financiero*.
Sánchez, J. /Economipedia. **PLAN DE NEGOCIO** El plan de negocio es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, en un servicio, o en el conjunto de una empresa. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>
- Sapag & Sapag 1989/ *Preparación y evaluación de proyectos segunda edición*/ Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2013/03/Preparacion-Y-Evaluacion-De-Proyectos-Sapag-Sapag.pdf>
- Sevilla, A. Economipedia Haciendo fácil la economía. 2020/ *Tasa Interna de Retorno (TIR)*/ Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Significado de empleo 2020/¿Que es empleo?/ Recuperado de: <https://www.significados.com/empleo/>
- Significado de Precio 2020/ Que es Precio/ Recuperado de: <https://www.significados.com/precio/>
- Significados 2013-2020/ Que es tenacidad/ Recuperado de: <https://www.significados.com/tenacidad/>
- Significados 2020/ Significado de etnia/ Recuperado de: <https://www.significados.com/etnia/>.
- Sistema Costarricense de Información Jurídica 2020./*Reglamento del Impuesto de la Renta*./Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=7241
- Survey Monkey/*Diferencia entre investigación cualitativa y cuantitativa*./Recuperado de: https://es.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/?program=7013A000000mweBQAQ&utm_bu=CR&utm_campaign=71700000064157464&utm

[adgroup=58700005704021400&utm_content=39700052007818796&utm_medium=cpc&utm_source=adwords&utm_term=p52007818796&utm_kxconfid=s4bvpi0ju&gclid=EAiaIQobChMIzLr-5 XM6AIVGWKGCh1EmAUIEAAYASAAEgLrsPD BwE](https://www.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/cuadros/frmvercatcuadro.aspx?idioma=1&codcuadro=%2017)



- Tasa Básica pasiva Julio 2020, TBD 2020, Recuperado de: <https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/cuadros/frmvercatcuadro.aspx?idioma=1&codcuadro=%2017>.
- Tips, 2020. */Utensilios y herramientas de cocina/* Recuperado de: <https://tienda.tipscr.com/hogar/153-utensilios-y-herramientas-de-cocina?page=19>
- UNESCO (2003). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Documento electrónico.* Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>.
- Universidad De Colima 2020/ *Investigación cuantitativa, cualitativa, mixta.* /Recuperado de: <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>
- Universidad para la Paz. (s.f.). *Living in Costa Rica: General information.* University for Peace (UPEACE)-United Nations (UN). Recuperado de: <https://www.upeace.org/files/Student%20Life/Living%20in%20Costa%20Rica.pdf>
- Velayos V, Econonimedia. Haciendo fácil la economía, 2020, */Misión de una empresa.* / Recuerado de: <https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html>.
- Velayos, V. Economipedia Haciendo fácil la economía. 2020./*Valor actual neto (VAN)/* Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Yanez D. Lidefer. com/*¿Qué es el Enfoque de la Investigación? Tipos Principales/*Recuperado de: [https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/.](https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/)

GLOSARIO

- **Casado Costarricense:** “Eterno matrimonio” conjunto de arroz, frijoles, ensalada, picadillo, proteína. Riquezas naturales, y costumbres del origen costarricense.
- **Comida:** Es todo aquello que podemos ingerir, para poder subsistir, igual que otros seres vivos.
- **COVID-2019:** Enfermedad respiratoria muy contagiosa causada por el virus SARS-CoV-2. Trasmisión que se origina de persona a persona.
- **Cultura:** Conjunto de bienes materiales y espirituales en un grupo social transmitido de generación en generación a fin de orientar las practicas individuales y colectivas.
- **Economía:** Administración o disciplina que estudia las relaciones de producción, intercambio de bienes y servicios.
- **Empleo:** Se entiende como la ocupación u oficio, que desempeña una persona en una unidad de trabajo.
- **Etnia:** Es una comunidad humana que comparte un rasgos de tipo sociocultural, al igual que afinidades raciales.
- **Factibilidad:** Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.
- **Mercadeo:** Acción que se desarrolla en un medio social, entre personas o entidades con un fin económico, y administrativo, donde existe un intercambio de intereses.
- **Viabilidad:** Plan o misión a la probabilidad que existe de llevar aquello que se pretende o plantea a cabo.

ANEXOS

Anexo No.1. Declaración de Inscripción del Registro Único Tributario Modelos 140

 					
Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario - Modelo 140 Versión 1					
Todos los campos con asterisco * son obligatorios-Muestre los trámites que gradúe					
I. Identificación del obligado tributario					
Número identificación *			Nombre completo *		
II. Domicilio fiscal					
Identificadora *		Número median/NBE/Codrato *		Otras:	
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Otras señas *					
III. Datos de contacto del obligado tributario					
Teléfono fijo 1	Teléfono fijo 2	Teléfono móvil 1 *	Teléfono móvil 2 *	Número fax 1	Número fax 2
Apartado postal		Código postal		Correo electrónico 1 *	
Correo electrónico 2					
IV. Datos de la actividad económica					
Fecha inicio *		Código actividad *		Nombre de la actividad *	
Detalle descripción de la actividad económica *					
Nombre comercial			Especialidad		
Dirección de la actividad económica					
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Otras señas *					
VI. Información de representante legal					
Número identificación *			Nombre completo *		
Dirección del representante legal					
Identificadora *		Número median/NBE/Codrato *		Otras:	
Provincia *		Cantón *		Distrito *	
Barrio		Calle		Avenida	
Otras señas *					
VII. Información del apoderado generalísimo sin límite de suma					
Número identificación *			Nombre completo *		
Fecha inicio *		Provincia *		Cantón *	
		Distrito *			
Barrio		Calle		Avenida	
Otras señas *					
Teléfono fijo					
Correo electrónico					

IX. Régimen tributario					
Régimen tributario: *	Unidad <input type="checkbox"/>	Simplificada <input type="checkbox"/>	Fecha de inicio:	Fecha de fin:	Código fiscal: *
Regístrate en el régimen IVA:	Primer mes de actividad en el <input type="checkbox"/>		Plazo de inscripción de inicio de actividades:	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
X. Clasificación de impuestos					
Renta/Ventas	<input type="checkbox"/>	Renta de Capital Móvil	<input type="checkbox"/>		
Impuesto al Valor Agregado/IVA	<input type="checkbox"/>	Impuesto de juego (casinos)	<input type="checkbox"/>		
Impuesto de consumo	<input type="checkbox"/>	Impuesto sucesorio de donación	<input type="checkbox"/>		
Productos del Tabaco	<input type="checkbox"/>				
Relación ejemplar	<input type="checkbox"/>				
Renta de Capital Inmobiliario	<input type="checkbox"/>				
XII. Método de facturación					
Comprobante electrónico: <input type="checkbox"/>		Cada registrante <input type="checkbox"/>			
Factura electrónica (Emisor-Receptor electrónico): <input type="checkbox"/>					
Factura electrónica (Proveedor electrónico-Cliente electrónico): <input type="checkbox"/>					
Factura electrónica (Proveedor de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos): <input type="checkbox"/>					
Factura electrónica (Emisor-Receptor electrónico/Proveedores de sistemas gratuitos para la emisión de comprobantes electrónicos): <input type="checkbox"/>					
Tipo de sistema: Desarrollo interno <input type="checkbox"/> Sistema de un proveedor <input type="checkbox"/> Sistema gratuito de un proveedor <input type="checkbox"/> Sistema gratuito del Ministerio de Hacienda <input type="checkbox"/>					
Resolución: a. Resolución de la DGI <input type="checkbox"/> b. Cuenta con firma electrónica <input type="checkbox"/> c. Sistema propio por registrante, artículo 23M <input type="checkbox"/>					
XI. Autorizaciones especiales					
<input type="checkbox"/> Emisor de bienes	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero, en el caso de bienes que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a bienes de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
<input type="checkbox"/> Emisor de servicios	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir servicios en el extranjero, en el caso de servicios que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir servicios en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a servicios de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de servicios en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
<input type="checkbox"/> Proveedor de exportación	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero, en el caso de bienes que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a bienes de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
<input type="checkbox"/> Proveedor de los contribuyentes locales	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero, en el caso de bienes que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a bienes de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
<input type="checkbox"/> Emisor de los CCSS (Caja Costarricense de Seguro Social)	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero, en el caso de bienes que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a bienes de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
<input type="checkbox"/> Comercializador de productos de consumo básico (alimentos y sus derivados)	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero, en el caso de bienes que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a bienes de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
<input type="checkbox"/> Distribuidor de productos de consumo básico (alimentos y sus derivados)	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero, en el caso de bienes que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a bienes de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
<input type="checkbox"/> Proveedor de productos de consumo básico (alimentos y sus derivados)	<input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero, en el caso de bienes que se exportan al 100% del total de sus operaciones. <input type="checkbox"/> Deberá haber autorización que le autorice a emitir bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones, pero limitado a bienes de carácter personal o profesional.	Autorización especial: Deberá haber autorización de la DGI para la exportación de bienes en el extranjero en el 100% del total de sus operaciones.			
XIII. Presentación. Autenticación de firma					
DGI, la firma del Registrante (FIRANTE) y del representante legal, deberá ser autenticada con un dispositivo electrónico de la DGI o de la presentación electrónica o digital de la DGI.					
_____ Nombre del Registrante				_____ Firma y Dato	
_____ Nombre del Representante					
DE USO EXCLUSIVO PARA LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA					
_____ Nombre del Registrante			_____ Fecha del RUT		
_____ Nombre del Registrante			_____ Fecha de Emisión		
Copia: Administración Tributaria Fecha: 04/04/2018					
Se declara bajo fe de juramento que los datos consignados en esta declaración son ciertos, por lo que asumo las responsabilidades y consecuencias legales que					

Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario – Modelos 140

Anexo No.2 Encuesta elaborada a la población en estudio:

Implementación de un restaurante en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica

Estudio de rentabilidad para implementar el restaurante

***Obligatorio:**

1. 1. ¿Cuál es su género? *

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

Otro: _____

2. 2. ¿Cuál es su edad? *

Marca solo un óvalo.

Entre 0 a 18 años

Entre 19 a 30 años

Entre 31 a 50 años

Entre 51 a 65 años

Entre 66 años en adelante

Otro: _____

3. 3. ¿Usted consume comida típica costarricense? (Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 8.) *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez
- Otro: _____

4. 4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un casado (carne blanca o roja), con bebida incluida?

Marca solo un óvalo.

- ₡ 3500
- ₡ 4500
- ₡ 5000 o más
- Otro: _____

5. 5. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen más de la comida típica costarricense?

Marca solo un óvalo.

- Precio
- Diseño
- Calidad del sabor
- Otro: _____

6. 6. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre nuestros productos?

Marca solo un óvalo.

- Email
- WhatsApp
- Redes Sociales (Instagram, Twitter, Facebook)

7. 7. ¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante?

Marca solo un óvalo.

- Una vez al mes
- Una vez por semana
- Diariamente
- Raramente
- Otro: _____

8. 8. ¿Cuántos bombillos hay en su casa? *

Marca solo un óvalo.

- 0-20 bombillos
- 21 - 50 bombillos
- 51 - 80 bombillos
- 81 - 100 bombillos
- Otro: _____

9. 9. Cuando asiste a un restaurante, ¿Cuál es su reacción ante el entretenimiento? *

Marca solo un óvalo.

- Me agrada
 No me agrada ni me desagrada
 Me desagrada

10. 10. ¿Conoce usted algún negocio o local donde pueda consumir comida típica costarricense en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica.? *

11. 11. ¿Estaría usted dispuesto a consumir comida típica costarricense, por encargo en Ciudad Colón de Mora en San José Costa Rica.? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No

12. 12. ¿En caso de su intereses sea positivo, cual sería la opción mas viable para la entrega del producto final? *

Marca solo un óvalo.

- Servicio de entrega a domicilio (Uber Eats / Glovo/Rappi)
 Local comercial (pick up)
 Encargo por redes sociales. (Facebook, Instagram, Twitter)
 Otro (especifique)

13. 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar extra por el servicio express? *

Marca solo un óvalo.

- Entre € 500 – € 1000
- Entre € 1000 – € 2000
- Entre € 2000 – € 2500

Encuesta elaborada a la población en estudio

Anexo No.3 Lista de Salarios Mínimos por ocupación Año 2020.

Acomodador (cines, teatros, etc.)	TONC	€	10.620,62	Demostrador(Display)	TONC	€	10.620,62	Instructor de Bailes Populares	TOC	€	11.761,76
Acompañante en buseta escolar	TONC	€	10.620,62	Demostrador/Vendedor	TOSC	€	11.549,15	Jardinero (Crear Jardines)	TOC	€	11.761,76
Agente de Aduana o Vapores	TES	€	21.529,01	Dependiente	TOSC	€	11.549,15	Jefe de Cocina (Chef)	TOE	€	13.872,70
Agente de Ventas *	TOCG	€	358.468,86	Despachador Agencia Aduana, Vapores	TOE	€	13.872,70	Jefe de Salones (Maitre)	TOE	€	13.872,70
Albañil	TOC	€	11.761,76	Diagramador en Artes Gráficas	TOE	€	13.872,70	Joyero	TOC	€	11.761,76
Alistador Automotriz (lijador)	TOSC	€	11.549,15	Dibujante en Artes Gráficas	TOE	€	13.872,70	Laboratorista Civil	TOC	€	11.761,76
Analista de Crédito*	TOCG	€	358.468,86	Dibujante de Ingeniería, Arquitectura *	TOCG	€	358.468,86	Laboratorista Clínico	TOC	€	11.761,76
Animador de Eventos	TOC	€	11.761,76	Digitador	TOC	€	11.761,76	Laqueador (Muebles y Similares)	TOC	€	11.761,76
Aplanchador (plancha tipo casera)	TONC	€	10.620,62	Diplomado Para universitario *	DES	€	500.000,15	Lavador de Cabello	TONC	€	10.620,62
Aplanchador con Equipo de Vapor	TOC	€	11.761,76	Diplomado Universitario*	DES	€	500.000,15	Lavador de Carros	TONC	€	10.620,62
Asistente de Abogacía *	TOEG	€	402.556,51	Ebanista	TOE	€	13.872,70	Levanteador de Texto (Artes Gráficas)	TOE	€	13.872,70
Asistente de Consultorio Médico	TOC	€	11.761,76	Educador Aspirante sin Título *	TOEG	€	402.556,51	Licenciado Universitario *	Lic.	€	680.565,53
Asist. Domicilio/Ancianos (cuidados especiales)	TOE	€	13.872,70	Electricista	TOC	€	11.761,76	Limpiador de Tanques Sépticos	TOC	€	11.761,76
Auxiliar Agente de Aduana, Vapores	TOE	€	13.872,70	Electromecánico	TOE	€	13.872,70	Limpista (Artes Gráficas)	TOC	€	11.761,76
Auxiliar de Contabilidad*	TOCG	€	358.468,86	Empacador, Etiquetador	TONC	€	10.620,62	Liquidador Agencia Aduana, Vapores	TOE	€	13.872,70
Auxiliar Dental	TOE	€	13.872,70	Empleado de Despacho	TOSC	€	11.549,15	Llantero	TOSC	€	11.549,15
Ayudante de Cocina	TOSC	€	11.549,15	Empleada Doméstica*	€	199.760,73	Locutor de Radioemisora	TOE	€	13.872,70	
Ayudante de Mecánico general	TOSC	€	11.549,15	Encargado (indica acomodo parques)	TONC	€	10.620,62	Locutor de Televisión	TES	€	21.529,01
Ayudante de Operario, Construcción	TOSC	€	11.549,15	Encargado de Limpieza en General	TONCG	€	316.964,69	Luminotécnico TV	TES	€	21.529,01
Bachiller Universitario *	Bach	€	567.118,50	Encargado de Limpieza en Piscinas	TONC	€	10.620,62	Maestro de Obras (Construcción)	TOE	€	13.872,70
Baqueano	TOSC	€	11.549,15	Enc. Mantenim. Correctivo Cómputo	TOE	€	13.872,70	Manicurista, Maquilladora	TOC	€	11.761,76
Barbero	TOC	€	11.761,76	Enc. Mantenim. Preventivo Cómputo	TOC	€	11.761,76	Maquinista de Embarcaciones	TOC	€	11.761,76
Barista	TOC	€	11.761,76	Encargado de poner Discos (Disjockey)	TONC	€	10.620,62	Marinero	TONC	€	10.620,62
Barrendero (Cocinero)	TOC	€	11.761,76	Encargado de Cámaras Frigoríficas	TOSC	€	11.549,15	Masajista	TOC	€	11.761,76
Bodeguero (Encargado) *	TOSCG	€	341.004,39	Encargado Mantenimiento Edificios	TOC	€	11.761,76	Mecánico Calderas (mantenimiento).	TOE	€	13.872,70
Bodeguero (Peón) *	TONCG	€	316.964,69	Encerador de Carros	TONC	€	10.620,62	Mecánico General	TOC	€	11.761,76
Cajero *	TOCG	€	358.468,86	Encuadernador - Empastador	TOC	€	11.761,76	Mecánico Precisión	TOE	€	13.872,70
Cajista de Artes Gráficas	TOE	€	13.872,70	Encuadernador en Fino	TOE	€	13.872,70	Mecánico Máquinas de Coser Industrial	TOE	€	13.872,70
Camarógrafo de Prensa	TES	€	21.529,01	Encuadernador en Rústica	TOSC	€	11.549,15	Mecánico de Máquinas de hacer Telas	TOE	€	13.872,70
Cantante de Música Popular	TOC	€	11.761,76	Encuestador *	TOSCG	€	341.004,39	Mensajero *	TONCG	€	316.964,69
Cantiniere	TOSC	€	11.549,15	Enderezador Automotriz	TOC	€	11.761,76	Misceláneo *	TONCG	€	316.964,69
Capitán de Embarcación	TOE	€	13.872,70	Engrasador de Autos	TOSC	€	11.549,15	Misceláneo en Hogares Tercera Edad	TONC	€	10.620,62
Carnicero Empleado Despacho	TOSC	€	11.549,15	Ensamblador de Computadoras	TOSC	€	11.549,15	Monitorador de cámaras de video	TOSCG	€	341.004,39
Carnicero Destazador	TOC	€	11.761,76	Envasador Manual	TONC	€	10.620,62	Montacarguista	TOSC	€	11.549,15
Carpintero	TOC	€	11.761,76	Españador de Plaguicidas	TONC	€	10.620,62	Mucama	TOE	€	10.620,62
Calador (café, vinos, otros)	TOE	€	13.872,70	Estampador en Textil (Sengrafla)	TOC	€	11.761,76	Musicalizador en Radioemisoras	TOE	€	13.872,70
Cerrajero	TOC	€	11.761,76	Esteticista	TOE	€	13.872,70	Niñera, excepto en el Hogar del Niño	TONC	€	10.620,62
Chapulnero	TOC	€	11.761,76	Estibador por Kilo de frutas y vegetales	€	0,0729	Niñera en el Hogar del Niño (Servicio Doméstico)	€	199.760,73		
Chequeador Agenc Aduana, Vapor.	TOE	€	13.872,70	Estibador por Movimiento	€	384,77	Oficial de Mesa (panadería)	TOC	€	11.761,76	
Chequeador de Buses	TONC	€	10.620,62	Estibador por Tonelada	€	90,23	Oficinista (General) *	TOSCG	€	341.004,39	
Chofer de Bus (no cobrador)	TOC	€	11.761,76	Estilista	TOC	€	11.761,76	Operador de Cabina de Radioemisora	TOE	€	13.872,70
Chofer de Trailer	TOE	€	13.872,70	Florista	TOC	€	11.761,76	Operador de "Araña" (Sengrafla)	TOC	€	11.761,76
Chofer de Vehículo Liviano	TOSC	€	11.549,15	Fontanero	TOC	€	11.761,76	Operador de Camusel	TOC	€	11.761,76
Chofer de Vehículo Pesado	TOC	€	11.761,76	Fotocopiador (Centro fotocopiado)	TOSC	€	11.549,15	Operador de Caldera	TOC	€	11.761,76
Chofer Microbús (menos de 11pasaj.)	TOSC	€	11.549,15	Fotógrafo de Prensa	TOE	€	13.872,70	Operador de Computación	TOE	€	13.872,70
Chofer-Cobrador de Bus	TOE	€	13.872,70	Fotomecánico de Artes Gráficas	TOE	€	13.872,70	Operador de Draga	TOE	€	13.872,70
Cobrador de Buses	TONC	€	10.620,62	Fotomontador (Artes Gráficas)	TOE	€	13.872,70	Operador de Grúa Estacionaria	TOE	€	13.872,70
Cobrador *	TOSCG	€	341.004,39	Fresador (Metalmeccánica)	TOE	€	13.872,70	Operador de Maquinaria Pesada	TOC	€	11.761,76
Cocinero	TOC	€	11.761,76	Fumigador (Doméstica)	TOSC	€	11.549,15	Operador de Planta Transm. Radio	TOC	€	11.761,76
Confección Muestras de Ropa	TOE	€	13.872,70	Fundidor	TOC	€	11.761,76	Operador de Prensa Rotativa	TES	€	21.529,01
Conserje *	TONCG	€	316.964,69	Futbolista Primera División	TOE	€	13.872,70	Operador de Radio-Taxi	TOC	€	11.761,76
Contador Privado *	TMED	€	375.649,82	Futbolista Segunda División	TOC	€	11.761,76	Operador de Escogedoras de Café	TOC	€	11.761,76
Contador Privado *	DES	€	500.000,15	Gondolero	TONC	€	10.620,62	Operador de Escáner separador colores	TES	€	21.529,01
Contador Privado *	Bach.	€	567.118,50	Guarda del INA *	TMED	€	375.649,82	Operario en Construcción	TOC	€	11.761,76
Contador Privado *	Lic.	€	680.565,53	Guarda *	TOSCG	€	341.004,39	Operario de Talleres Dentales	TOC	€	11.761,76
Cortador de tela	TOC	€	11.761,76	Guarda Custodio Valores-Portavalores	TOCG	€	358.468,86	Ordeñador a Mano	TONC	€	10.620,62
Cosedor Piezas /Prenas a Máquina	TOC	€	11.761,76	Gula Turístico	TOC	€	11.761,76	Panadero	TOC	€	11.761,76
Costurera (Modista)	TOE	€	13.872,70	Guillotnista (Guillotina Eléctrica)	TOC	€	11.761,76	Parrillero	TOSC	€	11.549,15
Counter (Vendedor de Pasajes) *	TOCG	€	358.468,86	Guillotnista (Electrónica programable)	TOE	€	13.872,70	Pastelero	TOC	€	11.761,76
Dealer (Distribuidor de cartas)	TONC	€	10.620,62	Hojalatero	TOC	€	11.761,76	Pedimentador Aduana, Vapores	TOE	€	13.872,70
				Homeador de alimentos	TOSC	€	11.549,15				

Peinadora	TOC	¢	11.761,76
Peluquero / Estilista Canino	TOSC	¢	11.549,15
Peón Agrícola	TONC	¢	10.620,62
Peón de Bodegas Frías	TOC	¢	11.761,76
Peón de Camión Distribuidor	TONC	¢	10.620,62
Peón de Carga y Descarga	TONC	¢	10.620,62
Peón de Construcción	TONC	¢	10.620,62
Peón de Jardín	TONC	¢	10.620,62
Peón en General	TONC	¢	10.620,62
Periodista *	Lic.	¢	680.565,53
Periodista *	Bach	¢	567.772,50
Pilero (Lavador de Platos)	TONC	¢	10.620,62
Pintor Automotriz	TOE	¢	13.872,70
Pintor de Birocha Gorda	TOC	¢	11.761,76
Pistero	TOSC	¢	11.549,15
Pizzero (Cocina Pizzas Preparadas)	TOSC	¢	11.549,15
Portero *	TONCG	¢	316.964,69
Prensista de Artes Gráficas	TOE	¢	13.872,70
Preparador documentos, Ag. Aduana	TOE	¢	13.872,70
Programador de Computación	TOE	¢	13.872,70
Programador en Radiomisoras	TOE	¢	13.872,70
Proveedor *	TOCG	¢	358.468,86
Quemador de Marcos (Serigrafía)	TOC	¢	11.761,76
Quemador de Planchas	TOE	¢	13.872,70
Recamara	TONC	¢	10.620,62
Recepcionista *	TOSCG	¢	341.004,39
Receptor de docu, Ag. Aduana	TOE	¢	13.872,70
Recolectores de Café Cajuela	¢	1.011,22	
Recolectores de Coyal	TONC	¢	10.620,62
Relojero	TOC	¢	11.761,76
Repartidor de Cargas Livianas	TONC	¢	10.620,62
Repartidor-Propagandista	TONC	¢	10.620,62
Repostero	TOC	¢	11.761,76
Sabanero	TONC	¢	10.620,62
Salonero	TONC	¢	10.620,62
Sastre (Prendas a la Medida)	TOE	¢	13.872,70
Secretaria *	TOCG	¢	358.468,86
Secretaria *	TMED	¢	375.649,82
Secretaria *	DES	¢	500.000,15
Secretaria *	Bach	¢	567.118,50
Secretaria *	Lic.	¢	680.565,53
Sellista (Artes Gráficas)	TOC	¢	11.761,76
Servicio Doméstico *	¢	199.780,73	
Soldador (Soldaduras Especiales)	TOE	¢	13.872,70
Soldador en General	TOC	¢	11.761,76
Tapicero	TOC	¢	11.761,76
Tatuador	TOC	¢	11.761,76
Taxista	TOC	¢	11.761,76
Técnico de Educación Superior *	TEdS	¢	462.947,09
Técnico en Aire Acondicionado	TOC	¢	11.761,76
Técnico en Aparatos Ortopédicos	TES	¢	21.529,01
Técnico en Lentes de Contacto	TES	¢	21.529,01
Téc. Refrigeración Doméstica-Indus.	TES	¢	21.529,01
Técnico en Registros Médicos *	TOCG	¢	358.468,86
Técnico Máq. Coser Ind. Especiales	TES	¢	21.529,01
Técnico Medio Educ. Diversificada *	TMED	¢	375.649,82
Técnico Reparación Audio y Video	TES	¢	21.529,01
Técnicos en Salud *	TEdS	¢	462.947,09

Tejedora Manual de Prendas, Muebles	TOC	¢	11.761,76
Telefonista *	TOSCG	¢	341.004,39
Tomero en Madera	TOC	¢	11.761,76
Tomero en Metal	TOE	¢	13.872,70
Tractorista (Oruga o Llanta)	TOC	¢	11.761,76
Tramitador - Abridor Aduanal	TOSC	¢	11.549,15
Vagonero	TOC	¢	11.761,76
Verdulero	TOSC	¢	11.549,15
Zapalero	TOC	¢	11.761,76

Estos salarios contienen un incremento del **2,53 %** para todas las categorías del Decreto en relación con los salarios mínimos del periodo anterior excepto para el servicio doméstico ya que se otorgó un **2,33962%** adicional al monto general aplicado luego del primer aumento.

Para efectos de los Salarios Mínimos el instrumento para la clasificación de ocupaciones son los Perfiles Ocupacionales aprobados por el Consejo Nacional de Salarios. De conformidad con ellos se ha elaborado esta **guía ilustrativa** que contiene algunas ocupaciones clasificadas por Personal Técnico del Departamento de Salarios, en el entendido de que se basan en las tareas típicas conocidas, por lo que un puesto determinado podría tener una clasificación distinta según sus características y responsabilidades específicas.

Para consultas laborales:

llamar gratuitamente:

800 -TRABAJO (800-872-2256)

ó al **CHAT INSTITUCIONAL** por medio de
www.mtss.go.cr

CONSULTAS DE SALARIOS AL CORREO:
consulta.salarios@mtss.go.cr
salario.minimo@mtss.go.cr

**Documento gratuito, prohibida su
reproducción y venta**



DEPARTAMENTO DE SALARIOS

Lista de ocupaciones clasificada por el personal técnico del Departamento

SALARIOS MÍNIMOS SECTOR PRIVADO AÑO 2020

Decreto N° 42104-MTSS, publicado en el Alcance No.285 de La Gaceta No. 242, del 19 de diciembre del 2019. Rige 1º de enero del 2020.

SIGLAS Y SALARIOS MÍNIMOS

TONC	Trabajador en Ocupación No Calificada	¢10.620,62
TOSC	Trabajador en Ocupación Semicalficada	¢11.549,15
TOC	Trabajador en Ocupación Calificada	¢11.761,76
TOE	Trabajador en Ocupación Especializada	¢13.872,70
TES	Trabajador de Especialización Superior	¢21.529,01
TONCG	Trabajador en Ocupación No Calificada (Genérico)	¢316.964,69
TOSCG	Trabajador en Ocupación Semicalficada (Genérico)	¢341.004,39
TOCG	Trabajador en Ocupación Calificada (Genérico)	¢358.468,86
TMED	Técnico Medio en Educación Diversificada	¢375.649,82
TOEG	Trabajador en Ocupación Especializada (Genérico)	¢402.556,51
TEdS	Técnico de Educación Superior	¢462.947,09
DES	Diplomado de Educación Superior	¢500.000,15
Bach	Bachiller Universitario	¢567.118,50
Lic.	Licenciado Universitario	¢680.565,53

* Salario mensual.

El que no tiene ninguna indicación, está por jornada ordinaria.


Para mayor información y debido a que se han hecho circular algunas listas alteradas, se sugiere consultar personalmente en la Oficina de Salarios, en Barrio Tournon del Edif. Benjamin Núñez 50 metros sureste sobre calle paralela, Edificio Anexo, al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Segundo Piso.

Teléfono: 2256 2221 Fax: 2257 4633.

Esta lista está disponible en: www.mtss.go.cr

Lista de Salarios Mínimos por ocupación Año 2020.

Anexo No.4. Locales comerciales en Alquiler en Ciudad Colón.


Anúnciese gratis

Locales Comerciales en Alquiler en Ciudad Colón

Venta
Alquiler
Buscan

Ubicación

San José

Mora

Ciudad Colón

Tipo de Propiedad

Locales Comerciales

Texto a Buscar

Precio

Moneda

Desde

Hasta

Buscar

BÚSQUEDAS ?
Alquiler de casas baratas
Alquiler venta locales

Noticias Inmobiliarias

> 10 consejos para comprar su casa o departamento

vistassantaana.com

Santa Ana, casas en condominio
ABRIR

6 resultados de Alquiler de Locales Comerciales en Ciudad Colón

Compartir esta lista: [f](#) [t](#) [in](#) [e](#) [+](#)

[¿Cómo destacar mi anuncio?](#)

Local en Alquiler en Ciudad Colon MLS 18651 US\$ 1,600.00

Locales Comerciales en Ciudad Colón, Mora, San José

Estupendo local comercial en alquiler en Ciudad Colon, ubicado en una zona privilegiada ideal para emprender o ampliar su negocio. Disfrute de unas excelentes y hermosas instalaciones para posicionar su negocio en el mercado. Perfecto para [\(Ver Más\)](#)

4 Fotos

 Solicitar más información

Local Comercial en alquiler en Ciudad Colón MLS 18-651 US\$ 1,600.00

Locales Comerciales en Ciudad Colón, Mora, San José

Estupendo local comercial en alquiler en Ciudad Colon, ubicado en una zona privilegiada ideal para emprender o ampliar su negocio. Disfrute de unas excelentes y hermosas instalaciones para posicionar su negocio en el mercado. Perfecto para [\(Ver Más\)](#)

11 Fotos

 Solicitar más información

Locales Comerciales para Alquiler US\$ 4,950.00

Locales Comerciales en Ciudad Colón, Mora, San José

Great Commercial Location right in the main road to Ciudad Colón, 4200sqf divide it in 2 floors floors. Special for a Gym, Restaurant or Retail store. 3 showers, 3 bathrooms, and one handicap bathroom. Parking area. Can be rent the entire [\(Ver Más\)](#)

12 Fotos

 Solicitar más información

Se Alquila Local Comercial en Ciudad Colon MLS 18651

US\$ 800.00

Locales Comerciales en Ciudad Colón, Mora, San José

Estupendo local comercial en alquiler en Ciudad Colon, ubicado en una zona privilegiada ideal para emprender o ampliar su negocio. Disfrute de unas excelentes y hermosas instalaciones para posicionar su negocio en el mercado. Perfecto para [\(Ver Más\)](#)

4 Fotos

 Solicitar más información

Alquiler de local comercial en Ciudad Colón / Cod. 18-651 RAH Ofc

US\$ 1,600.00

Locales Comerciales en Ciudad Colón, Mora, San José

Estupendo local comercial en alquiler en Ciudad Colon, ubicado en una zona privilegiada ideal para emprender o ampliar su negocio. Disfrute de unas excelentes y hermosas instalaciones para posicionar su negocio en el mercado. Perfecto para [\(Ver Más\)](#)

10 Fotos

 Solicitar más información

Desde \$109.500 con jardín.

ABRIR

Excelente oportunidad para emprendedores!! MLS 19-1500

US\$ 1,020.00

Locales Comerciales en Ciudad Colón, Mora, San José

Locales y oficinas en centro comercial en Ciudad Colón.desde 60m2 hasta 100 metros cuadrados.Vidrios ahumados temperados.planta de tratamiento de aguas residenciales.ascensor,Fibra óptica, red telefónica,seguridad 24/7,descuento de 50% por el [\(Ver Más\)](#)

6 Fotos

 Solicitar más información

Locales comerciales en Alquiler en Ciudad Colón.

Anexo No.5 Formulario para solicitar la patente en la Municipalidad de Mora:

	SOLICITUD DE PATENTE COMERCIAL O LICENCIA DE LICORES (NO OCASIONAL NI TEMPORAL) MUNICIPALIDAD DE MORA	Código N° ATA-LC-PO006
	Fecha de creación: 15.11.18	versión: 1.0

TRÁMITE N° _____

Favor marcar con una X el trámite que desea realizar (solo se le puede realizar un trámite por formulario):

Trámite para licencia:	<input type="checkbox"/> Comercial	<input type="checkbox"/> Licores	<input type="checkbox"/> Transporte	<input type="checkbox"/> Batera
	<input type="checkbox"/> Otro:			

DECLARACION JURADA

I. DATOS DEL SOLICITANTE (Sea persona física o jurídica)

Nombre del Solicitante (físico o jurídico): _____
 Documento de identificación (física o jurídica) #: _____
 En caso de persona jurídica, nombre del representante legal: _____
 Documento de identificación del representante legal #: _____
 Señalo como lugar o medio para recibir notificaciones: Telf. _____ Telf. _____
 Fax _____ Correo: _____
 Dirección: _____

II. DATOS DEL LOCAL COMERCIAL

Nombre Comercial del Negocio o Local: _____
 Se solicita licencia para (actividad específica): _____
 Dirección exacta del local: Distrito: _____ Finca N°: _____ No. (teléfono): _____
 Otras señas: _____
 Edificio: _____ Piso: _____ Local: _____ Teléfono: _____ Fax: _____

III. DATOS PARA CÁLCULO DE LA PATENTE COMERCIAL

Fecha inicio actividad en este Cantón: ____/____/____ (día/mes/año) Cantidad de Empleados: _____
 Estimación mensual de ventas (colones): _____ Valor de acciones (colones): _____

IV. DATOS DEL DUEÑO DE LA PROPIEDAD O TITULAR DEL DERECHO SOBRE EL INMUEBLE O LOCAL

Nombre del propietario (físico o jurídico): _____
 Documento de identificación (física o jurídica) #: _____
 En caso de persona jurídica, nombre del representante legal: _____
 Documento de identificación del representante #: _____
 El lote o inmueble cuenta con permiso de construcción aprobado y pagado N° _____

Nosotros los abajo firmantes, de calidades antes mencionadas, apodados de las penas con que se castiga el delito de perjurio (20 a meses a 2 años de prisión según art 823 del Código Penal) declaramos bajo fe de juramento que la información suministrada anteriormente en lo que corresponde a cada uno es verídica.

 Firma del Solicitante
 Documento de identificación #: _____

 Firma del dueño o titular del derecho sobre la propiedad o local
 Documento de identificación #: _____

Yo el solicitante AUTORSO a: _____
 Documento de identificación N° _____, para que presente y reúna
 documentos con respecto a este trámite.

Firma del autorizado: _____

NO LLENE ESTE ESPACIO, ES PARA USO DE LA MUNICIPALIDAD

Formulario recibido por: _____ Fecha: _____ Cantidad de folios recibidos: _____

Observaciones: _____

Nombre del solicitante: _____ Trámite N° _____

Formulario recibido por: _____ Fecha: _____

Observaciones: _____

Cualquier consulta comunicarse al 1546 1546 o al 1544 1544 ext. 116 o correo electrónico comunicacion@moracg.gub.ec

 Nombre del Autorizante







 N° de cédula

 Firma y sello

 Timbre Colegio de Abogados

Anexo No.6 Lista de distribución o catálogos de equipamientos de cocina

Distribuidora EQUIPOS AB de Costa Rica.

Nombre:		IVANNIA AGILAR		Tel 1: 8859-26-97		Tel 2:		E-mail: ivannia_ag@hotmail.com	
Atención:				7 de julio de 2020					
Dirección:									
CANT	ITEM	COD	DESCRIPCIÓN	FRENTE	FONDO	ALTO	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL	
1		BT001	 BATIDORA PLANETARIA. BUEJO DE 3 ASPAS, ELÉCTRICA 2 HP 220V, CAPACIDAD DE 80 QZ.				\$2.275.000,00	\$2.275.000,00	
1		C6009	 PRESINSE INDUSTRIAL DE 2 AGUAS, CON ASISTENTE, FABRICADA EN ACERO INOXIDABLE. AL SCORRE: MANECA CAFFEA, ESPAÑA (TS-2-12) MARCA CAFFEA, ESPAÑA				\$182.120,00	\$182.120,00	
1		A300CF100	 PERCOLADOR (CAFETERA) DE 300 TAZAS, CONTROL AUTOMÁTICO DE TEMPERATURA, RESISTENTE AL CALOR, INCLUYE INDICADOR CLARO DEL NIVEL DE AGUA, 1112 INDICADORA CUANDO EL CAFÉ ESTÁ LISTO, ENSAMBLADO EN ACERO INOXIDABLE. 120V, 1.350W, 11,25 AMP, NÚC.	0,40	0,40	0,54	\$160.380,00	\$160.380,00	
1		C335A	 COCINA EN LÍNEA DE 3 QUEBADORES IMPORTADOS, BANDEJA RECOLECTORA, VÁLVULAS Y OXIGENADORES IMPORTADOS, PERILLAS AMERICANAS, ENSAMBLADA EN ACERO INOXIDABLE OPACO LABRADO, SALE EN TUBO DE ACERO CON ESTANTE INFERIOR Y TERMINALES AJUSTABLES EN ACERO INOXIDABLE MARCA AB	1,10	0,60	0,90	\$258.970,00	\$258.970,00	
1		INTERSIGHT A	 COCINA INDUSTRIAL TIPO AMERICANA A FUEGO, PILOTOS, CON PLANCHA DE 0,50x0,70 CM, 8 MM DE GROSOR, PARRILLA 800 Q,50, HORNIO CON PLANCHA EN HIERRO NEGRO, CUENTAN CON RESPALDO DE 15CM, QUEBADORES 24000 BTU, VÁLVULAS Y OXIGENADORES IMPORTADOS, CON RODINES Y CON FRENO, ENSAMBLADA ACERO INOXIDABLE OPACO LABRADO, PERILLAS AMERICANAS, PARRILLA DE 0,50x0,70 CM EN HIERRO NEGRO MARCA AB	1,92	0,85	0,90	\$1.189.120,00	\$1.189.120,00	
1		COVC100	 CONDENSADOR TIPO EXHIBICION VIDRO CURVO AL FRENTE, ILLUMINADA, CAPACIDAD PARA 30 TAMBORES DE HELADO, ENSAMBLADA EN ACERO INOXIDABLE OPACO LABRADO, CERRADA ATRÁS, INGRESO A LA BODEGA POR LA PARTE DE ARRIBA, MOTOR 120V, RANGO DE TEMPERATURA DE -10°C A -20°C CON REGULACION POR TERMOCUENTRO FLUID, GAUGE DIGITAL.	2,00	0,75	1,31	\$1.791.000,00	\$1.791.000,00	

1	F272000		FREGADERO DE 2 TANQUES IMPORTADO, ESTANTE INFERIOR, ENSABLADO EN ACERO INOXIDABLE, LAMINA #18, PATAS EN TUBO REDONDO DE 1 1/2", TERMINALES AJUSTABLES EN ACERO INOXIDABLE, GRID O CACHERA OPCIONAL, RESPALDO DE 0,15 CMS., TOTALMENTE SOLDADO (NO ATORNILLADO). ESTRUCTURA RIGIDA Y SOLIDA, GARANTIZADO, MARCA AE	2,80	0,70	0,90	\$474.300,00	\$474.300,00
1	MD4300A		MÁQUINA DE HIELO MARCA ICE-O-MATIC, CAPACIDAD 420 LBS, ELÉCTRICA 110V, CONTENEDOR EN ACERO INOXIDABLE, TIPO DE CUBO 3/4 X 3/4	0,78	0,81	1,35	\$1.712.000,00	\$1.712.000,00
1	FILTRO PARA AGUA		FILTRO PARA AGUA TIPO PLUS PASO 1, FABRICADO EN POLIPROPILENO, RENDIMIENTO 85% SÓLIDOS EN SUSPENSIÓN, MAYORES A 50 MICRAS, CONTIENE REDUCTORES DE 1/4 A 1/2, INCLUYE MANUAL DE INSTALACIÓN.				\$12.740,00	\$12.740,00
1	ADCRC030		OLLA ARROCERA IMPORTADA MARCA ADCRAFT DE ACERO, CON RECUBIERTA CON PINTURA RESISTENTE AL CALOR, CAPACIDAD DE 30 TAZAS, ELÉCTRICA 220V.				\$188.200,00	\$188.200,00

1	F00000		CONGELADOR DE USO COMERCIAL MARCA FRODOX, CERTIFICADO ETL, COMPRESOR EMBRACO FLUOROHAL 2, PUERTAS DE VIDRIO ENDURECIDAS, CON CAPACIDAD DE -18°C A -20°C, 110V/60HZ, AHORRO DE ENERGÍA, FÁCIL LIMPIEZA, PANTALLA DE TEMPERATURA, CONGELACIÓN RÁPIDA, USO DE BAJO RUIDO, LIBRE DE CFC, 17 PIES.	1,79	0,65	0,85	\$440.510,00	\$440.510,00
1	M72120AA DE		MESA DE TRABAJO, CON 2 ESTANTES INFERIORES Y 2 ESTANTE SUPERIORES, ATRAS, ENSABLADA EN ACERO INOXIDABLE, LAMINA #18, PATAS EN TUBO REDONDO DE 1 1/2", TERMINALES AJUSTABLES EN ACERO INOXIDABLE, TOTALMENTE SOLDADA (NO ATORNILLADA), RESPALDO DE 0,15 CMS., ESTRUCTURA RÍGIDA Y SÓLIDA, GARANTIZADA, MARCA AE	3,00	0,70	0,90	\$680.472,00	\$680.472,00
1	C00000		CAJONERA EXTRACTORA TIPO CONICA A LA PARED, ENSABLADA EN ACERO #18, LABRADO # 20, TOTALMENTE SOLDADA, INCLUYE 2,40 PIES, DE DUCTOS EN LAMINA GALVANIZADA # 22, EXTRACTOR IMPORTADO TIPO AXIAL, 1HP, 220V, ALAS DE 36", DEBIDAMENTE INSTALADA, EL CLIENTE DEBE APORTAR LAS ACOMETIDAS ELECTROMECÁNICAS, INCLUYENDO LOS APAGADORES, MARCA AE	4,00	0,95	0,50	\$1.095.880,00	\$1.095.880,00
1	F272000		FREGADERO DE 2 TANQUES IMPORTADO, ESTANTE INFERIOR, ENSABLADO EN ACERO INOXIDABLE, LAMINA #18, PATAS EN TUBO REDONDO DE 1 1/2", TERMINALES AJUSTABLES EN ACERO INOXIDABLE, GRID O CACHERA OPCIONAL, RESPALDO DE 0,15 CMS., TOTALMENTE SOLDADO (NO ATORNILLADO). ESTRUCTURA RIGIDA Y SOLIDA, GARANTIZADO, MARCA AE	2,80	0,70	0,90	\$474.300,00	\$474.300,00

1	F272000		FRIGADERO DE 2 TAVQUES IMPORTADO, ESTANTE INFERIOR, ENSAMBLADO EN ACERO INOXIDABLE, LAMINA #18, PATA EN TUBO REDONDO DE 1 1/2", TORNILLOS AJUSTABLES EN ACERO INOXIDABLE. GRID O CACHERA OPCIONAL. RESPALDO DE 0.15 CMS., TOTALMENTE SOLDADO (NO ATORNILLADO). ESTRUCTURA RIGIDA Y SOLIDA. GARANTIZADO. MARCA AE	2,80	0,70	0,50	\$474.300,00	\$474.300,00
1	IMD4300A		FABRICA DE HIELO MARCA ICE-D-MATIC, CAPACIDAD 420 LIB. ELECTRICA 110 V. CONTENEDOR EN ACERO INOXIDABLE, TIPO DE CUBO 3/4 X 3/4	0,78	0,81	1,36	\$1.712.000,00	\$1.712.000,00
1	FILTRO PARA AGUA		FILTRO PARA AGUA NOTOPLUS PASO 1. FABRICADO EN POLIPROPILENO, REMOVIENDO 99% SOLIDOS EN SUSPENSION MAYORES A 50 MICRAS. CONTIENE REDUCTORES DE 1/4 A 1/2. INCLUYE MANUAL DE INSTALACION.				\$12.740,00	\$12.740,00
1	ADCRC030		OLLA ARROCERA IMPORTADA MARCA ADCRAFT DE ACERO CON RECURBETA CON PINTURA RESISTENTE AL CALOR, CAPACIDAD DE 50 TAZAS, ELECTRICA 220V.				\$188.200,00	\$188.200,00


2	43376		OLLA DE ALUMINIO 100 (DIMENSIONES 22" X 17,7", TAPA # 80482, MARCA OMCAM)					₡108.398,40	₡108.298,50						
2	80476 / 43377		OLLA DE ALUMINIO 80 (DIMENSIONES 17,3" X 18", TAPA # 80477, MARCA OMCAM)					₡86.712,58	₡86.712,58						
2	43372		OLLA DE ALUMINIO 60 (DIMENSIONES 14,6" X 14,6", TAPA # 80475, MARCA OMCAM)					₡58.129,40	₡58.129,40						
1	MC0003		OLLA DE ACERO INOXIDABLE CON FONDO DIFUSOR, CAP: 100 LITROS (42 cm x 41 cm) CON TAPA.					₡168.545,20	₡168.545,20						
1	MC0004		OLLA DE ACERO INOXIDABLE CON FONDO DIFUSOR, CAP: 50 LITROS (42 cm x 40.5 cm) CON TAPA.					₡97.575,60	₡97.575,60						
1	MC0022		SARTEN ANTADHIRENTE AL 14"					₡20.336,00	₡20.336,00						
1	MC0021		SARTEN ANTADHIRENTE AL 12"					₡14.284,80	₡14.284,80						
1	885422		FRANJE, 22" LONGITUD TOTAL, DOS PUNTA DE ACERO INOXIDABLE, MANGO DE MADERA, MARCA MUNDIAL					₡7.300,00	₡7.300,00						
1	7100		PORTABANDEJAS DE PEDESTAL 28-3/4" X 16-1/2", 2 CORREAS, ENSAMBLADA DE FABRICA					₡25.700,00	₡25.700,00						
									₡0,00						
<p>TODO EQUIPO CUENTA CON 1 AÑO DE GARANTÍA TIEMPO DE ENTREGA: FABRICACION 25 DIAS / IMPORTADO ENTREGA INMEDIATA HASTA AGOTAR EXISTENCIAS FORMA DE PAGO: 50% ADELANTO, 50% ANTES DE LA ENTREGA TRANSPORTE O ENTREGA: <u>NO INCLUIDA</u> INSTALACION: <u>NO INCLUIDA</u> INDUCCION: INCLUYE (EN NUESTRAS INSTALACIONES). VIGENCIA DE OFERTA: 15 DÍAS CUENTA CORRIENTE (COLONES) BANCO NACIONAL DE COSTA RICA: 100-01-154-0003</p>									<table border="1"> <tr> <td>SUBTOTAL</td> <td>₡16.737.156,88</td> </tr> <tr> <td>I.V.A. 13%</td> <td>₡2.175.831,69</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>₡18.912.988,57</td> </tr> </table>	SUBTOTAL	₡16.737.156,88	I.V.A. 13%	₡2.175.831,69	TOTAL	₡18.912.988,57
SUBTOTAL	₡16.737.156,88														
I.V.A. 13%	₡2.175.831,69														
TOTAL	₡18.912.988,57														




TODO EQUIPO CUENTA CON 1 AÑO DE GARANTÍA
 TIEMPO DE ENTREGA: FABRICACION 25 DIAS / IMPORTADO ENTREGA INMEDIATA HASTA AGOTAR EXISTENCIAS
 FORMA DE PAGO: 50% ADELANTO, 50% ANTES DE LA ENTREGA
 TRANSPORTE O ENTREGA: NO INCLUIDA
 INSTALACION: NO INCLUIDA
 INDUCCION: INCLUYE (EN NUESTRAS INSTALACIONES).
 VIGENCIA DE OFERTA: 15 DÍAS
 CUENTA CORRIENTE (COLONES) BANCO NACIONAL DE COSTA RICA: 100-01-154-0003

Melina Eduarte
 C.7223 3928 / 8881 3863 T. 2239 5516 Ext. 105
 VENTAS / GERENTE UTENSILIOS

Lista equipamientos de cocina Distribuidora EQUIPOS AB de Costa Rica.







Anexo No 7 .Lista de distribución o catálogos de equipamientos de cocina
Distribuidora JOPCO.

		COTIZACION	08/07/2020	10:16:30		
		215683				
Fecha: 08-07-2020		Oferta Vence: 15-07-2020				
Cliente C4046 Ivannia Aguilar Chaves		De: Jopco de Centroamérica S.A. Cédula Jurídica: 3101485808 Vendedor: Dailing Ramos Gonzalez Correo: dailing.ramos@jopco.net				
Condición de Pago Contado		De la rotonda hacia Multiplaza Escazú 150 m N y 1 km NO, Complejo de Bodegas LITIMA Park 2, Bodega 32, Guachipelin, Costa Rica. Escazú, San José. Tel: (506) 2215-3545 Fax: (506)2215-2741 Página web: www.jopco.net				
Moneda : Dolares Moneda : Dolares		<small>Página web: www.jopco.net</small>				
#	Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
1	RA-RWA-60	Batidora Industrial premium para 60 litros 220v Rightway (E)		1,00	USD 3.631,70	3.631,70
		 <p>Batidora Industrial premium. Capacidad: 60qts. Bowl de acero inoxidable con cierre de seguridad. Off-On recubiertos para mayor durabilidad. Accesorios: Paleta, gancho y globo. Electroda: 220V--60hz--KW 2.2. Tazón elevable. Velocidades: 3. Timer: 15 min. Tazón elevable y con ruedas. -Categoría: Equ. Panad-Past-Puz -Subcategoría: Batidoras -Código: RA-RWA-60</p>				
Garantía: 12 meses						
2	JW-JW-PS38	Cuello de ganso con grifo auxiliar JW		1,00	USD 258,27	258,27
		 <p>Grifo cuello de ganso industrial, para prelavado Incluye grifo auxiliar para agua cuello ganso industrial flexible, control doble manija de apertura -Categoría: Partes para fabricación -Subcategoría: Cacheras o Grifos -Código: JW-JW-PS38</p>				
3	AO-ATO-48	Cocina de gas industrial con 4 fuegos+1 horno 24 pulgadas Atosa-Cook Rite (E)(D)		1,00	USD 1.193,18	1.193,18
		 <p>Cocina a gas industrial (4 fuegos) con un Horno CookRite. Alimentación: Gas LP. 5 quemadores: 116,000 BTU (23,000 BTU por quemador de cocina, 24,000 BTU por quemador de horno). Medidas: 60.96cm de ancho. Ancho de horno: 50.8cm. Especificaciones: Sistema de ignición piloto. Material: Estructura de acero inoxidable, quemadores de hierro fundido. Certificaciones: cETLus, ETL. -Categoría: Equipos de Coccion -Subcategoría: Cocinas con horno a gas -Código: AO-ATO-48</p>				
Garantía: 12 meses						
4	HZ-KM-520MAJ	Máquina para hielo en media luna de 556 Lbs (sólo máquina) Hoshizaki (E)(D)		1,00	USD 3.616,48	3.616,48





# Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
	 <p>-Categoría: Máquinas de Hielo -Subcategoría: Máquinas de hielo -Código: HZ-KM-520MAJ</p>				
Garantía: 12 meses					
5 HZ-B-300PF	<p>Contenedor de hielo 300 Lbs para máquina Hoshizaki (E)(D)</p>  <p>Contenedor de hielo 22 pulgMedidas: 55.88cm de ancho, 116.84cm de alto Capacidad: 300 lb. (136 kg) EspecificacionesContenedor diseñada para acomodar abajo de Máquina de hielo. Puerta en el inferior con bisagras de apertura frontal. Con tecnología Agente Antimicrobiano H-GUARD PLUS. Con patas. Material: Hecho de acero inoxidable Certificaciones: ETL -Categoría: Máquinas de Hielo -Subcategoría: Contenedores para máquinas de hielo -Código: HZ-B-300PF</p>		1,00	USD 1.116,95	1.116,95
6 RA-EHY2-1870LR	<p>Fregadero acero doble de 180x70x90cm Rightway</p>  <p>Fregadero de 2 tanques. Dimensiones: 180cm frente x 70cm fondo x 90cm altura cada uno. Especificaciones: Con patas ajustables. Material: Hecho en acero inoxidable. -Categoría: Fregaderos Acero Ac -Subcategoría: Fregaderos -Código: RA-EHY2-1870LR</p>		1,00	USD 578,41	578,41





# Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
	 <p>Tenedor de dos dientes para servir Medidas: 45.72cm de largo. Material: Acero inoxidable -Categoría: Cucheros y afines -Subcategoría: Tenedores de trinchera -Código: W-05FK-18</p>				
28 W-AFP-12NS	<p>Sartén de aluminio antiadherente 12 pulgadas Winco (M)(C)(H)</p>  <p>Sartén Redondo con Revestimiento Antiadherente Medidas: 30.48cm de diametro Grosor de 3.5mm Especificaciones: Sartén redondo con revestimiento antiadherente Quantum2®; sin tapa, con agarradera remachada. Material: Aluminio Certificaciones: NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Sartenes de aluminio -Código: W-AFP-12NS</p>		1,00	USD 23,29	23,29
29 W-AFP-14NS	<p>Sartén de aluminio antiadherente 14 pulgadas Winco</p>  <p>Sartén Redondo con Revestimiento Antiadherente Medidas: 35.56cm de diametro Grosor de 3.5mm Especificaciones: Sartén redondo con revestimiento antiadherente Quantum2®; sin tapa, con agarradera remachada. Material: Aluminio Certificaciones: NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Sartenes de aluminio -Código: W-AFP-14NS</p>		1,00	USD 31,08	31,08

Comentarios	Mercadería	USD	21.389,31
	Transporte	USD	0,00
	Instalación	USD	0,00
	Total Impuestos	USD	2.780,61
	Total	USD	24.169,92

# Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
	 <p>Olla de aluminio redonda, pesada Medidas: 40.64cm de diámetro x 23.21cm de altura Grosor de 4mm Capacidad: 40 cuartos de galón Especificaciones: Olla metálica, redonda, de dos agaraderas de remaches Profesional para salsas Sin tapa Material: Aluminio Certificaciones: NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Ollas de aluminio -Código: WI-AKAP-40</p>				
23 WI-SST-60	 <p>Olla de acero comercial Capacidad: 60 cuartos de galón Medidas: 50cm de diámetro x 40cm de altura Especificaciones: Olla redonda, apta para inducción, con dos agaraderas soldadas Incluye tapa con agaradera, Fondo de tres capas resistentes que permiten una distribución pareja del calor Material: Acero inoxidable Certificaciones: NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Ollas de acero -Código: WI-SST-60</p>		1.00	USD 263.25	263.25
24 WI-SST-60	 <p>Olla de acero comercial Capacidad: 60 cuartos de galón Medidas: 45cm de diámetro x 30cm de altura Especificaciones: Olla redonda, apta para inducción, con dos agaraderas soldadas Incluye tapa con agaradera, Fondo de tres capas resistentes que permiten una distribución pareja del calor Material: Acero inoxidable Certificaciones: NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Ollas de acero -Código: WI-SST-60</p>		1.00	USD 234.39	234.39
25 WI-UT-12LT	 <p>Pirzas Multiuso Medidas: 30.48cm de largo, 0.6mm de grosor Especificaciones: Pirzas de resorte en espiral. De borde dentado Resistentes. Material: Acero inoxidable -Categoría: Utensilios de Cocina -Subcategoría: Pirzas de acero -Código: WI-UT-12LT</p>		1.00	USD 1.63	1.63
26 WI-TPC-8C	 <p>Presna para tortillas de 8 pulgadas Hierro fundido Winco</p> <p>Presna para tortillas Medidas: 20.32cm de diámetro Especificaciones: Presna manual para tortillas con excelente palanca. Su manija integrada permite abrir y extraer las tortillas con facilidad. Material: Hierro fundido -Categoría: Utensilios de Cocina -Subcategoría: Presnas para alimentos -Código: WI-TPC-8C</p>		1.00	USD 30.44	30.44
27 WI-BSFK-18	 <p>Tenedor trinchero de acero 18 pulgadas Winco</p>		1.00	USD 3.29	3.29

# Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
	Olla para caldo Winware Medidas: 130 cuartos de galón, 50.8cm de diámetro x 45.08cm H Especificaciones: Sin tapa, borde reforzado, 4.0mm grosor, muy resistente Material: Aluminio pesado Certificados NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Ollas de aluminio -Código: WI-ALST-100				
18 WI-ALPC-120	Tapa para olla de aluminio 120 qts Winco		1.00	USD 28.12	28.12
	Tapa para olla de aluminio 120 qts Winco Winware Tapa, para 120 cuartos de galón olla (ALHP-120/120H), 35 cuartos de galón Cacerola (ALBH-35 y ALB-35) y/o 60 cuartos de galón olla para saltear, redondo(x), con mango, aluminio Certificaciones NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Tapas para ollas -Código: WI-ALPC-120				
19 WI-ALPC-80	Tapa para olla de aluminio 80 qts Winco		1.00	USD 20.86	20.86
	-Categoría: Ollas y Sartenes -Subcategoría: Tapas para Ollas -Código: WI-ALPC-80				
20 WI-ALPC-40	Tapa para olla de aluminio 40 qts Winco		1.00	USD 12.43	12.43
	-Categoría: Ollas y Sartenes -Subcategoría: Tapas para Ollas -Código: WI-ALPC-40				
21 WI-AXS-60	Olla de aluminio 60 qts Winco		1.00	USD 108.38	108.38
	Olla de aluminio redonda Winco Medidas: 40.54cm de diámetro x 43.3cm de altura Grosor de 4mm Capacidad: 60 cuartos de galón Especificaciones: Olla para caldo, metálica, de dos agarres de resaca Sin tapa Material: Aluminio Certificaciones: NSF -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Ollas de aluminio -Código: WI-AXS-60				
22 WI-AXAP-40	Olla de aluminio 40 qts para saltear Winco		1.00	USD 79.68	79.68

# Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
	 <p>Vitrina Refrigerada Alimentación Eléctrica, 110 V Rango de temperatura de 2 grados a 8 grados C Dimensiones: 125cm x 80cm x 120cm de altura Peso: 204 kg Capacidad: 300L. Especificaciones Vitrina autocentrada, entrada por aire. Con puertas deslizable. De 2 repisas, 3 niveles. Iluminación interna LED. Descongelamiento y evaporación automática. Control digital de temperatura e indicador de temperatura LED. Con ruedas para facilitar movimiento. Sistema de enfriamiento y placa electrónica removible para facilitar mantenimiento y limpieza. Material: De acero inoxidable. Paneles de vidrio templado. Color: Negro -Categoría: Vitrinas Refrigeradas -Subcategoría: Vitrinas refrigeradas pastelería -Código: CO-NR940A.</p>				
Garantía: 12 meses					
14 TI-285-88	 <p>Vitrina de exhibición caliente con vapor 3 niveles 48x48x130cm 120v, Tita (E)</p> <p>Vitrina Caliente Exhibidora Alimentación Eléctrica, 110V Dimensiones: 48cm de fondo x 45cm de frente x 80cm de altura. Especificaciones/Vitrina caliente, de 3 niveles/Paredes transparentes/Iluminación interna LED. Incluye 3 bandejas por estante (total de 9 bandejas de 12.5 x 31.5 x 2 cm). Contenedor tipo cajón para añadir agua y generar humedad. Con termostato, y Termómetro analógico. Panel frontal con foto decorativa en 3D. Material: Estructura de aluminio y perfil de acero inoxidable. Vidrios templados. Rejillas de acero al carbono. Resistencia Eléctrica de acero inoxidable. Cableado eléctrico con revestimiento de silicona resistente a 300gradosC. -Categoría: Vitrinas calientes -Subcategoría: Vitrinas calientes -Código: TI-285-88.</p>		1,00	USD 602,00	602,00
Garantía: 12 meses					
15 TI-ERATO-48D	 <p>Vitrina de exhibición caliente 2 niveles 57x45x50cm 120v, Tita (E)</p> <p>Vitrina Exhibidora Alimentación Eléctrica, 110V Dimensiones: 57cm de largo x 45cm de ancho x 50cm de altura. Bandejas de 26 x 32 x 2 cm Especificaciones/Vitrina de dos niveles Paredes transparentes/Iluminación interna LED. Incluye 1 estante y 4 bandejas. Con termostato. Material: Estructura de aluminio y perfil de acero inoxidable. Estantes de vidrio templado y bandejas con pliegue de acero inoxidable. Resistencia Eléctrica de acero inoxidable. Cableado eléctrico con revestimiento de silicona resistente a 300gradosC. -Categoría: Vitrinas calientes -Subcategoría: Vitrinas calientes -Código: TI-ERATO-48D.</p>		1,00	USD 420,71	420,71
Garantía: 12 meses					
16 WC-4386	 <p>Baño María de acero-económico Winco (E)(CH)</p> <p>Chafar liviano tamaño completo Capacidad de 8 cuartos de galón Especificaciones: Rectangular Con base plegable, tapa con ganchos integrados. Incluye cubo Baño María, bandeja, y 2 soportes para el combustible. Material: acero inoxidable -Categoría: Chafar Liviano-Buffet -Subcategoría: Chafar -Código: WC-4386.</p>		1,00	USD 38,92	38,92
17 80-ALST-100	 <p>Olla de aluminio 100 qts Winco</p>		1,00	USD 147,47	147,47

9 AE-941	Olla de presión 41.5 qts All American (E)(D)	1.00	USD 546.08	546.08
	Olla de presión Capacidad 39.25 litros Brides de seguridad Lector de presión Tres niveles sensibles de presión Agarradera de bacueta Cierre metal, metal Fabricada en aluminio industrial, uso alimenticio -Categoría: Ollas y sartenes -Subcategoría: Ollas de presión -Código: AE-941			
10 AO-ATMG-24	Plancha de gas industrial 24 Atoxa-Cook Rita (E)(D)	1.00	USD 557.13	557.13
	Plancha a gas industrial ultramexa CookRita. Alimentación: Gas LP. 2 quemadores: 60,000 BTU (30,000 BTU por quemador). Medidas: 60.96cm de ancho. Grasa de plancha: 34. Especificaciones: Con controles manuales y con sistema de ignición piloto. Pies ajustables. Material: Estructura y soportes de acero inoxidable. Certificaciones: cETLus, ETL -Categoría: Equipos de Cocción -Subcategoría: Planchas a gas -Código: AO-ATMG-24			
Garantía: 12 meses				
11 AO-MCF8707	Cámaras de refrigeración vertical con 2 puertas de vidrio 54.4 pulgadas Atoxa (E)(D)	1.00	USD 2,451.33	2,451.33
	Cámaras refrigeración vertical de dos secciones. Alimentación: Eléctrica, 115 V/60Hz/1. Rango de temperatura de 32°F a 40°F. Dimensiones: 138.2cm de frente, 80.01cm de fondo, 211.3cm de altura Capacidad: 47.1 pies cúbicos Especificaciones: Refrigerador autoconterido, enfriado por aire. De 2 puertas de vidrio, con bisagras, agarraderas, frenos y cierre automático. De 8 repisas ajustables. Iluminación interna LED. Descongelamiento por aire. Evaporación automática. Con control digital de temperatura. Puertas con seguro. Equipo montado sobre ruedas. Material: Interior y exterior de acero inoxidable. Certificaciones: cETLus, ETL, Energy Star®. -Categoría: Equipo Refrigerador -Subcategoría: Refrigeradores verticales -Código: AO-MCF8707			
Garantía: 12 meses				
12 CO-NR840V	Vitrina fría 3 niveles 128x80x126cms acero cuadrados Corolla (E)(D)	1.00	USD 2,396.31	2,396.31
	-Categoría: Vitrinas Refrigeradas -Subcategoría: Vitrinas refrigeradas pastelería -Código: CO-NR840V			
Garantía: 12 meses				
13 CO-NR840A	Vitrina fría 3 niveles 128x80x126cms acero curva Corolla (E)(D)	1.00	USD 2,496.31	2,496.31

# Artículo	Descripción	Referencia	Cantidad	Precio Unit.	Total
	 <p>-Categoría: Máquinas de Hielo -Subcategoría: Máquinas de hielo -Código: HZ-KM-020MAJ</p>				
Garantía: 12 meses					
5 HZ-B-300PF	<p>Contenedor de hielo 300 Libs para máquina Hoheizaki (E)(D)</p>  <p>Contenedor de hielo 22 pulgMedidas: 55.50cm de ancho, 116.94cm de alto Capacidad: 300 lb. (136 kg) Especificaciones:Contenedor diseñada para acomodar abajo de Máquina de hielo. Puerta en el interior con bisagras de apertura frontal. Con tecnología Agente Antimicrobiano H-GUARD PLUS. Con patas. Material: Hecho de acero inoxidable Certificaciones: ETL -Categoría: Máquinas de Hielo -Subcategoría: Contenedores para máquinas de hielo -Código: HZ-B-300PF</p>		1.00	USD 1.116,95	1.116,95
6 RA-DHY2-1873LR	<p>Fregadero acero doble de 180x70x95cm Rightway</p>  <p>Fregadero de 2 tanques. Dimensiones: 180cm frente x 70cm fondo x 90cm altura cada uno. Especificaciones: Con patas ajustables. Material: Hecho en acero inoxidable. -Categoría: Fregaderos Acero Ac -Subcategoría: Fregadero -Código: RA-DHYG-1873LR</p>		1.00	USD 578,41	578,41
7 RA-SHY-5	<p>Lavamanos con pedestal acero Rightway</p>  <p>Lavamanos con pedestal. Dimensiones: 40cm frente a 38cm fondo x 90cm altura. Especificaciones: Tanque retráctil. Material: Hecho en acero inoxidable. -Categoría: Fregaderos Acero Ac -Subcategoría: Lavamanos -Código: RA-SHY-5</p>		1.00	USD 285,70	285,70
8 RA-JZ20Y-10L-A	<p>Olla arrocera a gas para 5.5 lbs Rightway (E)</p>  <p>Olla Arrocera a gas. Alimentación: Gas LP. Medidas: 50 lbs Capacidad 10 litros (8.5 kg de arroz). Especificaciones: Asegura un calentamiento uniforme para una mejor preparación del arroz. Sensor de temperatura que controla de forma precisa la temperatura durante el proceso de cocción. Sistema de encendido automático. Apagado automático de la alimentación de gas una vez terminada la cocción Material: Olla de Aluminio. -Categoría: Equipos menores -Subcategoría: Ollas arroceras -Código: RA-JZ20Y-10L-A</p>		1.00	USD 200,86	200,86
Garantía: 6 meses					
Cotización: 215663			Página 2 de 8		

Lista de distribución o catálogos de equipamientos de cocina Distribuidora JOPCO

Anexo No 8 Lista de distribución o catálogos de equipamientos de cocina Grupo Ferguis S.A.

Utensilio	Precio
Batidora planetaria 60 QTZ	€ 910 000,00
Cachera Prerinse	€ 236 000,00
Cafetera 100 TZ	€ 85 000,00
Cocinas	€ 125 000,00
Conera tipo americana 1.70 metros	€ 1 200 000,00
Congelador tapa de agua 1.79 mtrs	€ 1 200 000,00
2 Estantes Inferior y 2 Superiores 3 mts	€ 550 000,00
Extractor de grasas y humo 4m	€ 1 400 000,00
Fábrica de hielos 500 lb	€ 1 300 000,00
Fregaderos 2 tanques 1 estante inferior 2,80 metros	€ 520 000,00
Lavamanos industriales	€ 290 000,00
Olla arrocera 50 LT	€ 170 000,00
Ollas de presión 41 LT	€ 275 000,00
Plancha a gas 4 quemadores	€ 475 000,00
Refrigerador vertica 3 puertas vidrio 60	€ 1 900 000,00
Trampa de grasa	€ 245 000,00
Urnas baño maria	€ 650 000,00
Vitrinas de calor 1.10	€ 450 000,00
Alacenas	€ 175 000,00
Chafer entero de acero inoxidable Bonne	€ 70 000,00
Extintores	
Olla en aluminio con tapa 100 QT	€ 105 000,00
Olla en aluminio con tapa 60 QT	€ 70 000,00
Olla en aluminio con tapa 40 QT	€ 35 000,00
Olla de acero inoxidable 100 cuartos	€ 175 000,00
Olla de acero inoxidable 60 cuartos	€ 135 000,00

Lista de distribución o catálogos de equipamientos de cocina Grupo Ferguis S.A.

Anexo No 9 Lista de precios Grupo Tres Jotas.

Cod Articulo	Articulo	Agrupaciones	Precio lista Coronado	imp ventas
100500	100500, CACHO PALETA	Carne de res	3985,00	0%
100602	100602, BISTEC DE RES PAQ. VACIO 1KG	Carne de res	4242,00	0%
100902	100902, CARNE ARREGLADA DE RES PAQ 1KG	Carne de res	3985,00	13%
100903	100903, CARNE ARREGLADA DE RES PAQ 5KG	Carne de res	3985,00	13%
101002	101002, CECINA EN TROZOS PAQUETE 1KG	Carne de res	4140,00	0%
101003	101003, CECINA EN TROZOS PAQUETE 5KG	Carne de res	4140,00	0%
101901	101901, FAJITAS DE RES PAQ. 500GR	Carne de res	4450,00	0%
101902	101902, FAJITAS DE RES PAQ. 1KG	Carne de res	4450,00	0%
102202	102202, HUESO PESCUEZO RES , PAQ VACIO	Carne de res	2695,00	0%
102203	102203, HUESO PESCUEZO RES , PAQ 5KG	Carne de res	2695,00	0%
103901	103901, CARNE MOLIDA RES ESPECIAL PAQ. 500GR	Carne de res	4125,00	0%
103902	103902, CARNE MOLIDA RES ESPECIAL PAQ. 1KG	Carne de res	4125,00	0%
103903	103903, CARNE MOLIDA RES ESPECIAL PAQ. VACIO	Carne de res	4125,00	0%
133900	133900, CARNE MOLIDA DE RES ESPECIAL BURBUJA 500 GRS	Carne de res	1665,00	0%
107502	107502, RABO DE RES PICADO 1KG	Carne de res	2650,00	0%
109703	109703, TROCITOS DE RES POPULAR 5KG	Carne de res	3935,00	0%
112402	112402, BISTEC DE RES PROMOCION 1KG	Carne de res	4225,00	0%
116003	116003, CARNE MOLIDA DE RES EN 5 KILOS	Carne de res	2460,00	0%
125200	125200, HUESO PESCUESO PIEZA ENTERA PROMO CORONAD	Carne de res	2500,00	0%
202102	202102, COSTILLA DE CERDO PORC. TROZOS PAQ. 1KG	CARNE DE CERDO	3325,00	0%
202103	202103, COSTILLA DE CERDO PORC. TROZOS PAQ. 5KG	CARNE DE CERDO	3325,00	0%
202602	202602, FAJITAS DE CERDO PAQ. 1KG	CARNE DE CERDO	3501,00	0%
202603	202603, FAJITAS DE CERDO PAQ. 5KG	CARNE DE CERDO	3501,00	0%
221100	221100, CHULETA MARIPOSA CAJA 2 KLS	CARNE DE CERDO	2950,00	0%
305600	305600, SALCHICHON POPULAR A H U	EMBUTIDOS	1375,00	0%
305601	305601, SALCHICHON POPULAR A H U FUNDA PLASTICA	EMBUTIDOS	1375,00	0%
307500	307500, TORTAS CAJA 1 X 24= 2.4 KILOS	EMBUTIDOS	8660,00	13%
307600	307600, TORTAS CAJA 1 X 30 UNDS * 75 GRAMOS	EMBUTIDOS	8660,00	13%
308800	308800, CHULETA AHUMADA RIÑONADA REBANADA, VACIO	EMBUTIDOS	3445,00	13%
308801	308801, CHULETA AHUMADA RIÑONADA REBANADA, VACIO	EMBUTIDOS	3445,00	13%
309300	309300, CHORIZO DON QUINCHO ECON. PAQ. VACIO	EMBUTIDOS	2595,00	0%
310500	310500, SALCHICHA POPULAR	EMBUTIDOS	1430,00	0%
322800	322800, TOCINETA A H U 150 GRAMOS	EMBUTIDOS	900,00	13%
100201	100201, BISTEC DE HÍGADO PAQ 500GR	Carne de res	2955,00	0%

100202	100202, BISTEC DE HÍGADO G. PAQ. VACIO 1KG	Carne de res	2955,00	0%
100203	100203, BISTEC DE HÍGADO G. PAQ. VACIO 5KG	Carne de res	2955,00	0%
100601	100601, BISTEC DE RES PAQ. VACIO 500GR	Carne de res	4242,00	0%
100603	100603, BISTEC DE RES PAQ. VACIO 5KG	Carne de res	4242,00	0%
100700	100700, COSTILLA RES ENTERA	Carne de res	2250,00	0%
101102	101102, CECINA DE RES ENTERA PAQ. 1KG	Carne de res	4040,00	0%
101103	101103, CECINA DE RES ENTERA PAQ. 5KG	Carne de res	4040,00	0%
101502	101502, COSTILLA DE RES TIRAS Y CUBOS PAQ. 1KG	Carne de res	2600,00	0%
101503	101503, COSTILLA DE RES TIRAS Y CUBOS PAQ. 5KG	Carne de res	2600,00	0%
101600	101600, CORAZON DE PALETA DE RES	Carne de res	3960,00	0%
101903	101903, FAJITAS DE RES PAQ. 5KG	Carne de res	4450,00	0%
102000	102000, RATON RES CANAL	Carne de res	3782,00	0%
102102	102102, HUESO DE JARRETE PICADO	Carne de res	700,00	0%
102302	102302, HUESO REDONDO PARA SOPA 1KG	Carne de res	2695,00	0%
102303	102303, HUESO REDONDO PARA SOPA 5KG	Carne de res	2695,00	0%
102500	102500, Lengua sin Raíz VACIO (UNIDAD)	Carne de res	5725,00	0%
102700	102700, LOMO PALETA ENTERO	Carne de res	3875,00	0%
102802	102802, LOMO PALETA BISTECK PAQ. 1KG	Carne de res	3987,00	0%
102803	102803, LOMO PALETA BISTECK PAQ. 5KG	Carne de res	3987,00	0%
103100	103100, MANO DE PIEDRA PAQ. VACIO	Carne de res	4200,00	0%
103200	103200, LOMO ANCHO RES SIN MADURAR	Carne de res	4550,00	13%
103501	103501, MOLIDA DE RES. PAQ. 500GR	Carne de res	3421,00	0%
103502	103502, MOLIDA DE RES. PAQ. 1KG	Carne de res	3421,00	0%
103503	103503, MOLIDA DE RES. PAQ. 5KG	Carne de res	3421,00	0%
103600	103600, SOLOMO RES	Carne de res	3965,00	0%
103800	103800, BOLITA RES PAQ. VACIO	Carne de res	3756,00	0%
104200	104200, VUELTA DE LOMO ENTERO PAQ. VACIO	Carne de res	4040,00	0%
104302	104302, MONDONGO EN TROCITOS 1KG	Carne de res	2545,00	0%
104303	104303, MONDONGO EN TROCITOS 5KG	Carne de res	2545,00	0%
104400	104400, OSOBUCO ENTERO	Carne de res	2410,00	0%
104802	104802, CARNE PARA SUDAR DE RES PAQ. 1K	Carne de res	3855,00	0%
104803	104803, CARNE PARA SUDAR RES PAQ. 5KG	Carne de res	3855,00	0%
104902	104902, PECHO G PAQUETE 1KG	Carne de res	3775,00	0%
104903	104903, PECHO G PAQUETE 5KG	Carne de res	3775,00	0%
105003	105003, TROCITOS DE RES 90-10 PAQ 5KG	Carne de res	3365,00	0%
105100	105100, POSTA CUARTO PAQ. VACIO	Carne de res	3855,00	0%
105202	105202, TROCITOS DE RES PAQ DE KILO	Carne de res	4165,00	0%
105203	105203, TROCITOS DE RES PAQ. 5 KILOS	Carne de res	4165,00	0%
105302	105302, TROCITOS ESPECIALES RES PAQ. 1KG	Carne de res	4320,00	0%
105303	105303, TROCITOS ESPECIALES RES PAQ. 5KG	Carne de res	4320,00	0%
105401	105401, BISTEC VUELTA DE LOMO RES PAQ. VACIO	Carne de res	4525,00	0%

105402	105402, BISTEC DE RES ESPECIAL 1KG	Carne de res	4525,00	0%
105403	105403, BISTEC DE RES ESPECIAL 5KG	Carne de res	4525,00	0%
105500	105500, Biffe Chorizo PAQUETE AL VACIO	Carne de res	8815,00	13%
105501	105501, Biffe Chorizo 500 GRAMOS PAQUETE AL VACIO	Carne de res	4458,00	13%
105502	105502, Biffe Chorizo 1 KILO	Carne de res	8815,00	13%
105600	105600, COLA DE LOMO PAQUETE AL VACIO	Carne de res	5818,00	13%
105700	105700, Churrasco PAQUETE AL VACIO	Carne de res	6725,00	13%
105720	105720, Churrasco Paq. vacio 200g	Carne de res	1345,00	13%
105725	105725, Churrasco Paq. vacio 250g	Carne de res	1681,25	13%
105730	105730, Churrasco Paq. vacio 300g	Carne de res	2017,50	13%
105735	105735, Churrasco Paq. vacio 350g	Carne de res	2353,70	13%
105800	105800, FILET MIGNON C/ TOCINETA PAQ. AL VACIO	Carne de res	10348,00	13%
105820	105820, Filet Mignon 200g	Carne de res	2069,60	13%
105825	105825, Filet Mignon 250g	Carne de res	2587,00	13%
105900	105900, Flank Steak PAQUETE AL VACIO	Carne de res	3275,00	0%
106000	106000, Lomo Delmonico PAQUETE AL VACIO	Carne de res	8450,00	13%
106001	106001, Lomo Delmonico PAQUETE AL VACIO	Carne de res	8450,00	13%
106103	106103, BISTEC DE RES DE LOMO 5KG	Carne de res	5820,00	13%
106200	106200, LOMITO DE RES PAQUETE AL VACIO	Carne de res	6750,00	13%
106201	106201, LOMITO DE RES 500 GRAMOS	Carne de res	3375,00	13%
106202	106202, Lomito de res 1Kg	Carne de res	6750,00	13%
106300	106300, LOMO DE AGUJA LIMPIO PAQUETE AL VACIO	Carne de res	4000,00	0%
106400	106400, ENTRAÑA PAQUETE AL VACIO	Carne de res	4970,00	0%
106422	106422, ENTRAÑA PAQUETE AL VACIO 220 GRAMOS	Carne de res	1093,40	0%
106430	106430, ENTRAÑA 300G	Carne de res	1491,00	0%
106450	106450, ENTRAÑA 500G	Carne de res	2485,00	0%
106500	106500, New York Steak PAQUETE AL VACIO	Carne de res	7435,00	13%
106520	106520, New York Paq. Vacio 200g	Carne de res	1487,00	13%
106525	106525, New York Paq. Vacio 250g	Carne de res	1858,75	13%
106530	106530, New York Paq. Vacio 300g	Carne de res	2230,50	13%
106535	106535, New York Paq. Vacio 350g	Carne de res	2602,25	13%
106600	106600, PORTHERHOUSE STEAK PAQUETE AL VACIO	Carne de res	9185,00	13%
106601	106601, Porthier House 500g	Carne de res	4592,50	13%
106640	106640, Porthier House 400g	Carne de res	3674,00	13%
106700	106700, PUNTA SOLOMO PAQUETE VACIO/ PREMIUM NACIONAL	Carne de res	5415,00	0%
106701	106701, PUNTA SOLOMO PAQUETE VACIO NACIONAL	Carne de res	5100,00	0%
106703	106703, PUNTA SOLOMO PAQ. VACIO NACIONAL SIN GRASA	Carne de res	4225,00	0%
106800	106800, RIB EYE STEAK PAQUETE AL VACIO	Carne de res	8365,00	13%
106820	106820, Rib Eye Paq. Vacio 200g	Carne de res	1673,00	13%
106825	106825, Rib Eye Paq. Vacio 250g	Carne de res	2091,25	13%
106830	106830, Rib Eye Paq. Vacio 300g	Carne de res	2509,50	13%

106835	106835, Rib Eye Paq. Vacio 350g	Carne de res	2927,25	13%
106840	106840, Rib Eye Paq. Vacio 400g	Carne de res	3346,00	13%
106900	106900, SIRLOIN PAQUETE AL VACIO	Carne de res	6975,00	13%
106920	106920, Sirloin 200g	Carne de res	1395,00	13%
106925	106925, Sirloin 250g	Carne de res	1743,75	13%
107000	107000, T- Bone PAQUETE AL VACIO	Carne de res	8455,00	13%
107025	107025, T-Bone 250g	Carne de res	2113,75	13%
107030	107030, T-Bone 300g	Carne de res	2536,50	13%
107035	107035, T-Bone 350g	Carne de res	2959,25	13%
107300	107300, GIBA DE RES	Carne de res	3830,00	0%
107500	107500, RABO DE RES ENTERO	Carne de res	2650,00	0%
107503	107503, RABO DE RES PICADO 5KG	Carne de res	2650,00	0%
107900	107900, CARNE PARA ARREGLAR PAQUETES AL VACIO	Carne de res	4720,00	13%
108300	108300, MONDONGO RES ENTERO	Carne de res	1550,00	0%
108302	108302, MONDONGO RES 1 KILO	Carne de res	1550,00	0%
108400	108400, HIGADO ENTERO RES GRANEL	Carne de res	1605,00	0%
108500	108500, NOVILLO CANAL GRANEL	Carne de res	2700,00	0%
108700	108700, CORAZON	Carne de res	1750,00	0%
108902	108902, OLLA DE CARNE TRES JOTAS PAQUETE 1KG	Carne de res	2855,00	0%
108903	108903, OLLA DE CARNE TRES JOTAS PAQUETE 5KG	Carne de res	2855,00	0%
109100	109100, PRODUCTOS DE PIEZA SEGUNDA A	Carne de res	3175,00	0%
109200	109200, PRODUCTOS PIEZAS PRIMERA EXTRA	Carne de res	3830,00	0%
109300	109300, LOMO DE RES ENTERO	Carne de res	5760,00	13%
109500	109500, RECORTE BCH 85/15	Carne de res	1800,00	0%
109702	109702, TROCITOS DE RES POPULAR 1KG	Carne de res	3935,00	0%
109900	109900, GRASA DE PECHO	Carne de res	120,00	0%
110000	110000, PALOMETA DE RES	Carne de res	3605,00	0%
110800	110800, PATAS LIMPIAS*	Carne de res	1850,00	0%
111100	111100, SOLOMO IP	Carne de res	3575,00	0%
111300	111300, HIGADO DE RES IP	Carne de res	1505,00	0%
112401	112401, BISTEC DE RES PROMOCION 500 GRS	Carne de res	4225,00	0%
112403	112403, BISTEC DE RES PROMOCION 5KG	Carne de res	4225,00	0%
113400	113400, RIB ROAST	Carne de res	7975,00	13%
113440	113440, Rib Roast 400g	Carne de res	3190,00	13%
113800	113800, POSTA CUARTO IP	Carne de res	3960,00	0%
114700	114700, HUESO PESCUESO PIEZA ENTERA	Carne de res	2500,00	0%
114800	114800, PUNTA SOLOMO PIEZA ENTERA CHOICE	Carne de res	7600,00	0%
114900	114900, MEDALLONES DE LOMITO DE RES	Carne de res	10062,00	13%
114915	114915, Medallón Lomito 150g	Carne de res	1509,30	13%
114920	114920, Medallón Lomito 200g	Carne de res	2012,40	13%
114925	114925, Medallón Lomito 250g	Carne de res	2515,50	13%

114930	114930, Medallón Lomito 300g	Carne de res	3018,60	13%
115103	115103, FAJITAS DE RES CRIOLLAS 5KG	Carne de res	4195,00	13%
115203	115203, BISTEC CABEZA DE LOMO 5KG	Carne de res	5220,00	0%
115500	115500, RECORTE ROJO 90-10	Carne de res	2650,00	0%
115601	115601, CARNE MOLIDA RES PREMIUN 500GRS	Carne de res	4450,00	0%
115602	115602, CARNE MOLIDA RES PREMIUN 1KG	Carne de res	4450,00	0%
115603	115603, CARNE MOLIDA RES PREMIUN 5KG	Carne de res	4450,00	0%
115700	115700, PRODUCTO DE SEGUNDA RECORTES B	Carne de res	3520,00	0%
115800	115800, RECORTE RES 70/30	Carne de res	1275,00	0%
115900	115900, PRIMERA ESPECIAL FM	Carne de res	4250,00	0%
115901	115901, PRIMERA ESPECIAL FM LIMPIA	Carne de res	5175,00	0%
116101	116101, PROMOCION MOLIDA ECON. 1/2 KILO DE RES	Carne de res	2935,00	0%
116102	116102, PROMOCION MOLIDA ECON. 1 KILO DE RES	Carne de res	2935,00	0%
116200	116200, PRIMERA ESPECIAL SL	Carne de res	3950,00	0%
116201	116201, PRIMERA ESPECIAL SL LIMPIA	Carne de res	4650,00	0%
119500	119500, FAJITAS DE RES PARA CHINOS PAQ.VACIO	Carne de res	4375,00	0%
119700	119700, RIB EYE IMPORTADO PIEZA ENTERA	Carne de res	14120,00	13%
119800	119800, RIB EYE IMPORTADO CHOICE PORCIONADO	Carne de res	14120,00	13%
119835	119835, RIB EYE IMPORTADO 350 GRAMOS	Carne de res	5440,00	13%
119900	119900, CHURRASCO IMPORTADP CHOICE	Carne de res	10725,00	13%
119930	119930, Churrasco Importado 300g	Carne de res	3287,50	13%
121500	121500, BOLITA RES IP	Carne de res	3855,00	0%
122800	122800, LOMO ANCHO IMPORTADO PIEZA ENTERA	Carne de res	13300,00	13%
123702	123702, COSTILLA RES ENTERA IP 1KG	Carne de res	2645,00	0%
123703	123703, COSTILLA RES ENTERA CONGELADA	Carne de res	2075,00	0%
123900	123900, ENTRAÑA PIEZA ENTERA IMPORTADA	Carne de res	9650,00	0%
125600	125600, LOMO ANCHO RES MADURADO CON GRASA	Carne de res	7030,00	13%
128440	128440, New York Importado 400g	Carne de res	5395,00	13%
128500	128500, BIFFE CHORIZO IMPORTADO CHOICE	Carne de res	13300,00	13%
128501	128501, Biffe Chorizo Importado 500g	Carne de res	6650,00	13%
129200	129200, PECHO DE RES IP	Carne de res	3315,00	0%
130000	130000, PROMOCION PRODUCTOS PIEZAS PRIMERA EXTRA	Carne de res	3675,00	0%
131300	131300, SHORT RIBS GRADO CHOICE	Carne de res	7525,00	13%
131301	131301, SHORT RIBS NACIONAL PREMIUN	Carne de res	5325,00	0%
131400	131400, TOP BUTT SIRLOIN CHOICE PAQ. AL VACIO	Carne de res	9780,00	13%
131600	131600, T-BONE IMPORTADO GRADO CHOICE	Carne de res	14235,00	13%
131640	131640, T-Bone Importado 400g	Carne de res	5770,00	13%
133100	133100, ARRACHERA	Carne de res	4995,00	0%
133130	133130, Arrachera 300g	Carne de res	1575,70	0%
133201	133201, Porter House importado 500g	Carne de res	7425,00	13%
133300	133300, TOMAHAWK CHOICE PIEZA ENTERA	Carne de res	17325,00	13%

133301	133301, TOMAHAWK PIEZA ENTERA NACIONAL PREMIUN	Carne de res	12125,00	13%
109000	109000, CARNE MOLIDA RES BURBUJA 250G	Carne de res/embutido	900,00	0%
121600	121600, CARNE MOLIDA RES BURBUJA 500G	Carne de res/embutido	1320,00	0%
200100	200100, PIERNA CON HUESO DE CERDO GANEL	CARNE DE CERDO	2497,00	0%
200300	200300, COSTILLA ENTERA CERDO GRANEL	CARNE DE CERDO	3000,00	0%
200301	200301, COSTILLA ENTERA CERDO IMPORTADA	CARNE DE CERDO	3450,00	0%
200401	200401, BISTEC DE CERDO PAQ. 500 GRS	CARNE DE CERDO	3000,00	0%
200402	200402, BISTEC DE CERDO PAQ. 1KG	CARNE DE CERDO	3000,00	0%
200403	200403, BISTEC DE CERDO PAQ. 5KG	CARNE DE CERDO	3000,00	0%
200500	200500, LOMITO DE CERDO PAQUETE AL VACIO	CARNE DE CERDO	6205,00	13%
200900	200900, POSTA ARREGLADA DE CERDO PAQ. VAC	CARNE DE CERDO	3681,50	13%
201002	201002, CARNE PARA CHICHARRÓN TROZOS DE CERDO 1KG	CARNE DE CERDO	2651,50	0%
201003	201003, CARNE PARA CHICHARRÓN TROZOS DE CERDO 5KG	CARNE DE CERDO	2651,50	0%
201300	201300, CHULETA NUCA PIEZA ENTERA	CARNE DE CERDO	2250,00	0%
201400	201400, CHULETA RIÑONADA PIEZA	CARNE DE CERDO	3244,00	0%
201502	201502, CARNE PARA TAMAL PAQ 1 KILO	CARNE DE CERDO	2735,00	0%
201503	201503, CARNE PARA TAMAL PAQ 5 KILOS	CARNE DE CERDO	2735,00	0%
201600	201600, PAPADA DE CERDO	CARNE DE CERDO	1700,00	0%
201901	201901, COSTILLA DE CERDO PICAD CON FALDA 500GRS	CARNE DE CERDO	3141,00	0%
201902	201902, COSTILLA DE CERDO PICAD CON FALDA 1KG	CARNE DE CERDO	3141,00	0%
201903	201903, COSTILLA DE CERDO PICAD CON FALDA 5KG	CARNE DE CERDO	3141,00	0%
202300	202300, COSTILLA SAN LUIS PAQUETE AL VACIO	CARNE DE CERDO	4650,00	0%
202500	202500, PELLEJO	CARNE DE CERDO	775,00	0%
202502	202502, PELLEJO 1KG	CARNE DE CERDO	775,00	0%
202700	202700, TOCINO SIN PIEL	CARNE DE CERDO	798,00	0%
202900	202900, TOCINO CORRIENTE	CARNE DE CERDO	675,00	0%
202902	202902, TOCINO CORRIENTE 1KG	CARNE DE CERDO	675,00	0%
203000	203000, LOMO DE CERDO PAQ. VACIO	CARNE DE CERDO	4454,00	13%
203601	203601, MOLIDA DE CERDO PAQ. 500GRM	CARNE DE CERDO	2960,00	0%

203602	203602, MOLIDA DE CERDO PAQ. 1KG	CARNE DE CERDO	2960,00	0%
203603	203603, MOLIDA DE CERDO PAQ. 5KG	CARNE DE CERDO	2960,00	0%
203900	203900, PALETA DE CERDO PAQUETE AL VACIO	CARNE DE CERDO	2250,00	0%
204202	204202, PEZUÑA DE CERDO PICADA PAQ. 1KG	CARNE DE CERDO	1158,00	0%
204203	204203, PEZUÑA DE CERDO PICADA PAQ. 5KG	CARNE DE CERDO	1158,00	0%
204602	204602, POSTA CERDO PAQ. 1 KILO VAC.	CARNE DE CERDO	2806,00	0%
205600	205600, COSTILLA A H U CERDO ENTERA	EMBUTIDOS	3975,00	13%
205902	205902, TROCITOS DE CERDO PAQ. 1KG	CARNE DE CERDO	3500,00	0%
205903	205903, TROCITOS DE CERDO PAQ. 5KG	CARNE DE CERDO	3500,00	0%
206000	206000, FALDA DE CERDO	CARNE DE CERDO	2750,00	0%
206102	206102, CHULETA NUCA PAQ. 1KG	CARNE DE CERDO	2729,00	0%
206200	206200, CHULETA RIÑONADA PORCIONADA ENTERA	CARNE DE CERDO	3012,00	0%
206400	206400, PANZADA ENTERA	CARNE DE CERDO	2750,00	0%
206401	206401, PANZADA PICADA 500GR	CARNE DE CERDO	2750,00	0%
206402	206402, PANZADA PICADA 1KG	CARNE DE CERDO	2750,00	0%
206403	206403, PANZADA PICADA 5KG	CARNE DE CERDO	2750,00	0%
206500	206500, POSTA CERDO ENTERA PAQ. VACIO	CARNE DE CERDO	2200,00	0%
206700	206700, RABO DE CERDO PAQUETE AL VACIO	CARNE DE CERDO	1261,00	0%
207600	207600, RECORTES	CARNE DE CERDO	1550,00	0%
208200	208200, PEZUÑA DE CERDO ENTERA PAQ. VAC.	CARNE DE CERDO	675,00	0%
208300	208300, MEDALLONES DE CERDO ADOBADOS	CARNE DE CERDO	5355,00	13%
208400	208400, CHULETA PIEZA ENTERA (RIÑONADA Y NUCA)	CARNE DE CERDO	2751,00	0%
208602	208602, CHULETA MARIPOSA CERDO PORC. 1KG	CARNE DE CERDO	2930,00	0%
208603	208603, CHULETA MARIPOSA CERDO PORC. CAJA 5KG	CARNE DE CERDO	2930,00	0%
209200	209200, MOLIDA BURBUJA CERDO 250 G.	EMBUTIDOS	700,00	0%
209600	209600, COSTILLA BABY BACK	CARNE DE CERDO	5175,00	0%
210400	210400, LOMO FRANCES	CARNE DE CERDO	4918,00	0%
210900	210900, FALDA PREMIUN	CARNE DE CERDO	2703,00	0%
211602	211602, CARNE PARA CHICHARRON CONGELADA 1KG	CARNE DE CERDO	2500,00	0%

221200	221200, CHULETA MARIPOSA CAJA 20 KILOS	CARNE DE CERDO	2950,00	
221303	221303, CHULETA MARIPOSA CAJA DE 5 KILOS	CARNE DE CERDO	2950,00	0%
221800	221800, CHULETA NUCA CAJA DE 2 KLS	CARNE DE CERDO	2730,00	0%
221900	221900, CHULETA NUCA CAJA DE 20 KILOS	CARNE DE CERDO	2730,00	
222000	222000, CHULETA NUCA CAJA DE 5 KILOS	CARNE DE CERDO	2730,00	0%
222100	222100, CHULETA NUCA PORCIONADA CAJA 5 KILOS	CARNE DE CERDO	2700,00	0%
222500	222500, COSTILLA AHUMADA EN TIRAS	EMBUTIDOS	4350,00	13%
228002	228002, TROCITOS DE EMBUTIDO PAQ. 1KG	EMBUTIDOS	800,00	0%
301000	301000, MORTADELA BOLOGNA CHILE TRES JOTAS	EMBUTIDOS	2285,00	0%
302700	302700, CHORIZO TRES JOTAS PAQUETES	EMBUTIDOS	3525,00	0%
303200	303200, MORTADELA DON QUINCHO CON TOCINO	EMBUTIDOS	2080,00	0%
303300	303300, MORTADELA BOLOGNA 3J 150 GR	EMBUTIDOS	600,00	0%
303600	303600, SALCHICHON DON QUINCHO 250G	EMBUTIDOS	625,00	0%
303800	303800, SALCHICHON POPULAR	EMBUTIDOS	1455,00	0%
303900	303900, MORTADELA BOLOGNA 3J 250 GR	EMBUTIDOS	825,00	0%
304000	304000, SALCHICHON BROCHO	EMBUTIDOS	2995,00	0%
304600	304600, MORTADELA JAMONADA 3J 150 GRS	EMBUTIDOS	730,00	0%
304700	304700, MORTADELA JAMONADA 3J 250 GRS	EMBUTIDOS	1120,00	0%
305300	305300, SALCHICHA A H U 3J 5 UNDS 200GR	EMBUTIDOS	770,00	0%
306000	306000, jamón de pavo ahumado	EMBUTIDOS	6081,00	13%
306100	306100 jamón pechuga de pavo barra DQ	EMBUTIDOS	2875,00	13%
306600	306600, MEZCLA PARA CANTONES DE 500 GRS	EMBUTIDOS	1025,00	0%
307900	307900, SALCHICHON PARRILLERO 500G HERRADURA	EMBUTIDOS	1785,00	0%
324600	324600, COSTILLA A H U CERDO ENTERA	EMBUTIDOS	3995,00	13%
308000	308000 PASTA CHORIZO 250 GR	EMBUTIDOS	550,00	0%
308050	308050 PASTA CHOCRIZO 500 GR	EMBUTIDOS	1020,00	0%
324700	324700, CHULETA A H U PIEZA RIÑONADA	EMBUTIDOS	2675,00	13%
309200	309200, MEZCLA PARA CANTONES KILO	EMBUTIDOS	2690,00	0%
309100	309100, CHORIZO ECONOMICO DON QUINCHO G. VACIO PAQ 5 KILOS	EMBUTIDOS	2070,00	0%
310300	310300, PATE 2 X 1 200 GRAMOS	EMBUTIDOS	395,00	13%
310400	310400, MORTADELA POPULAR DON QUINCHO	EMBUTIDOS	1150,00	0%
310600	310600, SALCHICHON ALEMAN S	EMBUTIDOS	3470,00	0%
310700	310700, SALCHICHON ITALIANO P	EMBUTIDOS	3470,00	0%
315900	315900, MORTADELA POPULAR CON TOCINO BARRA	EMBUTIDOS	1150,00	0%
316000	316000, MORTADELA POPULAR C/ CHILE DULCE BARRA	EMBUTIDOS	1445,00	0%
316200	316200, SALCHICHON POPULAR A H U PICANTE	EMBUTIDOS	1390,00	0%
316300	316300, MORTAD. POPULAR PITUFA 1 KILO	EMBUTIDOS	1375,00	0%
316400	316400, MORTAD. POPULAR C/ TOCINO PITUFA 1 KILO	EMBUTIDOS	1375,00	0%

316500	316500, MORTAD. POPULAR C/ CHILE PITUFA 1 KILO	EMBUTIDOS	1450,00	0%
316700	316700, MORTAD. POPULAR D/ QUINCHO 250 G	EMBUTIDOS	675,00	0%
317100	317100, MORTAD. POPULAR C/ CHILE D/ QUINCHO 250 G	EMBUTIDOS	775,00	0%
319200	319200, MORTADELA DE POLLO DON QUINCHO	EMBUTIDOS DE POLLO	1225,00	0%
319400	319400, SALCHICHON DE POLLO DON QUINCHO	EMBUTIDOS DE POLLO	1725,00	0%
320500	320500, MORTADELA JAMONADA DON QUINCHO	EMBUTIDOS	1940,00	0%
321600	321600, MORTADELA DON QUINCHO JAMONADA PITUFA	EMBUTIDOS	2230,00	0%
321800	321800 SALCHICHON CRIOLLO AHU DON QUINCHO	EMBUTIDOS	1050,00	0%
321801	321801 SALCHICHON CRIOLLO AHU MONOCAPA DON QUINCHO	EMBUTIDOS	1000,00	0%
321802	321802 SALCHICHON CRIOLLO AHUCON CHILE DON QUINCHO	EMBUTIDOS	1100,00	0%
325300	325300 CHORIPAN TRES JOTAS 350 GR	EMBUTIDOS	1335,00	0%
322050	CARNE MECHADA RES 500 GR	EMBUTIDOS	2675,00	13%
322051	COMBO CARNE MECHADA RES 500 GR 12+1	EMBUTIDOS	32100,00	13%
322103	322103, CARNE AHUMADA DE CERDO 5KG	EMBUTIDOS	5220,00	13%
305800	322900 TOCINETA A H U 300 GRAMOS	EMBUTIDOS	1725,00	13%
323000	TOCINETA A H U KILO	EMBUTIDO	4760,00	13%
323100	323100, MORTADELA CUADRADA POP. DON QUINCHO 1 KILO	EMBUTIDOS	1410,00	0%
323200	323200, MORTADELA CUADRADA TRES JOTAS DE 500 GRS	EMBUTIDOS	1940,00	13%
323500	323500, MORTADELA CUADRADA DON QUINCHO BARRA	EMBUTIDOS	2445,00	0%
323600	323600, MORTADELA CUADRADA DON QUINCHO POPULAR BARRA	EMBUTIDOS	1350,00	0%
323900	323900, MORTADELA CUADRADA POPULAR DON QUINCHO 500 G	EMBUTIDOS	915,00	0%
326200	326200, MORTADELA CON TOCINO 500 GR	EMBUTIDOS	750,00	0%
326300	326300, MORTADELA DE POLLO 500 GR	EMBUTIDOS	1000,00	0%
305100	MANO PIEDRA AHUMADA 300 GR	EMBUTIDO	2395,00	13%
305200	MANO PIEDRA AHUMADA 500 GR	EMBUTIDO	3395,00	13%
400500	400500, CABEZAS DE CERDO	OTRAS VENTAS	1025,00	0%
400600	400600, HUESO CARNUDO CONSOME	OTRAS VENTAS	300,00	0%
400603	400603, HUESO CARNUDO RES CENTROS DE CARNES	OTRAS VENTAS	700,00	0%
401300	401300, QUESO AMERICANO AMARILLO	OTRAS VENTAS	680,00	13%
700100	700100, FILET DE TILAPIA	CARNE DE PESCADO	3000,00	13%
700700	700700, FILETH DE TILAPIA 5-7 OZ	CARNE DE PESCADO	3100,00	13%
700200	700200, FILETH DE CORVINETA5-7 OZ	CARNE DE PESCADO	2800,00	13%
700500	700500, CAMARON FIDEL 500 g	CARNE DE PESCADO	6000,00	13%
700600	700600, MARISCADA 500g	CARNE DE PESCADO	2007,00	13%
702800	702800, FILETE VELA 500g	CARNE DE PESCADO	1980,00	
702900	702900, FILET DE BOLILLO	CARNE DE PESCADO	2060,00	

703000	703000, CHULETA DE BOLILLO	CARNE DE PESCADO	1860,00	13%
703100	703100, PESCADO MIXTO ENTERO	CARNE DE PESCADO	2400,00	13%
700400	700400, Papa Prefrita 2.27 k	OTRAS VENTAS	2863,40	13%
702400	702400, Papa Prefrita 700 k	OTRAS VENTAS	1225,00	13%

Lista de precios con respectos a los productos de la distribuidora Grupo Tres Jotas.

Anexo No 10 Lista de precios El Arreo

Código	Descripción	Unidad	Precio
11101	TDR LOMITO	KGS	7 921,00
11222	BCH CARNES ROJAS	KGS	975,23
13101	LOMITO TAYLOR	KGS	9 900,00
13103	LOMO DE PECHO FM TAYLOR	KGS	6 270,00
13104	LOMO DE PIERNA TAYLOR	KGS	7 194,00
13107	MANO DE PIEDRA TAYLOR	KGS	4 462,99
13108	POSTA DE CUARTO TAYLOR	KGS	3 728,00
13115	POSTA PICAÑA TAYLOR (PUNTA DE SOLOMO)	KGS	4 260,00
13116	POSTA VUELTA TAYLOR	KGS	3 780,01
13119	VACIO TAYLOR	KGS	5 509,00
13122	POSTA DE ARRACHERA TAYLOR	KGS	4 282,00
13135	OUT SIDE SKIRT TAYLOR	KGS	4 282,00
13213	POSTA CULOTTE TAYLOR	KGS	4 200,01
13217	CHOCOZUELA	KGS	840
13228	POSTA PECHO BRS TAYLOR	KGS	3 709,99
13231	DELMONICO TAYLOR	KGS	6 974,00
13429	COWBOY STEAK TAYLOR	KGS	4 200,00
13451	TIRA DE ASADO TAYLOR	KGS	3 300,00
21101	LOMITOS EXPOR	KGS	7 998,00
21103	LOMO DE PECHO FM	KGS	4 515,00
21104	LOMO DE PIERNA LON	KGS	3 833,01
21107	POSTA MANO DE PIEDRA ERO MACHO	KGS	3 683,00
21113	POSTA DE 1ERA EXTRA	KGS	3 549,01
21114	FALDILLA FLS	KGS	3 304,00
21115	POSTA PUNTA DE SOLOMO PS	KGS	5 310,00
21123	POSTA DE PALETA	KGS	3 335,00
21127	LOMITO IMPORTADO	KGS	7 430,00
21128	MEDALLONES DE LOMITO 300 g	KGS	10 920,00
21129	NEW YORK CUT	KGS	6 090,01
21130	SIRLOIN	KGS	4 988,00

21131	CARNE PARA PINCHOS	KGS	3 360,00
21137	CARNE MAGRA	KGS	3 275,99
21213	POSTA CACHO DE VUELTA	KGS	3 399,00
21228	POSTA DE PECHO EXPORT BRS	KGS	3 650,00
21229	CHU LOMO DE AGUJA	KGS	5 040,00
21231	DELMONICO	KGS	4 725,01
21241	POSTA DE GALLO A	KGS	3 629,00
21426	HUESO DE PESCUZZO PICADO	KGS	2 568,00
21427	OSOBUCO PICADO	KGS	2 369,00
21431	CESINA FOGO BRASIL	KGS	3 340,00
21432	COSTILLA 3 HERMANAS	KGS	2 240,00
22101	LOMITOS .	KGS	7 519,00
22102	LOMOS FM-LON	KGS	4 620,00
22103	LOMO DE PECHO FM	KGS	4 725,01
22104	LOMO CHURRASCO (LON)	KGS	4 935,00
22105	LOMO DE AGUJA LA	KGS	3 581,00
22106	POSTA BOLITA K N X	KGS	3 651,00
22107	POSTA MANO DE PIEDRA ERO	KGS	3 683,00
22108	POSTA DE CUARTO INS	KGS	3 641,00
22113	POSTA DE PRIMERA EXTRA	KGS	3 630,00
22116	POSTA VUELTA DE LOMO SB	KGS	3 672,00
22117	POSTA SOLOMO OUT	KGS	3 452,00
22119	CESINA .	KGS	3 330,00
22120	POSTA PALETA CLD	KGS	3 464,99
22122	POSTA DE PALETA NICA	KGS	3 200,00
22125	ENTRANA HANGIN TENDER	KGS	3 545,00
22136	QUITITEÑA LIMPIA	KGS	3 710,00
22137	POSTA DE CUARTO LIMPIA	KGS	4 544,00
22138	POSTA SOLOMO OUT (MXM)	KGS	4 313,00
22140	CESINA LIMPIA	KGS	4 087,00
22214	POSTA DE SEGUNDA	KGS	3 472,00
22215	POSTA DE SEGUNDA ESPECIAL	KGS	3 464,99
22219	POSTA CACHOS S C T	KGS	3 631,00
22222	POSTA DE GIBAS	KGS	3 347,00
22224	QUITITENA	KGS	3 251,00
22227	CARNE ROJA SHK-I	KGS	3 335,00
22228	POSTA DE PECHO BRS.	KGS	3 524,00
22239	POSTA DE PALOMETA	KGS	3 335,00
22423	HUESO DE PESCUZZO ESPECIAL	KGS	2 660,00
22425	COSTILLA ENTERA	KGS	2 443,00
22426	HUESO DE PESCUZZO ENTERO	KGS	2 515,00
22428	T-BONE	KGS	5 980,00
22429	POSTA PRIMERA IMPORTADA	KGS	2 895,00
22431	COSTILLA PICADA	KGS	2 527,00
22529	TORTA HAMB. DE RES A GRANEL	UND	22 979,01
22530	TORTA HAMB DE RES 6 UND.	UND	1 654,00

22532	HAMBURGUESA 1/4 LB 72 UND	UND	27 642,00
22533	TORTA HAMB RES 24 UND.	UND	6 204,01
22534	TORTA HAMB DE CERDO 6UND	UND	1 407,99
22535	TORTA HAMB CERDO 24 UND	UND	4 222,01
22536	TORTA HAMB 1/4 LB 14 UND	UND	5 446,00
22538	TORTA HAMB HIR 48 UND	UND	10 107,01
22539	TORTA HAMB HIR 1/4 LB 72 UND	UND	25 916,00
22540	TORTA HAMB HIR 72 UND	UND	15 307,00
22541	TORTA HAMB. RES 72 UND	UND	18 107,00
22542	TORTA HAMB. 8 ONZ 30 UND	UND	25 916,00
22543	TORTA HAMB. HIR 60 g 96 UND	UND	16 172,99
22544	TORTA NEW BUDGET 60 g 96 UND	CAJ	10 070,00
22545	TORTA 45 g H Y R 96 UND.	UND	10 316,01
22546	TORTA BUDGET 1/4 LB 72 UND.	UND	20 119,00
22548	TORTA LIGHT 6 UND	UND	1 626,99
22549	TORTA NEW BUDGET 75 g 72 UND	UND	11 701,00
22550	TORTA BUDGET 75 g. 72 UND.	UND	13 411,00
22551	TORTA BUDGET 75 g 48 UND.	UND	9 282,01
22552	TORTA NEW BUDGET 1/4 Lb 72 UND	UND	16 639,99
22553	TORTAS TAYLOR 8 ONZ 16 UND	UND	11 354,99
22557	TORTA DE CARNE DE RES 4 OZ	UND	22 199,99
22558	TORTA DE CARNE DE RES 1.78 OZ	UND	26 669,99
22561	TORTA DE CARNE 1/4 LB EL ARREO 4 UND	UND	1 475,01
22562	TORTA TAYLOR 8 UND	UND	6 410,01
22563	TORTAS GOLD BURGUER 2 OZ 100 UNDS	UND	17 264,99
22564	TORTAS GOLD BURGUER 3,5 OZ 90 UNDS.	UND	27 199,01
22569	TORTAS BK 60g 96 UND 12,7 lbs.	UND	18 999,99
22570	TORTAS BK 4 oz 72 UND 18,7 lbs.	UND	26 569,99
22573	TORTA DESAYUNO 2 OZ. 160 UND	UND	24 000,00
22577	TORTAS HAMB DE 4 UND	UND	1 059,99
22578	TORTA DE CARNE 2 OZ 128 UND	UND	10 943,00
22579	TORTAS MEATLAND 4 UND	UND	650
23102	POSTA SOLOMO ESPECIAL IMPORTADO	KGS	3 240,00
23103	POSTA BOLITA IMPORTADA	KGS	3 210,00
23104	LOMO LON IMPORTADO	KGS	3 600,00
23105	POSTA PALETA ENTERA IMPORTADA	KGS	3 330,00
23106	LOMO DE PECHO FM IMPORTADO	KGS	3 900,00
23107	POSTA MANO DE PIEDRA IMPORTADA CONGELADA	KGS	3 410,00
23108	POSTA DE CUARTO IMPORTADA	KGS	3 270,00
23113	POSTA DE CACHO IMPORTADO	KGS	3 180,00
23117	GOOSENECK (ERO,OUT,SHK1)	KGS	2 765,00
23120	POSTA DE PECHO LIMPIO IMPORTADO	KGS	3 400,00
23121	LOMO DE AGUJA IMPORTADO	KGS	3 350,00
23122	FLANK STEAK FALDILLA IMPORTADA	KGS	3 170,00
23123	POSTA CULOTTE MUSCLE (USA CHOISE)	KGS	7 100,00
23124	CARNE MAGRA IMPORTADA	KGS	7 500,01
23125	POSTA DE VUELTA DE LOMO SB IMPORTADA	KGS	3 210,00
23126	POSTA DE SEGUNDA ESPECIAL IMPORTADA	KGS	2 765,00
23127	SHK RATON IMPORTADO	KGS	7 500,01
23128	POSTA DE ARRACHERA IMPORTADA	KGS	6 269,99
23129	COSTILLA DE RES IMPORTADA	KGS	2 025,00
23130	HUESO DE PESCUERO ENTERO IMPORTADO CONGELADO	KGS	1 888,00
23135	POSTA DE PALETA IMPORTADA	KGS	3 250,00
23141	CHULETA DE CERDO RIÑONADA IMPORTADA	KGS	3 100,00
23142	COSTILLA DE CERDO ENTERA IMPORTADA	KGS	2 990,00
23143	CHULETA DE CERDO ENTERA IMPORTADA	KGS	2 250,00
23144	POSTA DE CERDO IMPORTADA	KGS	2 200,00
23147	COSTILLA SAN LUIS IMPORTADA	KGS	4 725,01
23150	BABY BACKS RIBS IMPORTADO	KGS	4 620,00

23152	RECORTE DE CUSHION MEAT	KGS	2 080,00
23224	QUITITEÑA IMPORTADA	KGS	3 430,00
25001	LOMITO NICA 2/3	KGS	7 290,00
26101	LOMITO TENDERIZADO	KGS	7 035,00
26103	FM TENDERIZADO	KGS	4 200,01
26104	LON TENDERIZADO	KGS	3 780,01
26231	DELMONICO TENDERIZADO	KGS	4 246,00
28101	COSTILLA CERDO A GRANEL	KGS	3 438,00
28102	COSTILLA SAN LUIS P/ASAR	KGS	4 550,00
28103	CHULETA RIÑONADA PICADA	KGS	3 060,00
28104	COSTILLA DE CERDO BBQ	KGS	3 574,00
28105	COSTILLA CERDO EN PAQUETES	KGS	3 449,00
28106	CHULETA DE CERDO EN PAQUETES	KGS	3 071,00
28108	TROCITOS DE CERDO	KGS	3 060,00
28111	BISTEC DE CERDO A GRANEL	KGS	2 965,00
28112	BISTEC CERDO EN PAQUETES	KGS	2 977,00
28113	CARNE MOLIDA DE CERDO PAQ 1 KG	UND	2 808,00
28114	POSTA DE CERDO EN PAQUETES	KGS	2 720,00
28115	TROCITOS DE CERDO EN PAQUETES	KGS	3 071,00
28116	CARNE MOLIDA DE CERDO PAQ DE 500 g	UND	1 404,00
28117	LOMO DE CERDO	KGS	3 413,01
28119	PIERNA DE CERDO MARINADA	KGS	2 250,00
28120	LOMITO DE CERDO (BANDEJA CR)	KGS	3 680,00
28121	MEDALLON LOMO DE CERDO (BANDEJA CR)	KGS	3 260,00
28126	CARNE DE CERDO PARA ASAR (PAQ)	KGS	3 050,00
28127	CARNE DE CERDO PARA ASAR A GRANEL	KGS	2 900,00
28130	CARNE MOLIDA DE CERDO GRANEL	KGS	2 808,00
28134	CHULETA DE CERDO PICADA GRANEL 12 Kg	KGS	2 340,00
28136	CARNE PARA CHICHARON	KGS	2 781,00
28138	BISTEC DE NUCA A GRANEL 5 Kg	KGS	2 850,00
28428	TROCITOS DE CERDO CANTONES	KGS	3 018,00
28429	COSTILLA SAN LOUIS	KGS	4 095,00
28431	FAJITAS DE CERDO	KGS	3 018,00
28432	BABY BACK RIBS DE CERDO	KGS	4 620,00
28433	BISTEC DE CERDO PORCIONADO	KGS	3 091,00
28435	FAJITAS DE CERDO BBQ	KGS	3 091,00
28436	CHULETA PORCIONADA	KGS	3 070,00
28437	CHULETA BBQ	KGS	3 280,00
28438	CHULETA AHUMADA PICADA A GRANEL	KGS	2 800,00
28439	CHULETA AHUMADA PAQ 1 Kg	KGS	3 100,00
28440	CHULETA AHUMADA PAQ 5 Kg	KGS	3 490,00
28443	CABEZA DE CHULETA AHUMADA ENTERA	KGS	2 965,00
28450	CHULETA AHUMADA ENTERA	KGS	2 750,00
28456	CHULETON DE PIERNA AHUMADA	KGS	3 385,00
28457	CHULETA DE PIERNA AHUMADA	KGS	3 385,00
28458	CODILLO AHUMADO	KGS	1 569,00
28463	PULLED PORK CJ 2 LBS M. P.	KGS	5 736,00
29003	BISTEC ECONOMICO	KGS	3 834,00
29004	BISTEC ESPECIAL A GRANEL	KGS	4 500,01
29005	BISTEC ESPECIAL EN PAQUETES	KGS	4 562,00
29006	BISTEC SUAVE A GRANEL	KGS	4 175,01
29007	BISTEC SUAVE EN PAQUETES	KGS	4 237,00
29008	BISTEC HIGADO DE RES A GRANEL	KGS	2 263,99
29009	BISTEC HIGADO DE RES PAQUETES	KGS	2 326,01
29011	MOLIDA ESPECIAL EN BURBUJAS 250 g	KGS	539,99
29012	CARNE MOLIDA DE RES PREMIUM GRANEL	KGS	4 075,00
29013	CARNE MOLIDA DE RES POPULAR GRANEL	KGS	2 841,00
29014	CARNE MOLIDA DE RES POPULAR PAQ 1 KG	UND	2 903,00
29015	CARNE MOLIDA DE RES ESPECIAL GRANEL	KGS	3 445,00

29016	CARNE MOLIDA DE RES ESPECIAL PAQ 1 KG	UND	3 506,99
29017	MIX PARA SOPA 1.5 KGS	KGS	1 050,01
29018	TROCITOS ESPECIALES DE RES	KGS	4 422,01
29019	TROCITOS DE RES	KGS	4 222,01
29020	PORTERHOUSE STEAK	KGS	6 631,00
29022	FAJITAS DE RES	KGS	4 201,00
29023	FAJITAS ESPECIALES DE RES	KGS	4 411,01
29024	CARNE CS PARA ASAR (UND 1.8 KGS)	UND	4 170,00
29025	CARNE PARA MECHAR	KGS	3 965,00
29026	CESINA EN PAQUETES	KGS	3 969,01
29027	CESINA CON VACIO A GRANEL	KGS	3 906,99
29031	COSTILLA DE RES EN PAQUETES	KGS	2 636,00
29032	CARNE MOLIDA DE RES ESPECIAL PAQ 500 G	UND	1 753,50
29034	CARNE PARA TEPANYAKY	KGS	4 120,00
29035	RIB CHOP	KGS	5 534,01
29036	BISTEC PORCIONADO	KGS	4 401,00
29037	PRETINA DE MONDONGO (Kg)	KGS	2 160,00
29038	LOMO ESPECIAL LIMPIO	KGS	6 589,00
29039	CARNE MOLIDA DE RES POPULAR PAQ 500 G	UND	1 451,50
29040	MONDONGO EN TROCITOS	KGS	2 043,00
29041	RIBEY STEAK	KGS	5 933,00
29042	SIRLOIN STEAK	KGS	5 324,00
29043	FILLET MIGNON	KGS	8 315,99
29044	MEDALLONES DE F.M.	KGS	8 310,99
29045	CARNE MOLIDA DE RES PREMIUM PAQ 500 G	UND	2 068,50
29046	FAJITAS DE RES BBQ	KGS	4 422,01
29048	TROCITOS DE RES GRANEL 5 kg	KGS	3 902,01
29050	SIRLOIN STEAK TAYLOR	KGS	5 282,00
29051	STRIP LOIN TAYLO R	KGS	7 139,99
29052	RIB EYE LIP ON TAYLOR	KGS	7 223,99
29053	T-BONE ESTEAK TAYLOR	KGS	7 139,99
29054	PORTERHOUSE STEAK TAYLOR	KGS	7 350,00
29056	FILLET MIGNON EL ARREO	KGS	9 660,01
29057	MEDALLON DE LOMITO 200 g	KGS	10 920,00
29067	MEDALLON DE LOMITO FRESCO	KGS	13 600,00
29071	RIB EYE (BANDEJA CR)	KGS	5 774,99
29072	FILET MIGNON (BANDEJA CR)	KGS	9 660,01
29073	MEDALLON DE LOMITO (BANDEJA CR)	KGS	10 500,00
29074	NEW YORK (BANDEJA CR)	KGS	6 405,00
29075	OSOBUCO PICADO GRANEL 12 Kg	KGS	2 288,00
29077	HUESO PESCUEZO PICADO (PAQ)	KGS	2 499,99
29078	JARRETE (PAQ)	KGS	2 744,99
29079	RABO DE RES PICADO	KGS	3 499,00
29089	NEW YORK STEAK TAYLOR	KGS	6 850,00
29100	CARNE CS PARA ASAR EN PAQ (1-5) kg	KGS	4 231,99
29101	CARNE ECONOMICA PARA ASAR GRANEL	KGS	3 939,00
29102	BISTEC ECONOMICO EN PAQUETES	KGS	3 895,99
29103	TROCITOS DE RES CANTONES	KGS	4 295,99
29107	CARNE ECONOMICA PARA ASAR(PAQ)	KGS	4 001,00
29108	BISTEC PORCIONADO BBQ (PAQ)	KGS	4 462,99
29114	CARNE MOLIDA DE RES PREMIUM PAQ 1 KGS	UND	4 137,00
29115	TROCITOS DE RES EN PAQUETES	KGS	4 284,00
29119	BISTEC DE RES CRIOLLO PTS 1 Kg	KGS	4 016,01
29120	BISTEC CRIOLLO DE RES A GRANEL	KGS	3 953,99
29121	NEW YORK STEAK	UND	3 675,99
29130	RELLENOS RES	KGS	1 600,00
29135	CARNE DE RES P/DESMACHAR TROZOS 4 CM PROS	KGS	3 987,00
29136	CARNE DE RES P/DESMACHAR TROZOS 7 cm PROS	KGS	3 987,00

29215	COSTILLA ROSTIZAR	KGS	3 534,00
29216	BISTEC PORCIONADO BBQ GRANEL	KGS	4 521,00
29219	STRIP LOIN	KGS	6 038,00
29226	TROCITOS ECONOMICOS DE RES	KGS	3 555,01
29707	CHORIZO ARGENTINO 1 KG	KGS	3 355,00
29708	CHORIZO ARGENTINO DON OMAR 700 g	UND	2 745,00
29716	CHORIZO CRIOLLO VACIO SIN FUNDA 500 gr	UND	1 150,01
29721	CHORIZO CRIOLLO DE LA CASA	KGS	2 860,00
30124	RABO / OXTAIL	KGS	3 456,00
30221	RECORTE ROJO (R.R.E.D) # 1	KGS	1 800,00
30324	TRIPA DE RES CRUDA (Kg)	KGS	1 835,99
30325	JARRETE PICADO	KGS	706,99
30336	LIBRILLO	KGS	2 199,99
33124	OSOBUCO	KGS	1 720,01
33406	CARNE SUDAR	KGS	4 086,01
35001	CANAL CERDO LIMPIO (Destocinado)	KGS	1 900,00
35010	CANAL DE CERDO	KGS	1 550,00
40102	JARRETE ENTERO	KGS	365
40107	ESOFAGO WEASAND	KGS	625
40108	LENGUA NACIONAL	KGS	5 985,00
40109	HIGADOS .	KGS	1 890,00
40110	BEEF OXTAIL/RABO	KGS	3 239,99
40116	CORAZONES .	KGS	1 050,01
40117	CHINCHULINES .	KGS	1 450,01
40118	RINONES .	KGS	400
40119	BAZOS .	KGS	350

40121	CRIADILLAS LIMPIAS	KGS	400
40123	HARINA DE HUESO INDUSTRIAL	QNT	6 000,00
40135	MONDONGOS DE RES	KGS	1 835,99
40144	SWEETBREAD	KGS	2 199,99
40156	JARRETE	KGS	706,99
40162	ESOFAGO WEASAND	KGS	283
40170	CHEEK MEAT	KGS	1 540,00
40182	HUESO	KGS	20
40195	PATA LIMPIA ESPECIAL	KGS	648
40206	HIGADO CONGELADO	KGS	1 250,01
40208	LENGUA IMPORTADA ESPECIAL	KGS	5 982,00
40209	HIGADO CONGELADO	KGS	1 404,00
40215	LENGUA DE RES EN UNIDADES	KGS	4 985,00
40216	RABO DE RES PICADO	KGS	3 499,01
40235	MONDONGO CONGELADO	KGS	1 674,00
40270	TRIPA ORILLA CALB V/A 40/43 B	MTS	161,99
40509	PANZADA CON PIEL	KGS	3 139,99
40511	POSTA CERDO	KGS	2 200,00
40512	TOCINETA	KGS	3 255,00
40514	POSTA DE CERDO (UNIDADES)	KGS	2 650,00
40516	CABEZAS DE CERDO	UND	1 974,99
40520	CARNE DE CABEZA DE RES	KGS	900,01
45001	POSTA DE PIERNA DE CERDO AMERICANA	KGS	1 740,00
45002	COSTILLA DE CERDO 3 HERMANAS	KGS	3 320,00
45003	POSTA DE PALETA DE CERDO	KGS	2 100,00
45004	CHULETA DE CERDO ENTERA	KGS	2 280,00
45005	COSTILLA DE CERDO ENTERA	KGS	2 950,00
45006	LOMITO CERDO	KGS	3 884,99
45007	PELLEJO CAJA PEQUEÑA	KGS	715
45008	CABEZA-CHULETA-CERDO	KGS	2 000,00
45009	POSTA DE PALETA DE CERDO IMPORTADA	KGS	1 999,99
45010	COSTILLA DE CERDO PICADA	KGS	3 070,00

45012	POSTA DE CERDO JIMMY	KGS	2 350,00
45014	CERDO CUARTEADO	KGS	1 740,00
45015	COSTILLA DE CERDO SIN FALDA	KGS	3 000,00
45016	COSTILLA RIBBLETS DE CERDO	KGS	2 683,00
45018	HUESO DE NUCA PICADO DE CERDO	KGS	1 890,00
45026	PEZUÑA DE CERDO PICADA	KGS	700
45027	PAPADA DE CERDO SIN PIEL	KGS	1 749,99
45029	CERDO CUARTEADO LIMPIO	KGS	1 940,00
45051	TRIPA CERDO 33/35 (MALLA 90 MTS)	UND	48 849,99
45053	TRIPA CERDO 35/39 (4 TUBOS- 90 MTS)	UND	18 810,00
45101	TOCINO LONJA	KGS	970
45103	PAPADA DE CABEZA DE CERDO	KGS	1 838,00
45104	PEZUNA DE CERDO	KGS	700
45105	PELLEJO DE CAJA GRANDE	KGS	1 070,99
45106	UNTO DE CERDO	KGS	210
45107	RECORTE DE CERDO (DESH	KGS	1 523,00
45108	TRIPA CERD LIMPIA	KGS	2 090,00
45113	FALDA DE CERDO	KGS	2 930,00
45114	CHULETA DE CERDO PICADA	KGS	2 340,00
45115	RABO DE CERDO ENTERO	KGS	1 785,00
45116	PEINETA DE CERDO (BRISKET)	KGS	1 720,01
45123	TOCINO C/ PELLEJO LONJA	KGS	861,01
45124	RECORTE DE CABEZA DE CERDO	KGS	1 650,01
45126	CARNE DE CERDO PARA ASAR (1.8 KG)	UND	4 404,00
45127	LENGUA DE CERDO	KGS	1 100,00
45131	CHULETA DE CERDO ESTILO FRANCES	KGS	2 959,00
45137	RECORTE PICADO CHIC.	KGS	2 180,00
45138	RECORTE ESPECIAL DE CERDO MAGRO	KGS	2 045,00
45139	PIERNA DE CERDA	KGS	1 799,99
45140	POSTA DE PALETA DE CERDA	KGS	1 749,99
45141	RECORTE DE CERDO	KGS	1 830,00
45146	COSTILLA ENTERA DE CERDA	KGS	1 350,00
45149	POSTA CODILLO CARNUDO DE CERDO	KGS	2 000,00
45154	RECORTE PARA CHICHARRON	KGS	2 880,99
45161	RECORTE DE NUCA DE CERDO DESHUESADA	KGS	2 150,00
45170	TOCINO LONJA TOCINETA	KGS	1 165,99
45201	CHULETA ESPECIAL (H)	KGS	1 849,99
48103	CHULETA RINONADA ENTERA	KGS	2 305,00
50011	SERVICIO-MATANZA(CERDO-MA	UND	9 900,00
50023	MATANZA CERDA- DESECHO-REPROD.-BARRACO	UND	20 500,00
51047	BOLSA LISA P/ VACIO 12.2X18 NOVATERRA	UND	122,18
78000	ENSALADA ITALIANA MINUTO VERDE	UND	1 180,39
78001	PATACONES PRE FRITOS 1.14 Kg	UND	2 054,88
78003	PATACONES YUMBO PRE FRITOS 2.27Kg	UND	4 055,89
78004	PATACONES MINIS PRE FRITOS 2.27Kg	UND	3 755,44
78005	PLATANO MADURO EN REBANADAS 4 LBS	UND	4 281,20
78008	YUCA DEVENADA	KGS	550
78101	ENYUCADOS RELLENOS DE CARNE 2.27Kg	UND	5 423,81
78102	ENYUCADOS RELLENOS DE QUESO 2.27Kg	UND	5 927,99
78103	ENYUCADOS RELLENOS DE CHORIZO 2.27Kg	UND	5 927,99
78104	ENYUCADOS DE QUESO 1.135 Kg	UND	3 086,73
78105	ENYUCADOS DE CARNE 1.135 Kg	UND	3 086,73
78106	ENYUCADOS SUPER DE QUESO 7 UND	UND	2 640,55
78107	ENYUCADOS SUPER DE CARNE 7 UND	UND	2 640,55
78108	ENYUCADO DE CARNE 440 g	UND	1 248,01
78109	ENYUCADO DE QUESO 440 g	UND	1 248,01
79914	PAPA MC CAIN SPICY WEDGES 4X2.5 Kg	UND	3 224,00
79915	PAPA SURE CRISP 5 X 2.5 kg	UND	2 808,00
79916	PAPA SAVOURY WEDGES SASONADA 650 g Mc Cain	UND	1 196,01

79917	PAPA MC CAIN CURLY FRIES 737 G	UND	1 515,65
79918	PAPAS PREMIER 4 X 2.5	UND	8 216,01
79919	PAPA NOWACO 4 X 2.5 kg	CAJ	8 500,00
79921	PAPA SUPERCRIPSPS 750 g	UND	1 170,01
79922	PAPAS DEL CAMPO 4 X 2.5 Kg	UND	9 984,00
79923	PAPAS TOMEX 4 X 2.5 Kg	UND	10 192,00
79925	PAPAS COUNTRY STYLE WEDGES CJ 6/2.27 kg S/CONDIMET.	UND	2 686,68
79928	PAPAS EN GAJOS PARA FREIR	UND	1 352,01
79929	PAPAS PARA FREIR CROSS TRAX	UND	1 664,01
79930	PAPA FAVORITA 2.5 kg.	UND	2 450,00
79931	PAPA POTATO HARVEST 3/8 2.72 LBS	UND	2 495,99
79933	PAPA HARVEST 3/8 SC 2.27 Kg	UND	2 131,99
79934	PAPAS COUNTRY STYLE WEDGES CJ 6/2,27 Kg	UND	3 050,00
79935	PAPA PRECOCIDA 5/16 6CJ/2.04	UND	2 808,00
79936	PAPAS SIMPLOT 3/8 2,27 lb.	UND	1 819,99
79940	PAPA ECOFROST STRAIGHT CUT 4X2.5KG.	UND	8 320,00
79941	PAPA ECOFROST STRAIGHT CUT 10X1KG	UND	9 880,00
79942	PAPA ECOFROST GRADO A 4X2.5KG	UND	9 048,00
79943	PAPAS CATERPACK 3/8 6X2.72	UND	2 508,48
79945	JALAPEÑO RELLENO QUESO CREMA 8 OZ	UND	1 471,60
79946	PAPA SHOESTRING JULIE C12/1kg	UND	2 298,40
79947	PAPA VALLEY FARMS 24/500g	UND	917,28
79948	PAPA CLUB PACK CRINKLE CUT 6/2Kg	UND	3 858,40
79949	PAPA CORTE RECTO 500 GR 1X24	UND	1 124,24
79950	PAPA MC TRADITION	UND	2 800,00
79951	PAPA GAJOS SAVOURY WEDGES 650 g	UND	2 199,61
79952	PAPAS MCCAIN STRAIGHT CUT (500g)	UND	1 393,60
79953	AROS DE CEBOLLA MC CAIN 1 Kg	UND	2 464,79
79954	AROS DE CEBOLLA MC CAIN 500 g	UND	1 231,98
79956	JALAPEÑO RELLENO QUESO CREMA 1.36 kg	UND	6 604,00
79957	JALAPEÑO RELLENO QUESO CHEDDAR 1.36 Kg	UND	7 384,00
79958	TORTILLA DE MAÍZ AMARILLO RELLENA CON QUESO MONTERREY	UND	1 965,60
79959	AROS DE CEBOLLA MOORES 2 LBS	UND	2 339,99
79960	AROS DE CEBOLLA 14 OZ	UND	1 648,40
79970	ARVERJA CONG 500 GR MINUTO V	UND	1 424,80
79971	ARVERJA CONGELADA 1 Kg	UND	2 249,52
79972	VEGETALES MIXTOS MCCAIN (12 UND)	UND	10 259,60
79976	ESPINACA CANG 350 g MINUTO V	UND	1 076,40
79980	MAIZ EN MAZORCA CONGELADA 4 UND.	UND	1 310,40
79981	MAIZ EN MAZORCA CONGELADA 12 UND.	UND	4 141,27
79982	MAIZ GRANO CONG 500g MINUTO V	UND	1 102,39
79983	MAIZ GRANO CONGELADO 1 Kg	UND	2 081,05
79986	TORTILLA DE MAIZ BLANCO	UND	712,39
79987	TORTILLA DE MAIZ AMARILLO	UND	712,39
79988	TORTILLITAS DE MAIZ BLANCO 20 UND	UND	785,21
79989	TORTILLA CON QUESO 5 UNIDADES	UND	1 944,81
79990	ESPARRAGOS CONG 350g. MINUTO V	UND	1 591,19
79991	ESPARRAGOS CONGELADOS 1 Kg.	UND	3 205,29
79992	PRIMAVERA VERD 500g. MINUTO VER	UND	1 424,80
79993	ENSALADA MEXICANA 500 g. MV	UND	1 338,48
79994	PAPA STAIGHT CUT 1 KG	UND	1 456,01
79995	PAPA VALLEY FRANS 567 g	UND	932,88
79996	PAPA PRECOCIDA 3/8 BOLSA	UND	2 964,00
79997	PAPA PRECOCIDA 9/32 (6X2.04)	UND	2 880,79

79999	PAPA HOME FRAES 750 g.	UND	1 866,81
80	SICRONIZACION CPR	UND	0,99
8000	TINAS VERDES GRANES PEQUEÑAS	UND	1
80000	PAPA ONDULADA 1/2 Kg MC CAIN	UND	1 421,69
80001	PAPA HARVEST EVERCRISPS 5/16 6x5 Lbs	UND	2 582,68
80002	PAPAS FARMAPAC 3/8	UND	2 465,00
80003	PAPAS FAMPAC 9/32	UND	2 407,61
80004	PAPA MCCAIN GOLD CORTE RECTO 3/8 6X5 LB	UND	2 305,67
80006	PAPAS STAY CRYSPY FRIES	CAJ	12 994,79
80007	PAPA 1/4 CATERPAC SHOESTRING	UND	2 495,99
80008	HASHBROWN MC CAIN OVALADO 6/2	UND	3 350,00
80009	HASHBROWN MAC CAIN TRIANGULO 6/2	UND	2 802,45
80010	AROS DE CEBOLLA MC CAIN 1/4	UND	13 491,91
80011	TACO PEQUENO DE RES 1 X 12	UND	2 599,99
80012	TACO PEQUENO DE RES 36 UND 12X3	UND	7 609,47
80013	TACO PEQUENO DE POLLO 1 X 12	UND	2 536,51
80014	TACO PEQUENO DE QUESO 1 X 12	UND	2 319,09
80015	TACO SUPER DE RES 1 X 12	UND	5 875,99
80016	TACOS SUPER DE RES 1 X 2	UND	5 138,34
80017	TACO DE POLLO 6 UND	PAQ	5 051,88
80018	TACO DE RES 6 UND	PAQ	3 899,54
80019	BURRITOS DE RES 4 UND	PAQ	3 400,00
80020	BURRITOS DE POLLO 4 UND	PAQ	3 400,00
80021	TACO PEQ. RES 36 UND 1X36	UND	7 072,00
80022	TACO SUPER POLLO 12 UND 1X2	UND	5 292,48
80023	TACO MINI POLLO 1X48	UND	3 899,54
80024	TACOS PEQUENOS DE POLLO 12 X 3	UND	7 684,08
80025	TACO HIR PEQUENO 50 UND	UND	6 760,00
80026	TACO HIR SUPER 25 UND.	UND	7 956,01
80027	TACOS HIR PEQUENO 20 UND	UND	3 276,00
80028	TACOS HIR SUPER 16 UND.	UND	5 044,01
80029	RELLENO DE CARNE PATTY	KGS	3 117,55
80030	TACO HIR DE POLLO 16 UND	UND	4 453,64
80031	CARNE MECHADA DE RES	KGS	5 615,99
80032	CARNE MECHADA DE POLLO	KGS	5 615,99
80033	MINI BURRITOS DE RES 12 UND	UND	4 368,01
80034	BURRITOS DE POLLO 12 UND	UND	6 100,00
80035	BURRITOS DE RES 12 UND	UND	6 100,00
80037	TACO DE RES CAJA 1 X 40 UND	UND	7 280,00
80039	BURRITO DE RES CAJA 1 X 7 UND	UND	4 050,00
80040	RAVIOL DE RES 10 UND	UND	3 952,00
80041	RAVIOL DE POLLO 10 UNID	UND	3 952,00
80042	BURRITOS COBESA 4 UND	UND	1 500,01
80046	BURRITO DE POLLO CAJA 1 X 7 UND	UND	4 050,00
80047	TACO DE RES 1 X 20	UND	4 108,00
80048	TACO DE POLLO 1 X 20 CAJA	UND	4 420,01
80050	EMPANADA DE CARNE 12 UND	PAQ	3 744,00
80051	EMPANADA DE CARNE PEQ. 12 UND	PAQ	2 600,00
80052	EMPANADA SUPER DE CARNE 14 UND.	PAQ	4 804,80
80053	EMPANADA SUPER DE POLLO	PAQ	4 804,80
80054	EMPANADA SUPER DE FRIJOL	PAQ	4 576,00
80055	EMPANADA DE QUESO 14 UND	PAQ	5 200,00
80056	EMPANADITAS DE RES (CAJITA)	UND	3 068,00
80057	EMPANADITAS DE POLLO (CAJITA)	UND	3 068,00
80058	EMPANADITAS DE FRIJOL (CAJITA)	UND	2 860,00
80060	PIZZITA JAMON Y QUESO 3 UND	UND	1 940,34
80061	PIZZITA JAMON Y QUESO 12 UND	UND	7 255,14
80062	PIZZITA JAMON Y QUESO (CAJITA)	UND	4 212,00
80063	PIZZITA JAMON HONGOS Y CEBOLLA (CAJ)	UND	4 212,00

80067	PIZZITA JAMON Y QUESO CAJA 6 UND	UND	4 368,01
80068	PIZZITA JAMON HONGOS Y CEBOLLA CJ 6UND	UND	4 368,01
80070	PAPA HASHBROWN DESAYUNO 650 g	UND	2 600,00
80072	MINI TAQUITOS 40 UND (CAJ)	UND	3 931,21
80073	MINI BURRITOS 12 UND (CAJ)	UND	4 250,01
80074	EMPANADITA QUESO 10 UND (CAJ)	UND	3 224,00
80075	BURRITO DESAYUNO 1X7	UND	4 144,39
80076	FIESTA PACK 15 UND (CAJ)	UND	3 472,88
80077	WAFFLES ORIGINAL CAJA 8 UND	UND	1 456,01
80081	EMPANADITAS DE PLATANO MADURO 10 UND	UND	2 651,99
80082	PUPUSA COMBINADA	UND	2 547,99
80083	PUPUSA FRIJOL Y QUESO	UND	2 547,99
80084	PUPUSA QUESO	UND	2 287,99
80085	PUPUSA CHICHARON	UND	2 287,99
80086	ALBONDIGAS 400 GR CONGELADAS	UND	3 292,00
80088	ALBONDIGAS RELLENAS DE SALSA 1 Kg	UND	2 059,20
80091	PIZZA INDIVIDUAL JAMON 450 g	UND	3 982,68
80092	PIZZA INDIVIDUAL JAMON Y HONGOS 450 g	UND	3 982,68
80093	PIZZA INDIVIDUAL MARGARITA 450 g	UND	3 982,68
80094	PIZZA INDIVIDUAL VEGETARIANA 450 g	UND	3 982,68
80100	PIZZITAS DE 10 UND MERENDABLES	UND	4 763,19
80101	TACOS COBESA 8 UND	UND	1 144,01
80102	SUPER TACOS COBESA 6 UND	UND	2 027,99
80103	RELLENO CARNE MECHADA DE RES	KGS	3 827,21
80108	CARNE COCIDA HEINZ	KGS	3 530,80
80110	TAQUITOS 12 UND MEATLAND	UND	1 440,40
80111	SUPER TACOS 6 UND MEATLAND	UND	1 679,60
80112	PULLED PORK BOLSA DE 1 kg	PAQ	5 410,08
80113	TACO HIR PEQUEÑO 50 UND	UND	8 424,01
80114	TACO HIR SUPER 25 UND	UND	8 372,01
80115	BURRITO MEATLAND 4 und	UND	1 650,01
80116	PALITOS DE YUCA MC CAIN Kg	UND	2 808,00
80130	CARNE MECHADA 700 g PRECOCIDA (CONG)	UND	4 877,60
80131	CHILI CON CARNE 700 g PRECOCIDA (CONG)	UND	3 091,91
80132	PULLED PORK 700 g PRECOCIDA (CONG)	UND	3 359,20
82001	PASTEL DE MANZANA 1X6 MCCAIN	UND	2 762,23
82002	PIE DE LIMON 340 GR 1X6	UND	2 231,84
82005	QUEQUE CHOCOLATE MCCAIN	UND	3 016,00
82051	ANALOGO QUESO AMARILLO 302 g	UND	784,99
82052	ANALOGO QUESO BLANCO 302 g	UND	784,99
82053	INACTIVO NO USAR	UND	8 632,00
82054	PALITOS QUESO MOZZARELA 60 UND	UND	6 597,76
82055	DADITOS DE QUESO MOZZARELA 64 UND	UND	6 597,76
82056	ANALOGO QUESO AMARILLO GRANEL	UND	30 096,01
82057	PALITOS MOZZARELLA CAJA 18 UND	UND	2 546,96
82058	DADITOS DE QUESOS 24 UNDS	UND	3 488,15
82059	QUESO MOZZARELLA RAYADO 1 kg	UND	4 914,00
82060	QUESO MOZZARELLA EN BARRA Kg	KGS	4 914,00
82062	PALITOS DE QUESO MOZZARELLA 8 OZ	UND	2 036,31
82101	CHOC. LECHE Y ARROZ CRUNCH CJ 1/36 UD	UND	11 579,99
82102	CHOC. LECHE Y PASAS RAISINETS CJ 1/36 UD	UND	14 500,01
82103	BARRA CHOCO.BABY RUTH CJ 1/24 UD	UND	12 532,00
82104	TABLETA CHOC. C/LECHE NESTLE CJ 1/24 UD	UND	7 720,00
83001	SALSA BBQ "DEL LLANO"	UND	4 609,99
83002	SALSA TOMATE "JIMMY'S"	UND	2 600,00
83003	SALSA INGLESA "JIMMY'S"	UND	2 999,01
83004	SALSA PARA PIZZA "JIMMY'S"	UND	5 416,00
83005	SALSA KETCHUP "DEL LLANO"	UND	3 481,99

83006	SALSA INGLESA "DEL LLANO"	UND	4 320,99
83008	SALSA CHILI SWEET THAI	UND	2 102,00
83009	SALSA TOMATE"JIMMY"S" SNAKCS	UND	2 640,00
83010	SALSA PICANTE CHOLULA	UND	2 467,00
83011	SALSA NORTEÑA	UND	1 798,01
83012	SALSA PARA CARNE (STEAK) A-1	UND	1 588,00
83013	SALSA PICANTE SRIRACHA	UND	1 891,00
83016	SOBRE TOMATE SNACK P 700	UND	9 030,00
83017	550 SOBRES MAYONESA SNACK PP 550	UND	12 100,00
83040	MAYONESA NORTEÑA	UND	3 080,00
83041	ADEREZO DE MAYONESA JIMMYS	UND	4 133,01
83042	ADEREZO DE SALSA ROSADA HERLA	UND	4 547,01
83043	MAYONESA SNACKS (BOLSA)	UND	6 100,00
83044	ADEREZO MAYONESA DEL LLANO	UND	5 787,01
83047	SOBRE MAYO KETCHUP 200 UND	UND	4 340,00
83048	SOBRE MAYONESA DEL LLANO 350 UND	UND	10 127,26
83049	SOBRE TOMATE LLANO 700 Und	UND	10 075,00
83050	CHILERO "DEL LLANO"	UND	3 709,00
83051	TABASCO "DEL LLANO"	UND	4 561,01
83052	MOSTAZA "HERLA"	UND	2 746,01
83053	***CODIGO INACTIVO***SOBRE DE TOMATE "JIMMY"S"	UND	7 412,99
83054	VINAGRE BLANCO "DEL LLANO"	UND	1 232,00
83055	VINAGRE OSCURO "DEL LLANO"	UND	1 232,00
83056	SIROPE DE COLA "DEL LLANO"	UND	3 079,01
83057	SALSA CHINA "DEL LLANO"	UND	3 556,99
83102	SALSA SOYA U1/5 OZ. KIKKOMAN	UND	1 265,00
83201	EMPANADAS ORIENTALES DE CERDO	PAQ	2 800,00
83202	EMPANADAS ORIENTALES DE POLLO	PAQ	2 800,00
83203	EMPANADAS ORIENTALES DE RES	PAQ	2 800,00
83204	EMPANADAS ORIENTALES DE VEGETALES	PAQ	2 800,00
83211	TACO CHINO DE CERDO	PAQ	2 800,00
83212	TACO CHINO DE POLLO	PAQ	2 800,00
83213	TACO CHINO DE RES	PAQ	2 800,00
83214	TACO CHINO DE VEGETALES	PAQ	2 800,00
83215	TACO GRANDE CAFETERO (C.S.)	PAQ	3 500,00
83402	COUNTRY CROCK SPREAD 12X4	UND	1 298,00
83403	COUNTRY CROCK SPREAD 12 X1 LIGHT	UND	1 298,00
83404	ICBING LIGHT 8X15 OZ	UND	1 560,00
83405	ICBING SOFT 12X15 OZ	UND	1 560,00
83410	SANTA SANGRIA TROPICAL ROSE 1L	UND	2 090,00
83411	SANTA SANGRIA WHITE CITRUS 1L	UND	2 090,00
83412	FOUR PACK ALOE VERA EN LATA	UND	4 159,99
83413	BEBIDA DE ALOE 24% LATA 240 ML	UND	330,01
83414	BEBIDA DE ALOE 24% PET 500 ML	UND	645
83505	ACEITE T.R.B.D. PREMIUM CJ 1/17 LT	UND	14 775,00
83506	ACEITE FRIT. ALTO RENDIM. CAJ 1/17 LT	UND	15 400,00
83566	ALMEJA PRECOCIDA 6/10 UDS.	UND	2 385,00
83567	ALMENDRA PELADA REBANADA	UND	2 850,00
83589	TORTILLA DE TRIGO (GRANDE) 400 g	UND	1 195,73
83593	TORTILLA DE TRIGO INTEGRAL 400 g GRANDE	UND	1 243,79
83594	TORTILLA DE TRIGO OREGANO 400 g GRANDE	UND	1 393,60
83595	TORTILLA DE TRIGO SURTIDA 1.2 KILOS PRICE	UND	1 508,01
83597	CREPA DE TRIGO 250 GR GRANDE	UND	925,6
83598	CREPA DE TRIGO 100 g PEQUEÑO	UND	572
83599	TORTILLA GRUESAS PARA RELLENAR 4 UND	UND	1 024,39
83608	JUGO DE LIMON	UND	4 700,01
83609	PULPA PIÑA CON ARROZ DOÑA LETICIA	UND	3 250,00
83610	PULPA DE FRUTAS DOÑA LETICIA	UND	2 990,01
83611	PULPA DE MORA TEMPTATION	UND	6 813,01

83612	PULPA DE GUANABANA TEMPTATION	UND	6 083,00
83613	PULPA DE TAMARINDO TEMPTATION	UND	3 406,00
83614	PULPA MIXTO DE FRUTAS TEMPTATION	UND	4 015,00
83615	PULPA DE CAS TEMPTATION	UND	4 409,99
83616	PULPA DE PIÑA CON ARROZ	UND	3 464,99
83617	PULPA DE CAS DOÑA LETICIA	UND	2 990,01
83618	PULPA DE MORA DOÑA LETICIA	UND	3 450,00
83619	PULPA DE GUANABANA DOÑA LETICIA	UND	3 450,00
83620	PULPA DE TAMARINDO DOÑA LETICIA	UND	3 400,00
83801	CONDIMENTO TIPO BOMBA JAZMIN (1 Kg)	UND	1 965,00
83802	EMPANIZADOR ESPECIAL DE POLLO TOSCANELLA	UND	2 070,01
83803	PAPRIKA (1 Kg)	UND	3 105,99
83804	ABLANDADOR PARA CARNES JAZMIN (1 Kg)	UND	1 737,00
83805	GLUTAMATO MONOSODICO (1 Kg)	UND	2 750,00
83806	CONSOME DE MARISCOS JAZMIN	UND	2 085,00
83807	CONSOME DE POLLO ESP. Kg TOSCANELLA	UND	1 579,00
83808	CONSOME DE POLLO Kg TOSCANELA	UND	1 318,99
83809	CONSOME DE RES Kg TOSCANELLA	UND	1 754,99
83810	AJO EN POLVO (1 Kg)	UND	4 234,00
83811	PIMIENTA BLANCA (1 Kg)	UND	5 146,99
83812	PIMIENTA NEGRA (1 Kg)	UND	4 309,00
83813	REFRESCO DE CREMA (1 Kg)	UND	1 404,00
83814	REFRESCO DE HORCHATA (1 Kg)	UND	1 404,00
83815	REFRESCO DE TE FRIO	UND	1 754,99
83816	CHILE JALAPEÑO RODAJAS	UND	2 807,01
83817	CHILE JALAPEÑO EN TAJADAS	UND	2 807,01
83818	CONDIMENTO PARA PAPAS FRITAS 1 Kg	UND	2 046,99
83821	REFRESCO LIMONADA (1 Kg)	UND	1 638,00
83822	REFRESCO PONCHE DE FRUTAS	UND	1 899,00
83823	REFRESCO TE CON MELOCOTON (1 Kg)	UND	1 754,99
83824	CREMA CON LECHE TOSCANELA 1 Kg	UND	2 330,00
83825	HORCHATA CON LECHE TOSCANELA 1 Kg	UND	2 330,00
83826	FRESA CON LECHE TOSCANELA 1 Kg	UND	2 330,00
83827	MALTEADA CON LECHE TOSCANELA 1 Kg	UND	2 527,00
84005	MARISCOS QUIRCH (2.5 Kg)	UND	10 762,99
84006	MARISCOS QUIRCH (450 g)	UND	2 750,00
84007	CAMARON DE CULTIVO PELADO 51-60 (400g)	UND	3 659,00
84008	CAMARON DE CULTIVO PELADO PUD 90-110 (3.18Kg)	UND	6 500,00
84009	CAMARON DE CULTIVO PELADO 51-60 (450g)	UND	3 733,01
84010	CAMARON DE CULTIVO PELADO 51-60 (900g)	UND	8 499,99
84011	CAMARON DE CULTIVO PELADO 31-35 (450g)	UND	4 223,00
84012	CAMARON DE CULTIVO PELADO 31-35 (900g)	UND	8 068,00
84013	TORTA HAMBURGESA PESCADO 18 UND	UND	3 445,00
84014	SURIMI PALITOS 450 g NO USAR	UND	1 226,00
84025	FILET DE BOLILLO PORCIONADO	UND	3 992,99
84026	BOLILLO A GRANEL	UND	3 422,00
84027	CAMARON DE CULTIVO PELADO 41-50 (900 g)	UND	7 690,99
84028	CAMARON DE CULTIVO PELADO 41-50 (450 g)	UND	4 031,99
84029	CAMARON DE CULTIVO PELADO 36-40 (900 g)	UND	8 340,99
84030	CAMARON DE CULTIVO PELADO 36-40 (450g)	UND	4 365,00
84031	CAMARON DE CULTIVO PELADO 71-90 (900 g)	UND	6 500,00
84032	CAMARON DE CULTIVO PELADO 61-70 (450 g)	UND	3 520,00
84033	CAMARON DE CULTIVO PELADO 61-70 (900 g)	UND	7 500,01
84034	CARNE DE MEJILLONES	KGS	6 835,01
84035	FISH FINGERS EMPANIZ INDEPEN	UND	3 444,00
84036	CAMARON DE CULTIVO PELADO 71-90 (450 g)	UND	2 966,99
84037	CAMARON DE CULTIVO PYD GRANEL 51-60 (3.18Kg)	UND	24 921,00
84038	CAMARON DE CULTIVO PYD GRANEL 61-70 (3.18 Kg)	UND	25 499,99
84039	CAMARON DE CULTIVO IMPORTADO 41 - 50 P Y D (2.72 Kg)	UND	21 765,00

84040	CAMARON DE CULTIVO PYD GRANEL 71-90 (3.18 Kg)	UND	24 000,00
84041	FILETE DE PARGO DE EXPORTACION	KGS	7 500,01
84043	FILETE DE MARLIN PORCIONADO	KGS	4 849,00
84044	FORMADO PESCADO PORCION. EMPANIZADO ECON.	UND	5 372,64
84045	FILET DE PESCADO EMPANIZADO	KGS	4 090,00
84047	CAMARON DE CULTIVO (MEAT DE 2.5 Kg)	UND	20 000,00
84050	MARISCADA COSECHAS MARINA (400 g)	UND	2 750,00
84051	MARISCADA COSECHAS MARINAS (2.27 Kg)	UND	10 762,99
84052	CAMARON DE CULTIVO PUD GRANEL 71-90 (3.18Kg)	UND	21 999,99
84053	CAMARON DE CULTIVO 41-50 P Y D (3.18 Kg)	UND	28 500,01
84055	FILETE PANGASIU 80-120g	UND	14 772,01
84056	FILET DE DORADO 2.27 Kg	UND	6 727,01
84058	FILET THRESHER DE EXPORT.	KGS	2 010,00
84063	SURIMI PALITOS (STICKS) 1 LB	UND	2 837,00
84066	MEJILLONES 1/2 CONCHA CJ 800 GRA	UND	5 841,00
84067	CALAMAR LIMP TUBOS/8 2.5 LBS	UND	5 274,00
84068	SURIMI BOLITA 1X1 1 LB	UND	1 706,00
84070	FILETE PESCADO EMPANIZADO 450 g	UND	3 811,59
84071	CAMARON EMPANIZADO 350 g	UND	4 589,51
84072	NUGGETS PESCADO 1 Kg	UND	5 372,64
84073	NUGGETS PESCADO 350 g	UND	2 148,64
84074	NUGGETS CAMARON 1 Kg	UND	5 540,08
84075	NUGGETS CAMARON 350 g	UND	2 474,17
84077	PANGASIU 120-170g	UND	14 772,01
84078	CAMARON DE CULTIVO IMPORTADO 51-60 P Y D (2.27 Kg)	UND	18 999,99
84079	ARO CALAMAR FRESCO CONGELADO 1.13 kg	UND	4 251,00
84080	PANGASIU IQF 80-120	UND	3 014,00
84081	PANGASIU IQF 120-170	UND	9 199,99
84082	TENTACULOS DE PULPO	UND	3 228,99
84084	SALMON CHILENO AHUMADO	KGS	4 500,01
84087	CAMARON DE CULTIVO (TIGRE16/20 4 LBS 1812 g)	UND	18 669,90
84088	SURIMI BOLITA PAMANEI 1 LB 453 g	UND	858,29
84089	SURIMI DE LANGOSTA 2 LBS 908 g	UND	3 677,69
84090	SALMON PORCIONADO 6 OZ (10 Kg)	KGS	4 500,01
84091	PERCHA FILET 2/4 IQF 10 LBS	UND	21 872,12
84093	MEDALLONES DE CALAMAR 2LBS	UND	4 200,01
84094	AROS DE CALAMAR 1 LB 453 g	UND	4 214,00
84095	CAMARON DE CULTIVO P Y D GRANEL (26-30) 3.18 Kg	UND	40 876,00
84096	CAMARON DE CULTIVO P Y D GRANEL (31-35) 3.18 Kg	UND	39 963,00
84099	CAMARON DE CULTIVO P Y D GRANEL (36-40) 3.18 Kg	UND	29 458,00
84100	CAMARON DE CULTIVO PYD (26-30) 450 g	UND	5 904,01
84101	TILAPIA (3-5) 4.54 Kg	UND	13 525,00
84102	TILAPIA (5-7) 4.54 Kg	UND	12 000,00
84103	PANGASIU 170/220	UND	14 772,01
84107	MEJILLON NEGRO ENTERO 2 LBS	UND	5 704,01
84110	PANGASIU BLANCO 120/170 IQF kg	UND	2 474,99
84111	PANGASIU SEA GLORY 220/330 IQF KGS	KGS	2 549,99
84112	PANGASIU BLANCO 80/120 IQF Kg	UND	2 249,99
84113	PANGASIU BLANCO 170/220 IQF GRANELCAJA	UND	13 991,01
84114	PANGASIU BLANCO 80/120 IQF GRANEL CAJA	UND	13 991,01
84115	PANGASIU BLANCO 120/170 IQF GRANEL CAJA	UND	13 991,01
84116	CAMARON DE CULTIVO PYD TAIL ON 26-30 (2.5Kg)	UND	20 200,00
84118	TENAZAS DE CANGREJO 5 LBS	UND	15 471,00
84119	PULPO 1-2 LBS kg	KGS	3 535,01
84120	PULPO 2-4 LBS Kg	KGS	4 176,00
84121	CALAMAR TUBO 3/5 TENTACULO 1.13 Kg	UND	3 589,00
84122	CALAMAR TUBO 5/8 TENTACULO 1.13 Kg	UND	2 750,00
84124	AROS DE CALAMAR EMPANIZADO	UND	4 412,99
84126	AROS DE CALAMAR SEA GLORY 1 KG	UND	4 400,01

84128	PANGASIUS BLANCO 80/120 CAJA	UND	27 983,01
84130	PANGASIUS BLANCO GRANEL 80/120 10 Kg	UND	27 983,01
84131	FILET DE CABRILLA kg	KGS	4 843,00
84132	FILETE DE CONGRIO Kg	KGS	4 200,01
84133	FILETE DE CORVINA Kg 8-16 OZ	KGS	6 800,00
84136	PANGASIUS BLANCO 170-220 IQF	KGS	2 474,99
84137	CAMARON DE CULTIVO IMPORTADO 61-70 PY D (2.27Kg)	UND	17 820,00
84138	CAMARON DE CULTIVO IMPORTADO PYD 41-50 (2.27 Kg)	UND	19 500,00
84141	CAMARON DE CULTIVO IMP. PYD 41-50 (3 Kg)	UND	25 599,99
84142	CAMARON DE CULTIVO IMPORTADO PYD 51-60 (3 Kg)	UND	19 550,00
84143	CAMARON DE CULTIVO IMPORTADO PYD 61-70 (3 Kg)	UND	23 575,00
84145	CAMARON DE CULTIVO IMPORTADO 31-35 PYD 3 Kg.	UND	25 200,01
84146	CAMARON DE CULTIVO IMP. ECONOMICO 61-70 2.27Kg	UND	15 296,00
84147	CAMARON DE CULTIVO IMPORT. ECON PYD 51-60 (2.5 Kg)	UND	16 377,00
84149	FILETE DE CORVINA PEQUEÑA 120-170 g	KGS	7 500,00
84150	MARISCADA NACIONAL 500 g	UND	1 899,99
84151	MARISCADA NACIONAL 2.27 Kg	UND	8 999,99
84152	PARGO ENTERO 250-350 G	KGS	4 370,00
84153	BROCHETAS DE CAMARON AL AJILLO	UND	7 886,01
84154	CAMARONES DE CULTIVO P Y D CON COLA GRANDES	UND	7 764,01
84155	FILETES DE CORVINA CONGELADOS	UND	7 345,00
84157	FILETES DE DORADO CONGELADOS	UND	6 061,00
84158	FILETES PRECOCIDOS DE DORADO EMPANIZ. CONGEL.	UND	5 799,99
84159	FILETES PRECOCIDO CORVINA EMPANIZ. CONGELADOS	UND	6 027,00
84160	CAMARONES PRECOCIDOS CON COCO	UND	5 822,00
84161	CAMARONES PRECOCIDOS EMPANIZADOS	UND	5 496,00
84162	CAMARON DE CULTIVO IMP. ECONOMICO 71-90 2.27 Kg	UND	14 420,00
84164	CAMARON CULT. IMPORT ECON PYD 90-110 (2.5 Kg)	UND	13 802,01
84165	CAMARON DE CULTIVO IMPORT. ECON PYD 41-50 (2.5 Kg)	UND	16 686,00
84166	CAMARON DE CULTIVO IMPORT. ECON PYD 26-30 (2.5 Kg)	UND	20 806,00
84167	PARGO ENTERO GRANEL	KGS	3 400,00
84168	CAMARON IMPORTADO ECON PYD 61-70 (5 Kg)	UND	29 199,99
84169	CAMARON CULT.IMPORT ECON PYD 41-50 (5 Kg)	UND	33 600,00
84170	CAMARON IMPORTADO ECON PYD 71-90 (5 Kg)	UND	28 000,01
84171	CAMARON IMPORTADO ECON PYD 31-35 (2.5 Kg)	UND	19 775,99
84172	CAMARON IMPORTADO ECON. PYD 91-110 (5 Kg)	UND	24 000,00
84173	CAMARON CULT.IMPORT ECONO. PYD 31-35 TAIL ON	UND	19 775,99
84175	CAMARON PINKY 1 Kg	UND	6 550,00
84176	TENTACULO DE CALAMAR 1 Kg	UND	1 500,01
84177	CAMARON FIDEL 1 Kg	UND	3 900,00
84180	TORTAS DE PESCADO 2.27 Kg	UND	6 760,00
84181	FILETE DE TILAPIA 4 Kg (3-5 OZ)	UND	8 999,99
84182	FILETES DE MERLUZA 1 Kg	UND	1 500,01
84183	FILETES DE ALASKA POLLOCK 1 Kg	UND	1 350,01
84184	TILAPIA COSECHAS MARINAS (5-7 OZ) 1 Kg	UND	2 499,99
84250	142 grs ATÚN SEA GLORY TROCITOS EN ACEITE 1X48.	UND	33 120,00
84251	142 grs. ATÚN SEA GLORY TROCITOS CON VEGETALES EN ACEITE 1X48.	UND	33 120,00
84252	230 grs. ATÚN SEA GLORY TROCITOS EN ACEITE 1X48.	UND	38 640,00
84253	230 grs. ATÚN SEA GLORY TROCITOS CON VEGETALES EN ACEITE 1X48.	UND	38 640,00
84257	TRIPACK (2 TROCIT- 1 VEGETAL) 15% DESC	UND	28 800,00
84265	TROZOS ACEITE OFERTA 20% GRATIS	UND	38 400,00
84301	FILETES DE TILAPIA 1 Kg	UND	2 499,99
84302	TILAPIA SEA GLORY3-5OZ 4.54 Kg	UND	10 500,00
84310	PANGASIUS BLANCO 120/170 IQF kg	UND	2 474,99

84312	PANGASIUS SEA GLORY BLANCO 120/170 IQF1 kg	UND	2 300,00
84313	PANGASIUS SEA GLORY 170/220 IQF Kg	KGS	2 300,00
84314	SURIME SEA GLORY 1 LBS	UND	1 877,00
84315	MARISCADA SEA GLORY 1 LBS	UND	1 899,99
84316	MARISCADA SEA GLORY 5 LBS	UND	9 500,00
84317	AROS DE CALAMAR SEA GLORY 1 LBS	UND	2 650,00
84318	PANGASIUS SEA GLORY 80/120 IQF Kg	KGS	2 549,99
84336	PANGASIUS BLANCO 170-220 IQF	UND	2 474,99
84362	CAMARON DE CULTIVO IMPORT. ECON PYD 71-90 (2.1Kg)	UND	9 600,00
84456	160 g. TRIPACK(2 TROCIT- 1 JALAPEÑO) 15% DESC	UND	2 174,00
84457	160 g. TRIPACK (2 TROCIT- 1 VEGETAL) 15% DESC	UND	1 968,99
84459	160 g. PROMO PACK 15% DESC VEG	UND	1 968,99
84460	160 g. PROMO PACK 15% DESC TROZOS ACEITE	UND	2 533,99
84461	160 g. PROMO PACK 15% DESC TROCITOS	UND	1 968,99
84463	TROZOS CON VEG OFERTA 20% GRATIS	UND	948
84464	240 g. TROCITOS ACEITE OFERTA 20% GRATIS	UND	948
84465	TROZOS ACEITE OFERTA 20% GRATIS	UND	1 151,99
84908	PANGASIUS BLANCO 120-170 10 kg	UND	27 983,01
85001	MUSLO DE POLLO	KGS	790
85002	MUSLO DE POLLO DESHUESADO	KGS	3 330,00
85003	POLLO MECHADO 700 GRs	KGS	3 330,00
85004	PECHUGA DE POLLO	KGS	2 299,99
85005	PAVO ENTERO	KGS	2 574,99
85013	FILET DE PECHUGA DE POLLO	KGS	2 950,00
85014	PECHUGA DESHUESADA SIN PIEL A GRANEL	KGS	1 390,00
85015	MUSLITO MUSLO	KGS	2 650,00
85016	FAJITAS DE POLLO BBQ	KGS	4 209,99
85017	PECHUGA EN TROZOS	KGS	1 100,01
85018	POLLO LIMPIO ENTERO IMPORTADO	KGS	1 450,01

85019	PECHUGA DESHUESADA SIN PIEL IMPORTADA	KGS	1 999,99
85020	MILANEZA DE POLLO 5 LBS	UND	6 500,00
86001	CARNE DE CONEJO	KGS	1 650,01
86002	CONEJO ENTERO	KGS	1 650,01
86200	SALCHICHON EL ARREO 1 Kg	UND	2 387,01
86201	SALCHICHON EL ARREO	KGS	2 199,99
86203	SALCHICHON MEATLAND 1KG ANILLO	KGS	1 295,00
86205	SALCHICHON MEATLAND GRANEL 6 Kg	KGS	1 275,00
86206	SALCHICHON CRIOLLO COLA GRANEL	KGS	1 870,01
86211	MORTADELA CUADRADA 400 g jamon	UND	1 320,00
86216	TOCINETA EL ARREO 1 Kg	UND	3 905,01
86218	SALCHICHA ROJA A GRANEL	KGS	1 656,01
86228	MEZCLA PARA CANTONES 2 Kg	UND	1 320,00
86229	MORTADELA ESPECIAL 1 Kg	KGS	3 464,99
86230	JAMON EL ARREO 1 Kg.	KGS	2 805,00
86231	TOCINETA ORIGINAL 1 kg	UND	4 950,01
86232	TOCINETA FINA CAMSA 1 Kg	UND	2 200,00
86233	PIERNA NAVIDEÑA FORMADA 1.5 Kg (UND)	UND	5 699,99
86234	SALCHICHON CRIOLLO COLAG CON CHILE	KGS	1 699,99

Lista de precios con sus respectivos productos dela distribuidora El Arreo..

Anexo No 11 Lista de precios Grupo Zamora.

RES		CERDO	
PRODUCTO	PRECIO P/KG	PRODUCTO	PRECIO / KG
BISTEC RES ESPECIAL	3975	BISTEC CERDO	2650
BISTEC RES BBQ	4490 I.I.	BISTEC CERDO ADOBADO	3675 I.I.
CHURRASCO	5935 I.I.	POSTA AL VACIO KG	2430
CARNE PARA MECHAR	3550	CARNE PICADA PARA CHICHARRON	2530 I.I.
COSTILLA PICADA RES	2700	CHORIZO	2380
MANO DE PIEDRA	3800	CHULETA ECONOMICA	2320
MOLIDA ESPECIAL DE RES	2935	CHULETA ESPECIAL	2650
MOLIDA PREMIUN	3635	COSTILLA HUESITO TIERNO	2270
MODONGO PICADO	1980	COSTILLA TROCEADA	3050
LOMITO DE RES	8701 I.I.	JOW WINGS	3200
POSTA DE SOLOMO	3300	LOMITO 2 UD	3550 I.I.
MONDONGO PRETINA	2450	LOMO PARTIDO	3230 I.I.
PUNTA SOLOMO ESPECIAL	4840	MOLIDA DE CERDO	2170
TROCITOS DE RES	3550	PANZADA SIN PELLEJO	2800 I.I.
		PELLEJO CON PANZADA	2500
		PEZUÑA PICADA	762 I.I.
		RABO	1200
		ST LOUIS AL VACIO	3850
		TROZOS 80 %	2100

PRODUCTO	PRECIO PROMO	IMPUESTO	PRODUCTO	PRECIO PROMO	IMPUESTO
CANAL LIGHT	€1,325.00		CANAL LIGHT	€1,325.00	
CANAL LIMPIO	€1,650.00		CANAL LIMPIO	€1,650.00	
CANALES	€1,425.00		CANALES	€1,425.00	
CHULETA DE CABEZA	€1,950.00		CHULETA DE CABEZA	€1,950.00	
CHULETA DE CENTRO DE CERDA	€1,400.00		CHULETA DE CENTRO DE CERDA	€1,400.00	
CHULETA ENTERA	€2,125.00		CHULETA ENTERA	€2,125.00	
CHULETA MARIPOSA	€2,125.00		CHULETA MARIPOSA	€2,125.00	
COSTILLA CERDA PREMIUN	€1,550.00		COSTILLA CERDA PREMIUN	€1,550.00	
COSTILLA DE CABEZA	€1,890.00		COSTILLA DE CABEZA	€1,890.00	
COSTILLA DE HUESITO TIERNO	€2,270.00		COSTILLA DE HUESITO TIERNO	€2,270.00	
COSTILLA ENTERA CONGELADA	€2,450.00		COSTILLA ENTERA CONGELADA	€2,450.00	
COSTILLA ENTERA FRESCA	€2,800.00		COSTILLA ENTERA FRESCA	€2,800.00	
MUSLO DE POLLO IMPORTADO	€740.00		MUSLO DE POLLO IMPORTADO	€740.00	
MUSLO DESHUESADO	€1,500.00	MAS I.V.	MUSLO DESHUESADO	€1,500.00	MAS I.V.
MUSLO NACIONAL	€900.00		MUSLO NACIONAL	€900.00	
PAPADA LIMPIA	€1,990.00	MAS I.V.	PAPADA LIMPIA	€1,990.00	MAS I.V.
PECHUGA DESH. GRANEL NACIONAL	€1,600.00	MAS I.V.	PECHUGA DESH. GRANEL NACIONAL	€1,600.00	MAS I.V.
PELLEJO CON PAPADA	€1,300.00		PELLEJO CON PAPADA	€1,300.00	
PELLEJO CON TOCINO	€750.00		PELLEJO CON TOCINO	€750.00	
PELLEJO LONJA	€1,400.00		PELLEJO LONJA	€1,400.00	
PEZUÑA	€500.00	MAS I.V.	PEZUÑA	€500.00	MAS I.V.
POLLO LIMPIO	€1,330.00		POLLO LIMPIO	€1,330.00	
POSTA DE CERDA	€1,500.00		POSTA DE CERDA	€1,500.00	
POSTA DE CERDO	€1,900.00		POSTA DE CERDO	€1,900.00	
POSTA DE PALETA	€1,800.00		POSTA DE PALETA	€1,800.00	
POSTA DE PALETA DE CERDA	€1,400.00		POSTA DE PALETA DE CERDA	€1,400.00	
RABO	€1,200.00		RABO	€1,200.00	
SAN LOUIS NACIONAL	€3,850.00				

PRODUCTO PROCESADOS		TILAPIA CONGELADA	PRECIO P/KG
CHULETA AH	4300 I.I.	KILO	2655 I.I.
TROCITOS CANTONES	3500 I.I.	CAJA	SEGÚN PESO
PULLED PORK 1/2 KG	2800 I.I.		
PULLED PORK 1 KG	5600 I.I.		

PRODUCTO	PRECIO		PRODUCTO	PRECIO	
COSTILLA DE RES	€2,600.00		COSTILLA DE RES	€2,600.00	
COSTILLA PICADA DE RES	€2,700.00		COSTILLA PICADA DE RES	€2,700.00	
HIGADO DE RES CONGELADO	€1,000.00		HIGADO DE RES CONGELADO	€1,000.00	
HUESO CARNUDO DE RES	€2,000.00		HUESO CARNUDO DE RES	€2,000.00	
HUESO DE PESCUEZO	€2,600.00		HUESO DE PESCUEZO	€2,600.00	
HUESO PARA SOPA	€900.00		HUESO PARA SOPA	€900.00	
LENGUA DE RES	€5,200.00	MAS I.V.	LENGUA DE RES	€5,200.00	MAS I.V.
LOMITO DE RES	€7,700.00	MAS I.V.	LOMITO DE RES	€7,700.00	MAS I.V.
MANO DE PIEDRA	€3,800.00		MANO DE PIEDRA	€3,800.00	
MOLIDA ESP	€2,935.00		MOLIDA ESP	€2,935.00	
MOLIDA PREMIUN	€3,635.00		MOLIDA PREMIUN	€3,635.00	
MONDONGO DE RES CONGELADO	€1,875.00		MONDONGO DE RES CONGELADO	€1,875.00	
PARTIDA DE PRIMERA	€3,700.00		PARTIDA DE PRIMERA	€3,700.00	
PARTIDA DE SEGUNDA ESP.	€3,400.00		PARTIDA DE SEGUNDA ESP.	€3,400.00	
PUNTA SOLOMO ESPECIAL	€4,840.00	MAS I.V.	PUNTA SOLOMO ESPECIAL	€4,840.00	MAS I.V.
RABO DE RES	€3,200.00		RABO DE RES	€3,200.00	
SOLOMO	€3,300.00		SOLOMO	€3,300.00	
TROCITOS DE RES	€3,550.00		TROCITOS DE RES	€3,550.00	
VISCERAS	€1,650.00	MAS I.V.	VISCERAS	€1,650.00	MAS I.V.

SAN LOUIS NACIONAL	€3,850.00		TILAPIA	€2,350.00	MAS I.V.
TILAPIA	€2,350.00	MAS I.V.	TOCINO LONJA	€1,000.00	
TOCINO LONJA	€1,000.00		TOCINO MIXTO	€850.00	
TOCINO MIXTO	€850.00		TRIPA	€2,800.00	
TRIPA	€2,800.00		TRIPA COLAGENO COMESTIBLE	€5,250.00	MAS I.V.
TRIPA COLAGENO COMESTIBLE	€5,250.00	MAS I.V.	TROZOS 70%	€1,400.00	
TROZOS 70%	€1,400.00				

Lista de precios con respecto a los productos de la distribuidora Carnes Zamora.

Anexo No 12 Lista de precios Carnes San Martín

Res		Beef			
LISTA DE PRECIOS		Efectiva: 30/MAY/2020		CAMBIOS SIN PREVIO AVISO	
No	RES	BEEF	Precio Vta Colones / Kilo	Precio con Impuesto	IVA *
Refrigerado / Fresh - Vacuum Pack	1 LOMITO 2/3 - 3UP - 4UP	TENDERLOIN	7 450	8 419	G
	2 COLA DE LOMO	RIBEYE (IM)	5 383	6 083	G
	3 LOMO ANCHO	STRIP LOIN (NY)	4 376	4 945	G
	4 SOLOMO	OUTSIDE ROUND	3 855	3 855	E
	5 MANO DE PIEDRA	EYE ROUND	4 254	4 254	E
	6 LOMO DE AGUJA (Limpia)	RIBEYE CAP	5 817	6 573	G
	7 POSTA DE CUARTO	INSIDE ROUND	4 254	4 254	E
	8 BOLITA	KNUCKLE	4 081	4 081	E
	9 QUITIÑA	CHUCK ROLL	3 647	3 647	E
	10 PECHO	BRISKET	3 473	3 473	E
	11 ARRACHERA GRUESA	FLAP STEAK	5 644	5 644	E
	12 PETITE TENDER GOLD (MILANESA)	PETITE TENDER STEAK	4 602	4 602	E
	13 COLITA DE CUADRIL	TRI TIP STEAK	4 081	4 081	E
	14 POSTA DE VUELTA SB	BEEF SB	4 914	4 914	E

Cortes Gold / Gold Cuts	15	LOMITO GOLD	TENDERLOIN	7 450	8 419	G	
	16	COLA DE LOMO GOLD	RIBEYE (IM)	6 251	7 064	G	
	17	LOMO ANCHO GOLD	STRIP LOIN (NY)	4 775	5 396	G	
	18	DELMONICO GOLD	RIBEYE ROLL	6 251	7 064	G	
	19	PUNTA DE SOLOMO GOLD	COULOTTE / RUMP CAP	6 946	6 946	E	
	20	POSTA DE VUELTA SB GOLD	BEEF SB	5 991	5 991	E	
	21	ENTRAÑA FINA (ARRACHERA)	IN / OUT SIDE SKIRT	5 348	5 348	E	
	22	BIFE DE VACIO GOLD	FLANK STEAK	5 609	5 609	E	
	Congelado / Frozen	23	LOMITO DE COSTILLA	TENDERLOIN BONE IN	6 946	7 849	G
		24	MEDALLONES DE LOMITO	TENDERLOIN MEDALLIONS	13 145	14 854	G
25		T-BONE STEAK / Porterhouse	PORTERHOUSE	6 686	7 555	G	
26		TOMAHAWK STEAK	TOMAHAWK STEAK	6 946	7 849	G	
27		ASADO DE TIRAS GOLD	SHORT RIB STRIP	4 949	4 949	E	
28		COWBOY STEAK SIN HUESO	COWBOY STEAK BONELESS	7 120	8 046	G	
29		COWBOY STEAK CON HUESO	COWBOY STEAK BONE IN	7 120	8 046	G	
30		NEW YORK STEAK SIN HUESO (2 ud)	NEW YORK STEAK BONELESS	6 512	7 359	G	
31		NEW YORK STEAK CON HUESO	NEW YORK STEAK BONE IN	6 338	7 162	G	
32		LENGUA CORTE SUIZO (SIN RAIZ)	BEEF TONGUE	6 686	7 555	G	
33		CARNE MOLIDA PREMIUM (85/15)	Premium GROUND BEEF (85/15)	3 733	3 733	E	
34		CARNE MOLIDA PREMIUM (95/5)	Premium GROUND BEEF (95/5)	3 994	3 994	E	
35		TORTAS RES 227 G	BEEF PATTIES	4 341	4 341	E	
36		OSOBUCO / HUESO REDONDO	SHANK BONES	3 039	3 039	E	
37		COSTILLA ALTA	SHORT RIB	3 386	3 386	E	
38		HIGADO	BEEF LIVER	955	955	E	
39		MONDONGO O PANZA	BEEF BLEACH TRIPE	1 476	1 476	E	

		CERDO	PORK			
Congelado / Frozen	1	POSTA ENTERA AL VACIO DESH	LEG BONELESS	3 311	3 311	E
	2	CHULETA PORCIONADA 120 / 220 gr	LOIN CHOPS	3 885	3 885	E
	3	LOMO	LOIN	4 189	4 734	G
	4	LOMITO	TENDERLOIN	5 000	5 650	G
	5	COSTILLA BABY BACK	BABY BACK RIBS	5 375	5 375	E
	6	COSTILLA ST. LOUIS	ST. LOUIS STYLE	4 900	4 900	E
	7	COSTILLA ENTERA PREMIUM	PREMIUM RIB	4 730	4 730	E
	8	CHORIZO CRIOLLO	CREOLE SAUSAGE	5 000	5 650	G
	9	CHORIZO PARRILLERO	BBQ SAUSAGE	5 000	5 650	G
		CORDERO	LAMB			
Congelado / Frozen	1	CHULETA DE CORDERO	LAMB CHOPS	12 500	14 125	G
	2	CHULETA DE LOMO / T-BONE	LAMB LOIN CHOPS	16 250	18 363	G
	3	LOMO ENTERO	WHOLE LOIN	17 000	19 210	G
	4	PIERNA CON HUESO	LEG BONE IN	11 745	13 272	G
	5	PIERNA DESHUESADA	LEG BONELESS	12 500	14 125	G
	6	RACK CON ESPINAZO	LAMB RACK	18 750	21 188	G
	7	RACK FRANCES	FRENCH BABY LAMB RIBS	20 625	23 306	G
	8	TORTAS 8 OZ	GROUND LAMB PATTIES	7 650	8 645	G
	9	CARNE MOLIDA 1 kg	GROUND LAMB	7 500	8 475	G
	10	COSTILLA ST. LOUIS	ST. LOUIS STYLE	7 500	8 475	G
	11	CHORIZO CORDERO 500 G	LAMB CHORIZO	6 900	7 797	G
	12	LOMITO	TENDERLOIN	15 250	17 233	G
	13	TOMAHAWK	TOMAHAWK STEAK	15 625	17 656	G

LISTA PUEDE TENER CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

* Producto Refrigerado 0°C, madurado y empacado al Vacío / Fresh dry aged in Vacuum Pack 0°C.
** E = Exento G = Gravado (13% IVA) / precios con impuesto de ventas incluido.
Para información y pedidos llamar al PBX: 2668-1360 Nota: Esta lista podría ser alterada, no es válida sin su sello original.

Lista de precios con respecto a los productos de la carnicería San Martín.

Anexo No 13 Lista de precios Don Fernando El Especialista en Carnes.

Martín

Solicitado		Retiro Mostrador					
No Transa	1833601315	No Factura					
Código	Descripción	% Desc	Kilos	Unid.	Precio	Total	Observaciones
0201	LOMITO DE RES		1.00	1.00	14,995.00	14,995.00	
0403	QUITITEÑA DE RES		1.00	1.00	6,600.00	6,600.00	
0433	POSTA VACIO DE RES		1.00	1.00	9,300.00	9,300.00	cecina
0205	RIB EYE DE RES		1.00	1.00	12,995.00	12,995.00	es lo mismo que delmonico
0202	LOMO ANCHO DE RES		1.00	1.00	12,995.00	12,995.00	
5203	CHULETA DE CERDO RIÑONADA		1.00	1.00	5,990.00	5,990.00	
5103	POSTA DE CERDO		1.00	1.00	4,695.00	4,695.00	
3001	POLLO ENTERO LIMPIO		2.00	1.00	3,000.00	6,000.00	
3002	PECHUGA DE POLLO CON HUESO		1.00	1.00	4,000.00	4,000.00	
3003	PECHUGA DE POLLO DESHUESADA		1.00	1.00	5,932.50	5,932.50	
3004	MUSLO DE POLLO		1.00	1.00	2,620.00	2,620.00	
3006	PERNIL DE POLLO		1.00	1.00	3,500.00	3,500.00	
3008	ALAS DE POLLO		1.00	1.00	3,800.00	3,800.00	
2231	SALCHICHA FRANKFURTER		1.00	1.00	5,350.00	5,350.00	
2270	SALCHICHA DE PAVO		1.00	1.00	5,480.50	5,480.50	
2234	SALCHICHON DON FERNANDO		1.00	1.00	4,500.00	4,500.00	
Total Aproximado €			108,753.00		Vendedores		
Total de Articulos	16		Tarjeta Momentos Don Fernando		/ GENER VILLALOBOS VALLEJOS		

Lista de precios con respecto a los productos de la carnicería Don Fernando.

Anexo No.14 Lista de tasas básicas pasivas del BCCR a Julio 2020.

9. Tasa Básica Pasiva (TBP)^{/n1}

Diaria

En porcentajes

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1 Ene	11,50	8,25	8,00	8,00	9,20	6,50	7,20	5,95	4,45	5,95	6,00	5,75
2 Ene	11,50	8,25	8,00	8,00	9,20	6,50	7,20	5,95	4,45	5,95	6,00	5,75
3 Ene	11,50	8,25	8,00	8,00	9,10	6,50	7,20	5,95	4,45	5,95	6,00	5,75
4 Ene	11,50	8,25	8,00	8,00	9,10	6,50	7,20	5,95	4,45	5,90	6,00	5,75
5 Ene	11,50	8,25	8,00	8,00	9,10	6,50	7,20	5,95	4,35	5,90	6,00	5,75
6 Ene	11,50	8,25	7,25	8,00	9,10	6,50	7,20	5,95	4,35	5,90	6,00	5,75
7 Ene	11,50	8,00	7,25	8,00	9,10	6,50	7,20	5,95	4,35	5,90	6,00	5,75

8 Ene	11,75	8,00	7,25	8,00	9,10	6,50	7,25	5,95	4,35	5,90	6,00	5,75
9 Ene	11,75	8,00	7,25	8,00	9,10	6,55	7,25	5,95	4,35	5,90	6,00	5,70
10 Ene	11,75	8,00	7,25	8,00	9,05	6,55	7,25	5,95	4,35	5,90	6,05	5,70
11 Ene	11,75	8,00	7,25	8,00	9,05	6,55	7,25	5,95	4,35	6,00	6,05	5,70
12 Ene	11,75	8,00	7,25	8,50	9,05	6,55	7,25	5,95	4,55	6,00	6,05	5,70
13 Ene	11,75	8,00	8,00	8,50	9,05	6,55	7,25	5,95	4,55	6,00	6,05	5,70
14 Ene	11,75	8,00	8,00	8,50	9,05	6,55	7,25	5,95	4,55	6,00	6,05	5,70
15 Ene	12,00	8,00	8,00	8,50	9,05	6,55	7,20	5,95	4,55	6,00	6,05	5,70
16 Ene	12,00	8,00	8,00	8,50	9,05	6,50	7,20	5,95	4,55	6,00	6,05	5,75
17 Ene	12,00	8,00	8,00	8,50	8,90	6,50	7,20	5,95	4,55	6,00	6,10	5,75
18 Ene	12,00	8,00	8,00	8,50	8,90	6,50	7,20	5,95	4,55	6,05	6,10	5,75
19 Ene	12,00	8,00	8,00	8,50	8,90	6,50	7,20	5,95	4,50	6,05	6,10	5,75
20 Ene	12,00	8,00	7,50	8,50	8,90	6,50	7,20	5,95	4,50	6,05	6,10	5,75
21 Ene	12,00	8,00	7,50	8,50	8,90	6,50	7,20	5,95	4,50	6,05	6,10	5,75
22 Ene	11,50	8,00	7,50	8,50	8,90	6,50	7,25	5,95	4,50	6,05	6,10	5,75
23 Ene	11,50	8,00	7,50	8,50	8,90	6,55	7,25	5,95	4,50	6,05	6,10	5,75
24 Ene	11,50	8,00	7,50	8,50	8,60	6,55	7,25	5,95	4,50	6,05	6,15	5,75
25 Ene	11,50	8,00	7,50	8,50	8,60	6,55	7,25	5,95	4,50	6,10	6,15	5,75
26 Ene	11,50	8,00	7,50	8,75	8,60	6,55	7,25	5,95	4,55	6,10	6,15	5,75
27 Ene	11,50	8,00	7,75	8,75	8,60	6,55	7,25	5,95	4,55	6,10	6,15	5,75
28 Ene	11,50	8,00	7,75	8,75	8,60	6,55	7,25	5,95	4,55	6,10	6,15	5,75
29 Ene	11,25	8,00	7,75	8,75	8,60	6,55	7,20	5,95	4,55	6,10	6,15	5,75
30 Ene	11,25	8,00	7,75	8,75	8,60	6,55	7,20	5,95	4,55	6,10	6,15	5,75
31 Ene	11,25	8,00	7,75	8,75	8,30	6,55	7,20	5,95	4,55	6,10	6,25	5,75
1 Feb	11,25	8,00	7,75	8,75	8,30	6,55	7,20	5,95	4,55	6,05	6,25	5,75
2 Feb	11,25	8,00	7,75	8,75	8,30	6,55	7,20	5,95	4,60	6,05	6,25	5,75
3 Feb	11,25	8,00	7,50	8,75	8,30	6,55	7,20	5,95	4,60	6,05	6,25	5,75
4 Feb	11,25	8,00	7,50	8,75	8,30	6,55	7,20	5,95	4,60	6,05	6,25	5,75
5 Feb	11,25	8,00	7,50	8,75	8,30	6,55	7,25	5,95	4,60	6,05	6,25	5,75

6 Feb	11,25	8,00	7,50	8,75	8,30	6,55	7,25	5,95	4,60	6,05	6,25	5,75
7 Feb	11,25	8,00	7,50	8,75	8,05	6,55	7,25	5,95	4,60	6,05	6,15	5,75
8 Feb	11,25	8,00	7,50	8,75	8,05	6,55	7,25	5,95	4,60	6,00	6,15	5,75
9 Feb	11,25	8,00	7,50	9,00	8,05	6,55	7,25	5,95	4,50	6,00	6,15	5,75
10 Feb	11,25	8,00	7,50	9,00	8,05	6,55	7,25	5,95	4,50	6,00	6,15	5,75
11 Feb	11,25	8,00	7,50	9,00	8,05	6,55	7,25	5,90	4,50	6,00	6,15	5,75
12 Feb	12,00	8,00	7,50	9,00	8,05	6,55	7,15	5,90	4,50	6,00	6,15	5,75
13 Feb	12,00	8,00	7,50	9,00	8,05	6,50	7,15	5,90	4,50	6,00	6,15	5,65
14 Feb	12,00	8,00	7,50	9,00	7,80	6,50	7,15	5,90	4,50	6,00	6,20	5,65
15 Feb	12,00	8,00	7,50	9,00	7,80	6,50	7,15	5,90	4,50	6,05	6,20	5,65
16 Feb	12,00	8,00	7,50	8,75	7,80	6,50	7,15	5,90	4,55	6,05	6,20	5,65
17 Feb	12,00	8,00	7,50	8,75	7,80	6,50	7,15	5,90	4,55	6,05	6,20	5,65
18 Feb	12,00	8,25	7,50	8,75	7,80	6,50	7,15	5,75	4,55	6,05	6,20	5,65
19 Feb	11,50	8,25	7,50	8,75	7,80	6,50	7,15	5,75	4,55	6,05	6,20	5,65
20 Feb	11,50	8,25	7,50	8,75	7,80	6,50	7,15	5,75	4,55	6,05	6,20	4,95
21 Feb	11,50	8,25	7,50	8,75	7,50	6,50	7,15	5,75	4,55	6,05	6,10	4,95
22 Feb	11,50	8,25	7,50	8,75	7,50	6,50	7,15	5,75	4,55	6,00	6,10	4,95
23 Feb	11,50	8,25	7,50	9,00	7,50	6,50	7,15	5,75	4,60	6,00	6,10	4,95
24 Feb	11,50	8,25	7,50	9,00	7,50	6,50	7,15	5,75	4,60	6,00	6,10	4,95
25 Feb	11,50	8,00	7,50	9,00	7,50	6,50	7,15	5,70	4,60	6,00	6,10	4,95
26 Feb	12,00	8,00	7,50	9,00	7,50	6,50	7,15	5,70	4,60	6,00	6,10	4,95
27 Feb	12,00	8,00	7,50	9,00	7,50	6,50	7,15	5,70	4,60	6,00	6,10	4,80
28 Feb	12,00	8,00	7,50	9,00	7,35	6,50	7,15	5,70	4,60	6,00	6,25	4,80
29 Feb				9,00				5,70				4,80
1 Mar	12,00	8,00	7,50	9,25	7,35	6,50	7,15	5,70	4,60	6,10	6,25	4,80
2 Mar	12,00	8,00	7,50	9,25	7,35	6,50	7,15	5,70	4,60	6,10	6,25	4,80
3 Mar	12,00	8,00	7,25	9,25	7,35	6,50	7,15	5,60	4,60	6,10	6,25	4,80
4 Mar	12,00	8,25	7,25	9,25	7,35	6,50	7,15	5,60	4,60	6,10	6,25	4,80
5 Mar	12,00	8,25	7,25	9,25	7,35	6,50	7,15	5,60	4,60	6,10	6,25	4,50

6 Mar	12,00	8,25	7,25	9,25	7,35	6,45	7,15	5,60	4,60	6,10	6,25	4,50
7 Mar	12,00	8,25	7,25	9,25	7,25	6,45	7,15	5,60	4,60	6,10	6,15	4,50
8 Mar	12,00	8,25	7,25	9,25	7,25	6,45	7,15	5,60	4,60	5,95	6,15	4,50
9 Mar	12,00	8,25	7,25	9,25	7,25	6,45	7,15	5,60	4,55	5,95	6,15	4,50
10 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,25	6,45	7,15	5,65	4,55	5,95	6,15	4,50
11 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,25	6,45	7,15	5,65	4,55	5,95	6,15	4,50
12 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,25	6,45	7,15	5,65	4,55	5,95	6,15	4,50
13 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,25	6,50	7,15	5,65	4,55	5,95	6,15	4,50
14 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,10	6,50	7,15	5,65	4,55	5,95	6,20	4,50
15 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,10	6,50	7,15	5,65	4,55	6,05	6,20	4,50
16 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,10	6,50	7,15	5,65	4,50	6,05	6,20	4,50
17 Mar	12,00	8,25	7,50	9,25	7,10	6,50	7,15	5,55	4,50	6,05	6,20	4,50
18 Mar	12,00	8,00	7,50	9,25	7,10	6,50	7,15	5,55	4,50	6,05	6,20	4,50
19 Mar	12,25	8,00	7,50	9,25	7,10	6,50	7,10	5,55	4,50	6,05	6,20	4,35
20 Mar	12,25	8,00	7,50	9,25	7,10	6,45	7,10	5,55	4,50	6,05	6,20	4,35
21 Mar	12,25	8,00	7,50	9,25	7,05	6,45	7,10	5,55	4,50	6,05	6,15	4,35
22 Mar	12,25	8,00	7,50	9,25	7,05	6,45	7,10	5,55	4,50	6,00	6,15	4,35
23 Mar	12,25	8,00	7,50	9,25	7,05	6,45	7,10	5,55	4,45	6,00	6,15	4,35
24 Mar	12,25	8,00	7,50	9,25	7,05	6,45	7,10	5,65	4,45	6,00	6,15	4,35
25 Mar	12,25	8,00	7,50	9,25	7,05	6,45	7,10	5,65	4,45	6,00	6,15	4,35
26 Mar	11,75	8,00	7,50	9,25	7,05	6,45	7,10	5,65	4,45	6,00	6,15	4,15
27 Mar	11,75	8,00	7,50	9,25	7,05	6,60	7,10	5,65	4,45	6,00	6,15	4,15
28 Mar	11,75	8,00	7,50	9,25	6,95	6,60	7,10	5,65	4,45	6,00	6,20	4,15
29 Mar	11,75	8,00	7,50	9,25	6,95	6,60	7,10	5,65	4,45	6,00	6,20	4,15
30 Mar	11,75	8,00	7,50	9,25	6,95	6,60	7,10	5,65	4,50	6,00	6,20	4,15
31 Mar	11,75	8,00	7,50	9,25	6,95	6,60	7,10	5,70	4,50	6,00	6,20	4,15
1 Abr	11,75	8,50	7,50	9,25	6,95	6,60	7,10	5,70	4,50	6,00	6,20	4,15
2 Abr	12,00	8,50	7,50	9,25	6,95	6,60	7,10	5,70	4,50	6,00	6,20	3,80
3 Abr	12,00	8,50	7,50	9,25	6,95	6,65	7,10	5,70	4,50	6,00	6,20	3,80

4 Abr	12,00	8,50	7,50	9,25	6,95	6,65	7,10	5,70	4,50	6,00	6,10	3,80
5 Abr	12,00	8,50	7,50	9,25	6,95	6,65	7,10	5,70	4,50	5,90	6,10	3,80
6 Abr	12,00	8,50	7,50	9,25	6,95	6,65	7,10	5,70	4,45	5,90	6,10	3,80
7 Abr	12,00	8,50	7,25	9,25	6,95	6,65	7,10	5,45	4,45	5,90	6,10	3,80
8 Abr	12,00	8,00	7,25	9,25	6,95	6,65	7,10	5,45	4,45	5,90	6,10	3,80
9 Abr	11,75	8,00	7,25	9,25	6,95	6,65	7,05	5,45	4,45	5,90	6,10	3,80
10 Abr	11,75	8,00	7,25	9,25	6,95	6,70	7,05	5,45	4,45	5,90	6,10	3,80
11 Abr	11,75	8,00	7,25	9,25	6,95	6,70	7,05	5,45	4,45	5,90	6,20	3,80
12 Abr	11,75	8,00	7,25	9,25	6,95	6,70	7,05	5,45	4,45	6,00	6,20	3,80
13 Abr	11,75	8,00	7,25	9,25	6,95	6,70	7,05	5,45	4,55	6,00	6,20	3,80
14 Abr	11,75	8,00	7,25	9,25	6,95	6,70	7,05	5,55	4,55	6,00	6,20	3,80
15 Abr	11,75	8,25	7,25	9,25	6,95	6,70	7,05	5,55	4,55	6,00	6,20	3,80
16 Abr	11,50	8,25	7,25	9,25	6,95	6,70	7,10	5,55	4,55	6,00	6,20	3,75
17 Abr	11,50	8,25	7,25	9,25	6,95	6,70	7,10	5,55	4,55	6,00	6,20	3,75
18 Abr	11,50	8,25	7,25	9,25	6,90	6,70	7,10	5,55	4,55	6,00	6,05	3,75
19 Abr	11,50	8,25	7,25	9,50	6,90	6,70	7,10	5,55	4,55	5,95	6,05	3,75
20 Abr	11,50	8,25	7,25	9,50	6,90	6,70	7,10	5,55	4,40	5,95	6,05	3,75
21 Abr	11,50	8,25	7,00	9,50	6,90	6,70	7,10	5,50	4,40	5,95	6,05	3,75
22 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,90	6,70	7,10	5,50	4,40	5,95	6,05	3,75
23 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,90	6,70	7,10	5,50	4,40	5,95	6,05	3,80
24 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,90	6,70	7,10	5,50	4,40	5,95	6,05	3,80
25 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,50	4,40	5,95	6,15	3,80
26 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,50	4,40	6,15	6,15	3,80
27 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,50	4,60	6,15	6,15	3,80
28 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,55	4,60	6,15	6,15	3,80
29 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,55	4,60	6,15	6,15	3,80
30 Abr	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,55	4,60	6,15	6,15	3,90
1 May	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,55	4,60	6,15	6,15	3,90
2 May	11,50	7,75	7,00	9,50	6,75	6,70	7,10	5,55	4,60	6,15	6,25	3,90

3 May	11,50	7,75	7,00	9,75	6,75	6,70	7,10	5,55	4,60	6,10	6,25	3,90
4 May	11,50	7,75	7,00	9,75	6,75	6,70	7,10	5,55	4,60	6,10	6,25	3,90
5 May	11,50	7,75	7,25	9,75	6,75	6,70	7,10	5,35	4,60	6,10	6,25	3,90
6 May	11,50	8,00	7,25	9,75	6,75	6,70	7,10	5,35	4,60	6,10	6,25	3,90
7 May	11,25	8,00	7,25	9,75	6,75	6,70	7,05	5,35	4,60	6,10	6,25	3,80
8 May	11,25	8,00	7,25	9,75	6,75	6,80	7,05	5,35	4,60	6,10	6,25	3,80
9 May	11,25	8,00	7,25	9,75	6,70	6,80	7,05	5,35	4,60	6,10	6,15	3,80
10 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,80	7,05	5,35	4,60	6,00	6,15	3,80
11 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,80	7,05	5,35	4,55	6,00	6,15	3,80
12 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,80	7,05	5,40	4,55	6,00	6,15	3,80
13 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,80	7,05	5,40	4,55	6,00	6,15	3,80
14 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,80	7,00	5,40	4,55	6,00	6,15	3,90
15 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,75	7,00	5,40	4,55	6,00	6,15	3,90
16 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,75	7,00	5,40	4,55	6,00	6,20	3,90
17 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,75	7,00	5,40	4,55	5,95	6,20	3,90
18 May	11,25	8,00	7,25	10,00	6,70	6,75	7,00	5,40	4,55	5,95	6,20	3,90
19 May	11,25	8,00	7,00	10,00	6,70	6,75	7,00	5,30	4,55	5,95	6,20	3,90
20 May	11,25	8,25	7,00	10,00	6,70	6,75	7,00	5,30	4,55	5,95	6,20	3,90
21 May	11,25	8,25	7,00	10,00	6,70	6,75	6,95	5,30	4,55	5,95	6,20	3,85
22 May	11,25	8,25	7,00	10,00	6,70	6,75	6,95	5,30	4,55	5,95	6,20	3,85
23 May	11,25	8,25	7,00	10,00	6,70	6,75	6,95	5,30	4,55	5,95	6,20	3,85
24 May	11,25	8,25	7,00	9,75	6,70	6,75	6,95	5,30	4,55	6,00	6,20	3,85
25 May	11,25	8,25	7,00	9,75	6,70	6,75	6,95	5,30	4,55	6,00	6,20	3,85
26 May	11,25	8,25	7,25	9,75	6,70	6,75	6,95	5,40	4,55	6,00	6,20	3,85
27 May	11,25	8,50	7,25	9,75	6,70	6,75	6,95	5,40	4,55	6,00	6,20	3,85
28 May	11,25	8,50	7,25	9,75	6,70	6,75	6,90	5,40	4,55	6,00	6,20	3,85
29 May	11,25	8,50	7,25	9,75	6,70	6,85	6,90	5,40	4,55	6,00	6,20	3,85
30 May	11,25	8,50	7,25	9,75	6,65	6,85	6,90	5,40	4,55	6,00	6,30	3,85
31 May	11,25	8,50	7,25	10,00	6,65	6,85	6,90	5,40	4,55	5,95	6,30	3,85

1 Jun	11,25	8,50	7,25	10,00	6,65	6,85	6,90	5,40	4,65	5,95	6,30	3,85
2 Jun	11,25	8,50	7,50	10,00	6,65	6,85	6,90	5,35	4,65	5,95	6,30	3,85
3 Jun	11,25	8,25	7,50	10,00	6,65	6,85	6,90	5,35	4,65	5,95	6,30	3,85
4 Jun	11,25	8,25	7,50	10,00	6,65	6,85	6,85	5,35	4,65	5,95	6,30	3,80
5 Jun	11,25	8,25	7,50	10,00	6,65	6,90	6,85	5,35	4,65	5,95	6,30	3,80
6 Jun	11,25	8,25	7,50	10,00	6,65	6,90	6,85	5,35	4,65	5,95	6,30	3,80
7 Jun	11,25	8,25	7,50	10,00	6,65	6,90	6,85	5,35	4,65	5,90	6,30	3,80
8 Jun	11,25	8,25	7,50	10,00	6,65	6,90	6,85	5,35	4,80	5,90	6,30	3,80
9 Jun	11,25	8,25	7,25	10,00	6,65	6,90	6,85	5,30	4,80	5,90	6,30	3,80
10 Jun	11,25	8,00	7,25	10,00	6,65	6,90	6,85	5,30	4,80	5,90	6,30	3,80
11 Jun	11,00	8,00	7,25	10,00	6,65	6,90	6,80	5,30	4,80	5,90	6,30	3,90
12 Jun	11,00	8,00	7,25	10,00	6,65	6,95	6,80	5,30	4,80	5,90	6,30	3,90
13 Jun	11,00	8,00	7,25	10,00	6,65	6,95	6,80	5,30	4,80	5,90	6,35	3,90
14 Jun	11,00	8,00	7,25	9,75	6,65	6,95	6,80	5,30	4,80	5,95	6,35	3,90
15 Jun	11,00	8,00	7,25	9,75	6,65	6,95	6,80	5,30	4,95	5,95	6,35	3,90
16 Jun	11,00	8,00	7,25	9,75	6,65	6,95	6,80	5,30	4,95	5,95	6,35	3,90
17 Jun	11,00	8,00	7,25	9,75	6,65	6,95	6,80	5,30	4,95	5,95	6,35	3,90
18 Jun	11,00	8,00	7,25	9,75	6,65	6,95	6,80	5,30	4,95	5,95	6,35	3,85
19 Jun	11,00	8,00	7,25	9,75	6,65	6,95	6,80	5,30	4,95	5,95	6,35	3,85
20 Jun	11,00	8,00	7,25	9,75	6,60	6,95	6,80	5,30	4,95	5,95	6,35	3,85
21 Jun	11,00	8,00	7,25	9,50	6,60	6,95	6,80	5,30	4,95	5,85	6,35	3,85
22 Jun	11,00	8,00	7,25	9,50	6,60	6,95	6,80	5,30	5,50	5,85	6,35	3,85
23 Jun	11,00	8,00	7,25	9,50	6,60	6,95	6,80	5,30	5,50	5,85	6,35	3,85
24 Jun	11,00	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,80	5,30	5,50	5,85	6,35	3,85
25 Jun	11,00	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,80	5,30	5,50	5,85	6,35	3,95
26 Jun	11,00	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,80	5,30	5,50	5,85	6,35	3,95
27 Jun	11,00	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,80	5,30	5,50	5,85	6,55	3,95
28 Jun	11,00	8,25	7,25	9,75	6,60	6,95	6,80	5,30	5,50	5,95	6,55	3,95
29 Jun	11,00	8,25	7,25	9,75	6,60	6,95	6,80	5,30	5,70	5,95	6,55	3,95

30 Jun	11,00	8,25	7,25	9,75	6,60	6,95	6,80	5,25	5,70	5,95	6,55	3,95
1 Jul	11,00	8,25	7,25	9,75	6,60	6,95	6,80	5,25	5,70	5,95	6,55	3,95
2 Jul	11,25	8,25	7,25	9,75	6,60	6,95	6,70	5,25	5,70	5,95	6,55	3,80
3 Jul	11,25	8,25	7,25	9,75	6,60	6,95	6,70	5,25	5,70	5,95	6,55	3,80
4 Jul	11,25	8,25	7,25	9,75	6,60	6,95	6,70	5,25	5,70	5,95	6,65	3,80
5 Jul	11,25	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,70	5,25	5,70	5,90	6,65	3,80
6 Jul	11,25	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,70	5,25	5,75	5,90	6,65	3,80
7 Jul	11,25	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,70	5,05	5,75	5,90	6,65	3,80
8 Jul	11,25	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,70	5,05	5,75	5,90	6,65	3,80
9 Jul	12,00	8,25	7,25	9,50	6,60	6,95	6,70	5,05	5,75	5,90	6,65	3,70
10 Jul	12,00	8,25	7,25	9,50	6,60	7,00	6,70	5,05	5,75	5,90	6,65	3,70
11 Jul	12,00	8,25	7,25	9,50	6,60	7,00	6,70	5,05	5,75	5,90	6,00	3,70
12 Jul	12,00	8,25	7,25	9,50	6,60	7,00	6,70	5,05	5,75	5,90	6,00	3,70
13 Jul	12,00	8,25	7,25	9,50	6,60	7,00	6,70	5,05	6,00	5,90	6,00	3,70
14 Jul	12,00	8,25	7,00	9,50	6,60	7,00	6,70	5,15	6,00	5,90	6,00	3,70
15 Jul	12,00	8,00	7,00	9,50	6,60	7,00	6,70	5,15	6,00	5,90	6,00	3,70
16 Jul	12,75	8,00	7,00	9,50	6,60	7,00	6,70	5,15	6,00	5,90	6,00	3,65
17 Jul	12,75	8,00	7,00	9,50	6,60	6,95	6,70	5,15	6,00	5,90	6,00	3,65
18 Jul	12,75	8,00	7,00	9,50	6,65	6,95	6,70	5,15	6,00	5,90	5,90	3,65
19 Jul	12,75	8,00	7,00	10,00	6,65	6,95	6,70	5,15	6,00	5,85	5,90	3,65
20 Jul	12,75	8,00	7,00	10,00	6,65	6,95	6,70	5,15	5,90	5,85	5,90	3,65
21 Jul	12,75	8,00	7,00	10,00	6,65	6,95	6,70	5,10	5,90	5,85	5,90	3,65
22 Jul	12,75	8,25	7,00	10,00	6,65	6,95	6,70	5,10	5,90	5,85	5,90	3,65

Lista de tasas básicas pasivas del BCCR a Julio 2020.

Declaración jurada de la tesis ejecutada.

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Ivania Aguilar Chaves, mayor de edad, portadora de la cédula de identidad número 1-1347-0334 egresada de la carrera de Licenciatura en Administración con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de este acto y debidamente apercibida y entendida de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura en Administración con énfasis en Banca y Finanzas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: "Estudio de factibilidad para el establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense, bajo la denominación "LA CHOZA DE BE", a ubicarse en Ciudad Colón (cabecera del cantón de Mora), período 2020, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos número 6883 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en La Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70: "Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original". Asimismo, quedo advertida que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los veinte (20) días del mes de julio (07) del año dos mil veinte (20).



Ivania Aguilar Chaves

Cédula: 1-1347-0334

Carta de Tutor:

CARTA DEL TUTOR

San José, 11 de agosto de 2020

Señores
 Administración de Negocios
 Universidad Hispanoamericana

Estimado señor:

La estudiante Ivania Aguilar Chaves, cédula de identidad número 1-1347-0334, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA COSTARRICENSE, BAJO LA DENOMINACIÓN "LA CHOZA DE BE", A UBICARSE EN CIUDAD COLÓN (CABECERA DEL CANTÓN DE MORA), PERÍODO 2020.", el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas, con Énfasis en Banca y Finanzas.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL	100%	100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

Rodolfo Bonilla Núñez
 Cédula identidad N° 501760902
 Carné Colegio Profesional N° 1552

RODOLFO
ANTONIO BONILLA
NÚÑEZ (RINA)

Formato digitalizado por
 RODOLFO ANTONIO
 BONILLA NÚÑEZ (RINA)
 NÚÑEZ (RINA) 11/11/2020
 4:00:00

Carta de lector:

CARTA DE LECTOR

San José, 25 de agosto del 2020

Señores
Servicios Estudiantiles
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

El estudiante **Ivannia Aguilar Chaves**, cédula de identidad **0113470324** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"Estudio de factibilidad para el establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense, bajo la denominación "La Choza de Be", a ubicarse en ciudad colón (cabecera del Cantón de Mora), periodo 2020"**, el cual ha elaborado para obtener su grado de **Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas**.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,

**LUIS ALBERTO
VARGAS ZUÑIGA
(FIRMA)**

Firmado digitalmente por
LUIS ALBERTO VARGAS
ZUÑIGA (FIRMA)
Fecha: 2020.08.25 20:48:37
+06'00'

Lic. Luis Vargas Zúñiga.

Cédula de identidad 0107090057

Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

Carta de autorización para licencia de TFG FINAL

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, 27 de agosto de 2020.


Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Ivania Aguilar Chaves, con número de identificación 1-1347-0334, autor (a) del trabajo de graduación titulado Estudio de factibilidad para el establecimiento de un restaurante de comida típica costarricense, bajo la denominación "LA CHOZA DE BE", a ubicarse en Ciudad Colón (cabecera del cantón de mora), período 2020, presentado y aprobado en el año 2020, como requisito para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en banca y finanzas; Si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente, Ivania Aguilar Chaves


1-1347-0334

Firma y Documento de Identidad