

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
Facultad de Ciencias Agroalimentarias
Escuela de Economía Agrícola y Agronegocios

Licenciatura en Economía Agrícola con Énfasis en Agroambiente

Propuesta de Trabajo Final de Graduación

Estudio de viabilidad de la plataforma web Agroferia para ser implementada en un concesionario de servicio de alimentación en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

Propuesta para optar por el grado de Licenciatura en Economía Agrícola con Énfasis en Agroambiente bajo la modalidad de

Proyecto de graduación

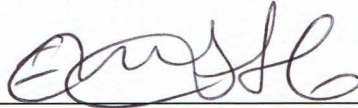
Propuesto por
Ana Priscila Arguedas Carballo B00555

San José, Costa Rica

2017

Hoja de aprobación

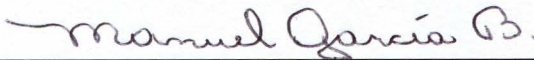
Este Trabajo Final de Graduación fue aceptado por el Tribunal Examinador de la Escuela de Economía Agrícola y Agronegocios de la Universidad de Costa Rica, como requisito para optar por el grado académico de Licenciatura en Economía Agrícola con énfasis en Agroambiente.



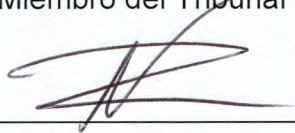
M.G.A. Enrique Montenegro Hidalgo
Director de la Escuela de Economía Agrícola y Agronegocios



M.Sc. Alexis Villalobos Monge
Director del Proyecto de Graduación



M.A.E Manuel García Barquero
Miembro del Tribunal



M.Sc. Vanessa Villalobos Ramos
Miembro del Tribunal



M.G.A Luis Ricardo Solís Rivera
Miembro del Tribunal

Priscila Arguedas C.
Priscila Arguedas Carballo
Postulante

Dedicatoria

A mi familia, especialmente a mis papás, que siempre han estado apoyándome y acompañando en todo el proceso. Por sus sacrificios y enseñanzas de vida. Sin ustedes no sería nadie. También, a mi hermana, que siempre me apoyo y ánimo. Los amo, son todo en mi vida.

Agradecimientos

A Dios por permitirme concluir mis estudios y demostrarme que nunca estaré sola, que Él siempre estará a mi lado guiándome y apoyándome.

Mi familia, que siempre están en todo momento, dándome su amor y apoyo incondicional. Los amo.

Valeria y Gerardo, pilares fundamentales en estos años universitarios, además de compañeros y colegas, amigos de la vida. Gracias por tanto.

Y a todas aquellas personas que conocí en esta época universitaria, gracias, porque de alguna u otra manera aprendí de ustedes, fueron parte fundamental en mi formación profesional como personal.

Tabla de contenido

Hoja de aprobación	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
Tabla de Cuadros	viii
Tabla de Figuras	ix
Tabla de Gráficos.....	x
Lista de abreviaturas y acrónimos.....	xi
Resumen	xii
Capítulo 1	1
Fundamento teórico y metodológico del proyecto	1
1.1. Introducción	2
1.2. Problema	4
1.3. Justificación	7
1.4. Objetivos	9
1.4.1. Objetivo General	9
1.4.2. Objetivos Específicos	9
1.5. Marco Referencial	10
1.5.1. Marco de Antecedentes	10
1.5.2. Marco Teórico-Conceptual.....	16
1.5.2.6. Servicio de alimentación	28
1.6. Diseño Metodológico	29
1.6.1. Tipo de Investigación	29
1.6.2. Estrategia metodológica	30
1.6.2.4. Sistematización y análisis de la información	32
1.6.3. Fuentes de información	33
Capítulo 2	34
Perfil de los concesionarios de servicios de alimentación en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica	34
2.1. Situación actual de los servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica	35
2.2. Resultados del instrumento aplicado a los concesionarios de los servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica	38

2.2.1. Proveedores de los servicios de alimentación.....	38
2.2.2. Frecuencia de compra de productos agropecuarios.....	40
2.2.3. Medio para solicitar la mercadería.....	42
2.2.4. Horario para solicitar y recibir la mercadería.....	43
2.2.5. Modo de pago.....	45
2.2.6. Negociación del precio.....	46
2.2.7. Volumen de compra de productos agropecuarios.....	47
2.2.8. Características de un proveedor.....	52
2.3. Perfil general del concesionario de servicio de alimentación.....	53
Capítulo 3.....	55
Plan piloto Agroferia:Sodas.....	55
3.1. Definir la misión.....	56
3.2. Establecer los objetivos y metas.....	57
3.3. Identificar los colaboradores y recursos.....	57
3.4. Propuesta del plan de acción del proyecto <i>Agroferia: Sodas</i>	60
3.4.1. Plataforma web.....	61
3.4.2. Catálogo de productos.....	64
3.4.3. Stock de productos.....	67
3.4.4. Registro del cliente.....	68
3.4.5. Modo de pago.....	68
3.4.6. Política de precio y pago a proveedores.....	68
3.4.7. Acopio, distribución, logística y transporte.....	69
3.4.7.1. Recepción de productos del proveedor.....	69
3.4.8. Servicio al cliente.....	73
Capítulo 4.....	74
Guía para la viabilidad del plan piloto del proyecto <i>Agroferia:Sodas</i>	74
4.1. Guía de viabilidad.....	75
4.2. Resultados.....	76
4.2.1. Página Web.....	76
4.2.2. Registro de Clientes.....	77
4.2.3. Modo de pago.....	78
4.2.4. Recepción de productos a los proveedores.....	78

4.2.5. Distribución y entrega de productos.....	79
4.3. Consideraciones finales.....	80
Capítulo 5	81
Conclusiones y Recomendaciones	81
5.1 Conclusiones	82
5.2. Recomendaciones	85
Referencias.....	87
Anexos.....	92

Tabla de Cuadros

Cuadro. 1 Cantidad de visitantes por día en cada servicio de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.	36
Cuadro 2. Modo de pago según los proveedores de los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.....	46
Cuadro. 3. Promedio y desviación estándar semanal de demanda de productos agropecuarios de los concesionarios, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica	48
Cuadro. 4. Mínimo y máximo de demanda semanal de productos agropecuarios de un concesionario de servicio de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica	50
Cuadro 5. Resumen del perfil general de un concesionario de servicio de alimentación respecto al consumo de productos agroalimentarios, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica	54

Tabla de Figuras

Fig. 1. Vista de la interfaz principal del prototipo del sitio web de Agroferia: Sodas	61
Fig. 2. Prototipo versión móvil Agroferia: Sodas	62
Fig. 3. Pestaña Nosotros de la página web de Agroferia: Sodas	63
Fig. 4 Pestaña Encuéntranos de la página web de Agroferia: Sodas	63
Fig. 5 Pestaña Encuéntranos de la página wed de Agroferia: Sodas	64
Fig. 6 Catálogo de las categorías de los productos en la página web Agroferia: Sodas.....	65
Fig. 7 Catálogo de Verduras y Legumbres	66
Fig. 8 Catálogo de Verduras y Legumbres	66
Fig. 9 Carrito de compras en la página de Agroferia: Sodas	67
Fig. 10. Sistema de recepción de productos a los proveedores.	71
Fig. 11. Sistema de distribución de productos a los servicios de alimentación en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.....	72

Tabla de Gráficos

Gráfico 1. Proveedores de los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica..... 39

Gráfico 2. Frecuencia de compra de los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica 41

Gráfico 3. Medio para solicitar la mercadería Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica 42

Gráfico 4. Horario para solicitar la mercadería según los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica..... 44

Gráfico 5. Momento del día según los servicios de alimentación para recibir la mercadería, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica..... 45

Gráfico 6. Modo de negociación del precio de venta de los productos entre los proveedores y los concesionarios, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica 47

Lista de abreviaturas y acrónimos

BI: Inteligencia del Negocio del inglés Business Intelligent

B2B: Empresa con empresa del inglés Business to Business

B2C: Empresa con el Consumidor del inglés Business to Client

B2G: Empresa con gobierno del inglés Business to Government

CENADA: Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos

C2B: Consumidor con empresa del inglés Consumer to Business

C2C: Consumidor con consumidor del inglés Consumer to Consumer

CRM: Gestión de las Relaciones con el Cliente del inglés Customer Relationship Management

EDI: Intercambio Electrónico de Datos del inglés Electronic Data Interchange

EAFBM: Estación Experimental Fabio Baudrit Moreno

ERP: Planificadora de los Recursos de la Empresa del inglés Enterprise Resource Planning

FDI: Fondo de Desarrollo Institucional

OAF: Oficina de Administración Financiera

OMC: Organización Mundial del Comercio

ORH: Oficina de Recursos Humanos

PROCOMER: Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica

PROSIC: Programa Sociedad de la Información y del Conocimiento

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación

VAS: Vicerrectoría de Acción Social

VD: Vicerrectoría de Docencia

Resumen

En la Universidad de Costa Rica se desarrolla un proyecto de comercio electrónico llamado Agroferia, enfocado en ofertar semanalmente productos agroalimentarios a los profesores y administrativos de dicha institución, y proyecta ser un proveedor de productos agroalimentarios a los concesionarios de los servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio. Por tanto, se realizó un estudio con el propósito de determinar la viabilidad de la plataforma web Agroferia para ser implementada en un concesionario de servicio de alimentación. El estudio se enfocó en tres aspectos fundamentales, el primero fue identificar el perfil del concesionario de servicio de alimentación mediante la aplicación de una encuesta, la segunda fue la creación de un plan piloto considerando los aspectos fundamentales del comercio electrónico y la realidad de los servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio mediante el estudio bibliográfico y de casos de proyectos a nivel internacional de e-commerce y para finalizar, una guía para identificar la viabilidad del proyecto. Los resultados obtenidos establecen que los servicios de alimentación no cuentan con un sólo actor para satisfacer la demanda de los productos agroalimentarios y sus proveedores son intermediarios, no hay un apoyo al productor nacional directamente. El plan piloto fue llamado *Agroferia: Sodas*, en el cual se propone la elaboración de una página web, catálogo de productos, registro del cliente, modo de pago, política de precio y pago a proveedores, acopio, distribución, logística, transporte y servicio al cliente. Además, de acuerdo con las características, recursos y el perfil actual del proyecto Agroferia, se determinó que no es viable la implementación del plan piloto *Agroferia: Sodas* a un concesionario de un servicio de alimentación en la Sede Rodrigo Facio. Para ser viable el proyecto se debe realizar modificaciones y buscar recursos tanto económicos, de infraestructura y de personal.

Palabras claves: comercio electrónico, e-commerce, Agroferia, viabilidad, servicios de alimentación, Universidad de Costa Rica.

Capítulo 1

Fundamento teórico y metodológico del proyecto

1.1. Introducción

Desde hace algunos años, una gran cantidad de aplicaciones de las tecnologías de la información están provocando una revolución en las formas de comerciar que se percibe tanto dentro de los países como en el intercambio transfronterizo. La reducción de costos de la información y la formación de una red mundial, amplía los mercados y reduce las fronteras al comercio (Gayá, 2015).

Según PROSIC (2008) se han desarrollado diferentes formas o tipos de comercio y actualmente, gracias al paradigma de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), pero especialmente del Internet y las redes de computadoras se destaca el comercio electrónico o e-commerce.

El comercio electrónico comprende la compra y venta de bienes o servicios a través de medios electrónicos como computadoras, teléfonos celulares, tabletas u otros dispositivos (OMC, 2013).

Desde que comenzó la difusión del comercio electrónico durante la segunda mitad de los noventa, se ha expandido fuertemente en todo el mundo impulsado por la mayor propagación de las conexiones de Internet de alta velocidad (Gayá, 2015).

A nivel mundial, el e-commerce ha crecido a un ritmo acelerado y cada año ocupa un lugar más importante dentro de los canales de comercialización de bienes o servicios. (PROCOMER, 2016).

Según Gayá (2015) en el año 2015 las ventas en línea de bienes y servicios del segmento empresa-consumidor (B2C) rondarían los \$2,3 billones de dólares, lo cual implica un crecimiento promedio anual acumulado del 22,1% desde el año 2011. Además, el 42,7% de los usuarios de Internet son e-shoppers. Es decir, a nivel mundial más de 1.200 millones de personas adquieren bienes o servicios de manera electrónica y durante los años comprendidos del 2011 al 2014 la cantidad de compradores online ha aumentado en promedio 11,6%.

De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo en el año 2015, el comercio electrónico generó un total de \$22 trillones de dólares

a nivel global y en Latinoamérica, Brasil y México representan, respectivamente el 36% y 20% del comercio electrónico, siendo los principales países de la región (Gayá, 2015).

Se estima que para el año 2017 las transacciones internacionales representarán más del 40% del comercio electrónico en Asia, más de un tercio en Estados Unidos y la Unión Europea (Suominen, 2014). Además, la Fundación de Comercio Electrónico (2015), calcula que en el año 2020 habrá más de 1000 millones de personas que realizarán compras electrónicas transfronterizas.

Para Costa Rica, las ventas electrónicas representan un reto y un potencial nicho económico para las empresas costarricenses, teniendo en cuenta que los consumidores nacionales se involucran cada vez más en realizar sus compras en línea (Pérez, 2012).

Actualmente en Costa Rica existen empresas que están incursionando en el tema del comercio electrónico como medio para comercializar y posicionarse en el mercado costarricense e internacional. Por ejemplo, empresas dedicadas a la venta de productos agroalimentarios se encuentran: Goodgreenscr, La Pescaderíacr, Chefilísimo, El Tostador, entre otros. Igualmente, cuentan con su propia página web para comercializar, mientras tanto otras empresas están alternando en la implementación de plataformas de comercio electrónico como lo son Amazon, iGourmet y Alibaba, para ofertar internacionalmente sus productos.

Desde la Universidad de Costa Rica se desarrolla un proyecto de comercio electrónico enfocado en el sector agroalimentario, llamado Agroferia. Es una plataforma web para que pequeños y medianos productores costarricenses, estudiantes de la Universidad de Costa Rica y emprendedores, oferten semanalmente productos a los profesores y administrativos de dicha institución.

El proyecto Agroferia quiere ampliar sus funciones como plataforma web, por lo tanto, se pretende evaluar la alternativa de identificar si es viable implementar el proyecto en la Sede Rodrigo Facio con un concesionario de servicio de alimentación.

1.2. Problema

Desde los años noventa hasta la actualidad, en Costa Rica se presenta el mismo patrón de comercialización, específicamente en los canales o medios utilizados para la venta de los productos agropecuarios, entre los cuales se destacan: la venta directa en la finca o parcela, la venta a plantas de acopio y agroindustrias, la venta en mercados mayoristas o minoristas y la venta en ferias del agricultor (Álvarez, 1999).

Según Barrantes (2006), la comercialización de los productos agropecuarios es una de las limitantes más fuertes en el desarrollo del sector, lo que ha favorecido al progreso de la intermediación en el comercio.

Para los pequeños y medianos productores, la situación se agrava cuando tienen que comportarse como empresas competitivas, las cuales requieren de un manejo importante de información y con un mínimo de producción y acceso a mercados más exigentes y competitivos. Ante esta situación se hace necesario analizar la problemática de la comercialización y buscar alternativas (Barrantes, 2006).

Esta realidad no es solamente una problemática que afecta al sector agroalimentario costarricense, sino, a nivel Latinoamericano se presenta el mismo comportamiento. Por ejemplo en México, Chávez (2014), menciona que la desarticulación orgánica, productiva y de comercialización ha permitido el desarrollo y expansión de un intermediarismo altamente rentable que le permite captar volúmenes considerables de mercancías a bajos precios. Además, para los productores esto implica solamente la recuperación de sus costos de producción y para los intermediarios grandes ganancias, ya que en algunos productos se presenta un elevado nivel de intermediarismo que encarece los precios de los alimentos mexicanos en un 400% en promedio y hasta 630% en algunos casos, y estos elevados márgenes de ganancia es más evidente en los productos agrícolas, donde en el caso del limón pueden llegar a ser hasta de 86%.

En Costa Rica, autores como Candanedo, citado por Barrantes (2006), afirman que las ventas a los intermediarios rurales es el canal más fácil y probablemente el

esperado por la mayoría de los agricultores. Por ejemplo en la Zona Atlántica de Costa Rica aproximadamente el 71% de pequeños agricultores vende a intermediarios en la puerta de la finca y sólo un 13,7% vende en ferias o en una combinación finca-feria o finca-mercados tradicionales, además, según Jansen et al., y Castro, Barrantes y Sáenz, citados por Barrantes (2006), esto implica que los agricultores esperan a que pasen los intermediarios por su finca durante el tiempo de cosecha. El agricultor depende mucho de los intermediarios quienes muchas veces dan esperanzas futuras y ofrecen precios que no se cumplen finalmente.

Según Mendoza, citado por Barrantes (2006), en el sector agropecuario es necesario estudiar las relaciones de oferta y demanda a dos niveles del mercado: el de los productores que son los oferentes y el de los intermediarios que son los demandantes que determinan el precio en finca; y el segundo nivel es el de los intermediarios que se convierten en oferentes y de los consumidores finales que son los demandantes que definen el precio final del consumidor. Ahora bien, según Díaz y Jansen et al., citados por Barrantes (2006), el tipo de mercado en la puerta de la finca puede ser caracterizado como un oligopsonio, o a veces como un monopsonio. Leonard y Chacón et al., citados por Barrantes (2006) concluyen que los compradores tienen el poder de fijación de precios y el productor vende porque necesita generar ingreso.

Mientras tanto, el intermediarismo debe ser entendido antes que satanizado, pues contribuye a hacer posible la producción resolviendo tareas que autoridades y pequeños productores no pueden hacer (Chávez, 2014). Es decir, el papel del intermediario en muchos casos genera un aporte importante y crucial para diversos productores, pero esto no es sinónimo de que sea la alternativa ideal para que el agricultor aumente sus ingresos y se beneficie positivamente.

Por las razones analizadas se concluye que la problemática que se presenta es la gran cantidad de actores llamados intermediarios que encarecen los productos y disminuyen el margen de ganancia de los productores. Además, se identificó una falta de organización de parte de los productores para colocar sus productos, el desconocimiento de nuevos canales de comercialización y poco apoyo de entidades

para asesorar y guiar a los agricultores en la busca de alternativas para la promoción y comercialización.

El presente trabajo de investigación busca disminuir dicha problemática para favorecer a los pequeños y medianos productores, utilizando el comercio electrónico mediante la plataforma web Agroferia como puente de comercialización y comunicación entre los servicios de alimentación del Campus Rodrigo Facio y los mismos productores.

1.3. Justificación

La Universidad de Costa Rica es reconocida por el apoyo y la creación de proyectos enfocados en acción social, de promover la creación de investigación, que a su vez, genera nuevos conocimientos en pro de la población costarricense. Estas acciones se originan para cumplir con una de las políticas del centro educativo, la cual es:

Fortalecerá el análisis, la discusión y la participación en la solución de los problemas nacionales, y pondrá a disposición del país su capacidad institucional, con el fin de plantear propuestas y desarrollar capacidades locales que beneficien a la sociedad costarricense, especialmente aquellos sectores más vulnerables, de manera que se enriquezca el quehacer académico (Políticas de la Universidad de Costa Rica 2016-2020 “Excelencia e Innovación con Transparencia y Equidad”, 2015).

La política anterior, es base fundamental para argumentar la necesidad de crear vínculos entre la academia y el sector agroalimentario. Es por esto, que en la actualidad existen proyectos específicos en dicho sector desarrollándose en las distintas escuelas de la Facultad de Ciencias Agroalimentarias en temáticas como la mejora de semillas, creaciones de nuevas variedades resistentes a plagas y enfermedades, innovación, valor agregado, estudios de mercado, comercio electrónico, mejora genética, entre otros.

Uno de los proyectos que se desarrolla en la Facultad de Ciencias Agroalimentarias, está relacionado con la temática de comercio electrónico enfocado en productos agroalimentarios, llamado Agroferia.

Este proyecto es consciente de la problemática que se presenta en el sector agroalimentario, específicamente en el área de comercialización, por la cantidad de intermediarios que interactúan y encarecen el precio final del producto.

Por este motivo, Agroferia se involucra en proponer alternativas para colaborar en la mejora continua de los procesos de comercialización en el sector agroalimentario. La principal alternativa que expone es dar a conocer el comercio electrónico como una iniciativa para mejorar la dinámica de comercialización de los productores.

El proyecto Agroferia conjuntamente ostenta ser un puente de comunicación en materia de comercialización de productos agroalimentarios en conjunto con la Universidad de Costa Rica. En la actualidad lo realiza como actor para que los productores, estudiantes y emprendedores comercialicen sus productos a los profesores y administrativos que laboran en la academia.

Pero además de lo mencionado, proyecta involucrarse con los servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, favoreciendo aún más la participación de productores nacionales y satisfacer la demanda de productos agroalimentarios de los servicios de alimentación.

De esta manera se estaría cumpliendo con la política ya citada, específicamente participando en la solución de problemas, en este caso la intermediación, y a la vez se estaría enriqueciendo el quehacer académico al desarrollar investigación en el comercio electrónico, que al final es una alternativa poco estudiada e implementada en el sector agroalimentario costarricense.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Evaluar la viabilidad de la plataforma web Agroferia para ser implementada en un concesionario de los servicios de alimentación que atiende la población universitaria en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación de los concesionarios de los servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.
- Formular un plan piloto para ser implementado por medio de la plataforma web Agroferia con respecto a los servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio que atiendan adecuadamente sus necesidades de productos agroalimentarios.
- Desarrollar una guía para determinar la viabilidad del proyecto Agroferia: Sodas.

1.5. Marco Referencial

1.5.1. Marco de Antecedentes

Según Amor (2000), Internet ha permitido la conexión y el intercambio de información entre computadoras. La conexión de todo tipo de dispositivos creará un Internet miles de veces más grande que el actual, con más posibilidades que el simple intercambio de información. Las empresas podrán ofrecer todo tipo de servicios, desde los más básicos, como imprimir un documento en la impresora más cercana, hasta los más complejos, como crear un breve informe acerca de la situación financiera de la compañía.

En los últimos años, Internet dejó de ser únicamente una red científica para convertirse en una plataforma que abre las puertas a una nueva generación de negocios. La primera ola de negocios electrónicos se relacionaba fundamentalmente con el intercambio de información. Sin embargo, el paso del tiempo ha permitido el acceso a un número cada vez mayor de aplicaciones. En la actualidad, mediante Internet se puede hacer compras en línea, reservar pasajes o incluso obtener traducciones de textos al instante. Por ejemplo, la mayoría de los bancos del mundo ya ofrece aplicaciones de banca electrónica. Todos los días, millones de personas realizan consultas de saldos, transferencias de dinero y otras transacciones (Amor, 2000).

Tanto Amor (2000), como González (2011), coinciden que el Internet es una tecnología omnipresente. En poco tiempo se ha convertido en foco de atención por parte de las más diversas organizaciones, consumidores, gobiernos y medios de comunicación. Este fenómeno no es extraño si pensamos que en la actualidad estamos evolucionando hacia una economía de servicios en la cual la habilidad de mover información es tan esencial como en el siglo pasado fue la habilidad de mover mercancías y, sin lugar a dudas, Internet potencia este proceso (González, 2011).

Otro aspecto que señala González (2011), es que el Internet está generando transformaciones en la economía, en los mercados, y en las estructuras de industrias enteras; en los bienes, servicios y en sus flujos; en la segmentación, en

los valores y en el comportamiento de los consumidores; en los mercados de trabajo; pero el mayor impacto es sobre la sociedad, la política y la visión que tenemos sobre el mundo.

Es indudable, que la sociedad se encuentra inmersa en un proceso de cambio global en el cual la información ha adquirido una importancia vital en todos sus aspectos, incluido el comercial. La Revolución de la Información supone un reflejo de los cambios que alteraron la sociedad durante la Revolución Industrial del siglo XVIII, pero con la salvedad de que esta se ha producido en mucho menos tiempo. Existen entre ambas revoluciones paralelismo sobre la manera en la que se han modificado la forma de trabajar, el modo de vivir y cómo nos relacionamos en la realidad (González, 2011).

Mientras tanto, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han supuesto cambios relevantes en el mundo de los negocios: la informática, la ofimática, el diseño y fabricación asistidos por ordenador han mejorado muchos de los procesos relacionados con la actividad empresarial; sin embargo ninguna de ellas posee el potencial que ofrece Internet. El objetivo de las TIC es la integración de la información procedente de las distintas áreas de la empresa en un único sistema, en la actualidad dicha integración se extiende a la información generada por el resto de los participantes en la cadena de suministros, desde clientes hasta proveedores (González, 2011).

Abdulsalam, Akinola y Buwanhot (2008), recalcan que las TIC son indispensables en el mundo actual. De hecho, la cultura y la sociedad se deben ajustar a los cambios de esta nueva era del conocimiento. La omnipresencia de las TIC se presenta en la política, en lo social y en la economía, transformando las redes de organización de la sociedad. A nivel mundial, la mayoría de las naciones están desarrollando políticas enfocadas en las TIC, con el propósito de la integración de las mismas en todas las áreas de la sociedad.

En la agricultura, las TIC aún no han influenciado directamente a ese sector, pero pueden mejorar la agricultura a través del contenido dinámico, interactivo, y atractivo. Además, logra proporcionar oportunidades reales para la instrucción

individualizada. Las TIC tienen el potencial de acelerar, enriquecer y profundizar las habilidades, motivar y ayuda a relacionar experiencias agrícolas con prácticas de trabajo. También contribuye a generar cambios radicales en la agricultura, la fortalece y brinda oportunidades de conexión con el mundo. Las TIC harían de la agricultura una alternativa más eficaz y productiva, creando así herramientas que facilitarían las actividades productivas agroalimentarias (Kirschner y Woperies, 2003).

Según Yusuf (2006), las TIC proporcionan oportunidades para que los agricultores se comuniquen entre sí a través de correo electrónico o sesiones de chat. También provee una información rápida y facilita el acceso a la información agraria más extensa y actual, generando a los investigadores una vía constante para la difusión de informes y hallazgos de investigación.

Respecto al marketing, las TIC facilita la inteligencia de mercado, la cual es esencial para un sistema de comercialización eficiente y eficaz. Entre los aspectos que se pueden considerar implementando las TIC es la inclusión de precios actuales del mercadeo, canales de comercialización utilizados, niveles de producción actuales y potenciales, los consumidores, las agencias de manipulación, las políticas gubernamentales que afectan la producción y comercialización de productos específicos (Abdulsalam, Akinola y Buwanhot, 2008).

Un ejemplo de la implementación de las TIC en la agricultura, es Nigeria, donde RUSEP, un servidor de servicio de marketing que inició siendo un plan piloto en cuatro estados (Adamawa, Abia, Oyo y Katsina), contemplando 21 productores, a los cuales semanalmente se les recolectaba y analizaban diversos datos de interés. Esta información se proporciona a los productores, procesadores, industrias y comerciantes en función de las necesidades del mercado. También se presenta la información en tiempo real del precio de los productos, oportunidades de negocios, entre otros aspectos relacionados con el sector agroalimentario (Abdulsalam, Akinola y Buwanhot, 2008).

En Estados Unidos, los agricultores se benefician enormemente de la información de acceso y la integración vertical del mercado. Esto es posible mediante uso

intensivo de las TIC, las cuales generan la difusión oportuna de información sobre agricultura, educación, monitoreo y consulta, respuesta de expertos, previsión de precios, alerta temprana y medidas de mitigación, información de mercadeo para diversos productos (Vivekananda e Ismail, 2011).

Es evidente que el Internet y las TIC están cambiando el modelo clásico de venta, que era de naturaleza táctica. Las empresas sacaban un producto, servicio o información y luego ponían en práctica las cuatro P del marketing para venderlo. En cambio el comercio por Internet es mucho más estratégico. Mientras que las empresas suelen considerar sus productos exclusivamente en términos de la etapa de conversión de la demanda, el comercio por Internet las obligará a tomar el ciclo de venta (desarrollo del mercado, creación de la demanda, ejecución, servicios de soporte de cliente y retención del cliente) como producto. En el modelo táctico, dichas fases del ciclo de venta no son más que agregados que ayudan antes y después de la venta, mientras que en un modelo estratégico constituyen los cimientos del mensaje de venta en su totalidad (Amor, 2000).

Con la globalización y las nuevas oportunidades de información y de negocios, se le dio vida a un nuevo concepto de comercio llamado el comercio electrónico. Este ha sido un canal para el crecimiento de diferentes economías a nivel mundial y apertura de mercados, ha sido un factor generador de competitividad a nivel empresarial que incluso ha permitido nuevos modelos de negocio y servicio generando valor y nuevas e innovadoras organizaciones (Abad, 2014).

El e-commerce no detendrá su crecimiento, la expectativa mundial es seguir hacia el alza. La evolución de las tecnologías, las nuevas formas de pago y la confianza en Internet han destacado como factores claves para incrementar las compras de productos y servicios en línea, considerando la evolución del acceso a Internet, el crecimiento del mercado de los denominados “smartphones”, la implementación de las redes 4G, surgimiento de nuevos e innovadores modelos de negocio de pequeñas y medianas empresas con tiendas virtuales, entre otros aspectos (Abad, 2014).

Se estima que el mercado global de comercio electrónico alcance 1.5 trillones de dólares en el año 2014 y 2,35 trillones para el año 2017. Lo que significa que el e-commerce a nivel global crecerá para el año 2017 en más de un 55% aproximadamente con respecto al año 2014. El crecimiento anual promedio en ventas B2C en Asia y Latinoamérica hasta el año 2017 se sitúa en 28,5% y 14,9% respectivamente, presentando como los mercados más emergentes, principalmente en los siguientes países: China, Indonesia, India, Argentina, México y Brasil (Abad, 2014).

En Estados Unidos, se espera un crecimiento del 27% en ventas de tipo *online retail* para el año 2017. También se estima que en España se dupliquen las ventas en *online retail* en el año 2017 con respecto al año 2013. Latinoamérica es un mercado que presenta un excelente crecimiento en comercio electrónico, las ventas en B2C han crecido en 116,55% entre los años 2010 al 2013, con una expectativa de crecimiento de más del 55% para el año 2017 (Abad, 2014).

Respecto al comercio electrónico enfocado en el sector agrícola, se realiza mediante la compra y venta de productos y servicios agrícolas electrónicamente, utilizando sistemas informáticos conectados entre sí sobre protocolos y estándares entre redes. El comercio electrónico agrícola ha demostrado su gran vitalidad en los países desarrollados y muchos países en desarrollo han reconocido los beneficios teóricos del e-commerce enfocado al sector agroalimentario (Wen, 2010).

Además, Wen (2010), resalta los siguientes beneficios del comercio electrónico agrícola: promoción del flujo de la información, transparencia del mercado y descubrimiento de precios, facilitación de la coordinación de la industria, reducción o eliminación de los costos de transacción.

Por ejemplo en China, una potencia mundial, es un buen indicador del comercio electrónico enfocado en la agricultura. En este país los sitios web agrícolas se desarrollan rápidamente, además de construir la información agrícola en la red, también han surgido grandes mercados en línea. Los productos que se comercializan, ya sea para la venta o compra son granos, fertilizantes, aves de

corral, pesticidas, productos nativos, flores, té, frutas, entre otros productos agropecuarios.

Otro país, que avanza positivamente en el tema es España, donde organizaciones como El Observatorio eCommerce y Transformación Digital, unió a varios profesionales del comercio electrónico y creó un libro llamado *El gran libro del Comercio Electrónico* en el 2016, siendo un insumo importante para los interesados en el tema y describiendo la experiencia de empresas exitosas que han implementado el e-commerce como medio para comercializar incluyendo ejemplos de productos agropecuarios.

Igualmente El Observatorio eCommerce y Transformación Digital, creó otro documento titulado Libro Blanco de Logística en Ecommerce, enfocado en estrategias para la variable de logística en el comercio electrónico.

En Costa Rica no se presentan estudios relacionados a la implementación del comercio electrónico agrícola enfocados a un concesionario de servicio de alimentación en alguna institución pública o privada, pero si existe una investigación realizada en el año 2015 que involucra varios entes que se articularon con el fin de desarrollar un software móvil de e-commerce para ser adaptado a los pequeños agricultores orgánicos asociados al Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense (MAOCO).

La Universidad de Costa Rica está involucrada en el estudio, ya que lo lideró un investigador de la Escuela de Ingeniería Agrícola, el Ing. José Francisco Aguilar. También participaron el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) (Aguilar, 2015).

La investigación describe los diferentes procesos y la conexión entre las necesidades de quien utiliza el software y el departamento encargado de la creación y aplicación del mismo. Se enfocan especialmente en adaptar a los pequeños productores orgánicos a la implementación de la herramienta digital, ya que se evidencia que al utilizar la aplicación móvil genera beneficios, pero también se presentan retos.

Entre las conclusiones obtenidas en el estudio, se tiene que es la innovación de una herramienta de TIC aplicada a la agricultura orgánica para impulsar el desarrollo del comercio electrónico. Las necesidades son potencialmente resueltas por las ventajas inherentes de las TIC en un mundo cada vez más competitivo, donde el acceso a la información forzaría el ritmo del mundo económico.

También, se evidencia que existe un reto en la equidad de las oportunidades, pero se considera que los requisitos establecidos para la creación del software móvil se pueden adaptar a las necesidades y estrategias de colaboración, cooperación y comunicación entre los principales interesados para el seguimiento, la implementación y el éxito del proyecto.

Es decir, en Costa Rica es viable la implementación de las TIC en la agricultura, pero esto es un esfuerzo y unión de varias organizaciones para alcanzar dicha meta, ya que presenta beneficios como lo es la competitividad de los pequeños productores en el mercado al mejorar los medios para comercializar y dejar de lado los métodos obsoletos. La creación de una aplicación móvil, constituye facilidades de interacción entre el productor y el cliente, además la potencialidad de involucrar a otros productores orgánicos.

Este estudio abre un abanico de oportunidades para iniciar a introducir el comercio electrónico en Costa Rica, pero especialmente en el sector agroalimentario con el propósito de presentar a los productores nuevas opciones de comercialización enfocadas en los nuevos paradigmas de las TIC y las actuales herramientas de marketing y comercialización que países más poblados, como es el caso de India y China, mencionados anteriormente.

1.5.2. Marco Teórico-Conceptual.

El marco conceptual envuelve una selección de diversos autores que han desarrollado y analizado un tema que está en auge en la actualidad y que impacta positivamente la economía y la dinámica de los negocios, dado que el comercio evolucionó paralelamente con el avance de las interacciones que se realizan por medio del Internet y dieron vida a lo que se conoce como comercio electrónico o e-

commerce. Asimismo, se efectuó una revisión bibliográfica donde la mayoría de los estudios o ensayos se han llevado a cabo en Asia, Europa y Estados Unidos. Latinoamérica ha evolucionado en el tema, ya que hoy cuenta con un Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico.

Seguidamente se presentan diversos conceptos o términos importantes que se consideran vitales para comprender el desarrollo del proyecto.

1.5.2.1. Internet

González (2011), establece tres posibles definiciones sobre el concepto de Internet, menciona que es complicado establecer una definición única, ya que posee numerosas dimensiones que se complementan entre sí. Seguidamente se presentan los tres conceptos:

- Internet es una red, un conjunto de máquinas conectadas entre sí; de hecho, es la red más importante del mundo. Posee una jerarquía de tres niveles formados por redes de eje central (backbones), redes de nivel intermedio y redes aisladas (stub networks).
- Internet es un conjunto de recursos y herramientas a los que se tiene acceso.
- Internet es una comunidad de personas, tanto físicas como jurídicas, que se sirven de ella para realizar diversas tareas.

1.5.2.2. E- business

El e-business consiste en aprovechar la comodidad, la disponibilidad y el alcance universal para mejorar las organizaciones existentes o crear nuevas organizaciones virtuales (Amor, 2000).

Además, González (2011), menciona que el e-business va mucho más allá de la utilización de un software por parte de la empresa. Si se pretenden aprovechar todas las posibilidades que las nuevas TIC ofrecen, el e-business implica un replanteamiento integral, una transformación de los procesos internos y externos,

una verdadera aplicación de la innovación de procesos, en la que deben ser involucrados todos los empleados de la organización.

Según IBM mencionado por González (2011), e-business implica “la gestión de los negocios en un entorno de plena intercomunicación. Por lo tanto, propicia una estrategia de integración de las aplicaciones y bases de datos, en una solución completa. Se trata, de una reestructuración de los procesos utilizando las tecnologías de Internet, de bajo costo, que permiten la implantación de un mayor número de aplicaciones y posibilitan alcanzar a un mayor número de clientes”. Es un concepto más amplio que el de comercio electrónico, ya que se refiere a todos los procesos (compra, fabricación, administración, venta, logística) que se realiza usando las TIC.

Por lo tanto, e-business está conformado por tres pilares y estos a su vez están integrados por otros. González (2011), lo presenta de la siguiente manera:

- Extranet: conformado por los proveedores y socios, el cual está atendido por SCM, que es la Gestión de la Cadena de Suministros.
- Intranet: es la organización y consta de la ERP, la cual es la Planificadora de los Recursos de la Empresa y la BI, Inteligencia del Negocio o Gestión del Conocimiento.
- Internet: el cual, consta del CRM, Gestión de las relaciones con el cliente y el comercio electrónico.

1.5.2.3. Comercio electrónico o e-commerce

Según González (2011), el concepto tradicional de comercio hace referencia a la actividad de intercambio de mercancías que desarrolla el comerciante. Pero ¿qué peculiaridades posee el comercio electrónico frente al comercio tradicional? Como ocurre con todo término novedoso, existen diversas definiciones del mismo concepto.

Con frecuencia se cree que el e-commerce es lo mismo que el e-business, pero, el primero está incluido en el segundo, como anteriormente se evidenció. Pero esto

puede ser así para los consumidores finales que sólo tratan con las empresas cuando compran productos. El e-commerce fue uno de los primeros tipos de negocio disponibles en formato digital, pero Internet ofrece más que la mera compra y venta de productos y servicios (Amor, 2000).

Para algunos autores el comercio en Internet supone una evolución del comercio internacional y para otros es una evolución del comercio electrónico tradicional, realizado a través del intercambio electrónico de datos (EDI). El comercio electrónico implica la utilización de la Red como medio para facilitar el intercambio de productos y como mercado al cual dirigir la oferta comercial de la empresa y las estrategias de comunicación de la misma, incluyendo los procesos de atención al cliente asociado a estas actividades (González, 2011).

La Organización Mundial del Comercio (OMC) define el comercio electrónico como una nueva esfera del comercio donde las mercancías atraviesan las fronteras por medios electrónicos. Es decir, es la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones (OMC, 2016).

Zheng et al., (2009) considera que el comercio electrónico es uno de los logros científicos más significativos. En los negocios, rompe el límite de tiempo y espacio, altera el patrón de comercio, mejora la circulación de mercancía, capital e información, generando beneficios y ventajas como la reducción de costos de producción y mayor eficacia. Además el impacto que ha forjado el comercio electrónico trasciende aspectos relacionados con la sociedad, la producción, el empleo, la educación, los sistemas de derecho, entre otros.

Según Jobodwana (2009), citando a Pan African E-commerce Initiative, el comercio electrónico es hacer negocios electrónicamente. Se basa en el procesamiento y transmisión de datos, incluyendo texto, sonido y video. Abarca diversas actividades, incluyendo el comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, transferencias electrónicas de fondos, comercio electrónico compartido, de embarque electrónicos, subastas comerciales, compras en línea, licitaciones públicas, mercadeo directo al consumidor y servicio después de las ventas.

Rosen (2000), se refiere a comercio electrónico, como una amplia gama de actividades en línea para productos y servicios. Es decir, aquellas transacciones que se realizan electrónicamente y no física.

Gariboldi (1999), se refiere como toda transacción comercial, ya sea productos, publicidad, distribución y venta de bienes y servicios, realizada tanto por personas, empresas o agentes electrónicos a través de medios digitales de comunicación, en un mercado virtual que carece de límites geográficos y temporales.

González (2011), define el comercio electrónico como un modelo nuevo de relación empresarial basado en interacciones electrónicas que sustituyen los requisitos de presencia física de los sistemas tradicionales. Es decir, la realización de la actividad de intercambio a través de un medio electrónico, que implicaría la realización de la actividad comercial de intercambio asistida por las telecomunicaciones y herramientas basadas en ellas, generando un nuevo enfoque entre la relación de intercambio entre comprador y vendedor, ya que existe una interacción electrónica.

Algunos de los beneficios presentes en el comercio electrónico son la capacidad para eliminar el intervalo de tiempo entre pedidos, entrega de facturación y pago mediante el uso del Internet. Ofrece beneficios tanto al vendedor como al comprador. El vendedor puede crear una presencia global, así generando un negocio potencial, la reducción de costos, aumento de la competencia y permitiendo la posibilidad de personalizar los productos, mientras que el comprador tiene las ventajas de precios menores y un servicio más personalizado (Jobodwana, 2009)

Asimismo, Jobodwana (2009), menciona, que el comercio electrónico tiene efectos en la vida económica y social, ya que tiene el potencial para cambiar fundamentalmente la manera en que se realizan las transacciones comerciales, el negocio del Gobierno, la prestación de servicios y un anfitrión de otras interacciones, planteando cuestiones en el corazón de las políticas dirigidas a la regulación de procedimientos y prácticas tradicionales.

Según Gayá (2015), existen diversos enfoques del e-commerce de acuerdo a los actores que interactúan. Los cuales son:

- B2B (business to business): E-commerce entre empresas. Un ejemplo es la firma china *Alibaba* (www.alibaba.com) líder mundial del segmento B2B, utilizado para transacciones entre mayoristas y distribuidores.
- B2C (business to consumer): Las empresas venden electrónicamente sus bienes o servicios al público general. Algunas firmas optan por comercializar sus productos desde su propia página web o aplicación móvil, como es el caso de las líneas aéreas. Otras compañías se valen de intermediarios generales como de *AliExpress* (www.aliexpress.com), del grupo *Alibaba* o especializados en algún sector (ej. *Airbnb* (es.airbnb.com) para alojamiento turístico o *Etsy* (www.etsy.com) para artesanías). En muchos casos se trata de empresas que incorporaron la venta online de manera complementaria a las tiendas tradicionales. Por ejemplo, Falabella, propiedad del grupo chileno Cencosud, se convirtió en uno de los principales retailers de América Latina y el Caribe (ALC) en términos de comercio electrónico. En otros, en cambio, son empresas que se dedican exclusivamente a la venta en línea.
- C2C (consumer to consumer): Transacciones entre individuos. Ejemplos de ello son los sitios de subastas como *eBay* (www.ebay.com) o la firma de origen argentino *OLX* (www.olx.com.ar). Otras plataformas, como la estadounidense *Amazon* (www.amazon.com) o la argentina *Mercado Libre* (www.mercadolibre.com.ar), combinan tanto transacciones B2C como C2C.
- B2G (business to government): Operaciones entre empresas y gobierno, como es el caso de los sitios de contratación pública en línea (ej. *Mercado Público de Chile* (www.mercadopublico.cl)).
- C2B (consumer to business): Plataformas mediante las cuales los consumidores pueden vender productos a las empresas, que generalmente las revenden posteriormente.

1.5.2.4. E-marketing

El marketing electrónico describe el uso del Internet y la información digital y la tecnología de la comunicación con el propósito de lograr los objetivos del marketing (Gupta, 2007).

Las ventajas del e-marketing para los pequeños negocios son: alcance más amplio, un enfoque rentable, reducción de costos, uso de medios electrónicos, día y noche conectados con el marketing, sin importar a hora, atención personalizada, aumento en la interacción con el cliente y la habilidad de rastrear los resultados (Najafabadi, Ahmadi y Lashgarara, 2014)

1.5.2.5. Diseño Web

Un diseño web es conjunto de atributos visuales; ya sean, textos, imágenes, botones de acción, estilos funcionales que se aplican en una página web y que ayudan a que cumpla mejor su cometido de informar, conseguir registros, vender productos o servicios, entre otros aspectos (Observatorio eCommerce, 2016).

Se tiene que entender que el diseño web no es libre porque tiene condiciones. Entre ellos se encuentra la usabilidad, es decir, no es suficiente con diseñar bonito si el estándar que se utiliza no es usable, entiéndase como que no ayuda u obstaculiza al usuario a cumplir su contenido en la web o si el número de clics para completar una conversación no está optimizado (Observatorio eCommerce, 2016).

En la actualidad está muy de moda el diseño útil, sencillo, minimalista, lejos de los moldes habituales, en términos técnicos, sea adaptativo o responsive. Es decir que se pueda visualizar en un dispositivo móvil. También, al diseñar se debe de contemplar la velocidad de carga y visibilidad de una página en buscadores (Observatorio eCommerce, 2016).

1.5.2.6. Plataforma virtual o webstore

Según Turban, King, Lee, Liang, y Turban (2012), una webstore o en español, tienda virtual, es un sitio en Internet donde una compañía ofrece sus productos y servicios para la venta.

Sin las restricciones de la superficie de un local físico, las tiendas de comercio electrónico pueden ofertar un surtido mucho más amplio, facilitando al cliente la elección mediante filtros muy variados tales como tipo de productos, marcas, tallas o precios (Adigital, 2016)

En la actualidad, para la creación de una webstore no es necesario contratar un informático o programador, ya que existen empresas que ofrecen la facilidad de dar el servicio a un precio accesible.

Estas páginas presentan plantillas y diversos estilos para que el usuario prefiera la que mejor se adapte a su negocio. Entre las principales páginas que ofrecen el servicio de webstore son: BigCommerce (www.bigcommerce.com), Wix (es.wix.com), Volusion (www.volusion.com), X-Cart (www.x-cart.com), Shopify (es.shopify.com), 1 Shopping Cart (www.1shoppingcart.com), entre otras.

Además, a finales del año 2014 existían más de 715 000 websites dedicadas al comercio electrónico B2C en Europa que generaron un aproximado de 2,5 millones de puestos de trabajo y un tráfico de más de 4 000 millones de envíos (Adigital, 2016).

1.5.2.7. Catálogo de productos

Los productos se ofertan en la plataforma web mediante un catálogo electrónico, considerada la columna vertebral de todos los sitios de comercio electrónico y su propósito es anunciar y promover productos y servicios (Turban, King y Lang, 2011).

Para el consumidor, el propósito de tales catálogos es localizar la información respectiva de los servicios o productos que ofrece la organización. Los catálogos en línea en la actualidad han evolucionado para volverse más dinámicos, personalizados e integrados con los procedimientos de compra y venta, carritos de compra, toma de pedidos y pago (Turban, King y Lang, 2011).

1.5.2.8. Carrito de compras o shopping cars

El carrito de compras es un elemento fundamental de todo comercio electrónico. Debe ser fácilmente visible y accesible, estando presente a lo largo de toda la navegación (Observatorio eCommerce, 2016).

El carrito de compras o shopping cars, es el lugar donde el consumidor acumula los ítems de compra, considerando el mismo concepto de un carrito del supermercado,

donde se va acumulando los productos seleccionados y se finaliza con la compra de los mismos (Turban, King y Lang, 2011).

Entre las funcionalidades mínimas que el carrito de compras debe tener en la plataforma web según el Observatorio eCommerce (2016) son:

- Posibilidad de modificar la cantidad de los productos seleccionados.
- Eliminar productos
- Aceptar la compra

Además la gran mayoría de tiendas online mantienen visible el icono de carro de compras en el menú superior principal, algunas incluso indican el número de productos que han sido seleccionados y basta con un solo clic para acceder en cualquier momento al carrito y proceder a confirmar la compra (checkout) (Observatorio eCommerce, 2016).

1.5.2.9. Stock de productos

La gestión del stock en comercio electrónico requiere un mayor control que en las tiendas físicas, ya que uno de los primeros motivos de descontento para los clientes *online* es comprar un producto aparentemente disponible y que finalmente resulte ser una rotura de stock (Adigital, 2016).

El inventario de una tienda *online* se compone de varios tipos de stocks y no todos son visibles *online*. El único stock que debe subir a la web como disponible para la venta es el stock APTO. El resto, aunque esté en nuestro almacén no se debe subir a la web ya que se le considera stock NO APTO para la venta. Este último es mercadería recepcionada en la bodega pero pendiente de ubicar, mercancía defectuosa proveniente de devoluciones de cliente y mercancía bloqueada por algún otro motivo (Adigital, 2016).

Según el Observatorio eCommerce (2016), en el comercio electrónico se encuentran diversas categorías de stock de productos, entre los cuales se identifican los siguientes:

- Stock físico en propiedad: práctica más tradicional, donde se ha comprado la mercancía y la tiene almacenada en su almacén a la espera de ser vendido en su página web.
- Stock físico en depósito: combina la posibilidad de tener la mercancía en los almacenes, pero sin ser propietario de la mercancía, y pagando al proveedor exclusivamente cuando se ha producido la venta. Este modelo cada vez es más utilizado, ya que combina la calidad de servicio que se tiene con almacén propio pero reduciendo el riesgo financiero del stock.
- Stock virtual reservado: El stock está en los almacenes de los proveedores, pero se intenta disminuir el riesgo de rotura de stock con un cierto compromiso por parte del proveedor.
- Stock virtual no reservado: el stock está en los almacenes de los proveedores y se asume la total dependencia del buen hacer del proveedor.

1.5.2.10. Logística e-commerce

La logística es una manera de referirse a todas las actividades operativas que una organización debe hacer. Para ello debe mantener inventarios, empaquetar, transportar, entregar, recaudar el pago, atender reclamaciones y devoluciones, preocuparse por las solicitudes de información, soporte, garantía y servicio y responder comunicaciones de los clientes (Observatorio eCommerce, 2016).

El objetivo de la logística en el comercio electrónico es acercar al vendedor y al comprador, distancia que idealmente se acaba con tan solo un clic y el reto es mantener un servicio de calidad que se mide al final del proceso de venta y que cada vez es más exigente y expuesto a la crítica (Observatorio eCommerce, 2016).

Los retos y desafíos que experimenta la cadena de logística se ocasiona por la incursión del comercio electrónico como nuevo canal de venta, originado el nacimiento de un cliente mucho más exigente, que demanda plazos de entrega rápidos y fiables, pedidos sin errores, flexibilidad en el horario de entrega, conocimiento *online* del estado del pedido, posibilidad de pagar contra reembolso, tratamiento ágil de las devoluciones, entre otros (Observatorio eCommerce, 2016).

Según el Observatorio eCommerce (2016), para controlar la trazabilidad de los procesos logísticos, planificar los tiempos de entrega, gestionar eficazmente el stock y dominar los costes, son necesarios una serie de sistemas avanzados de información logística, entre los que destacan: sistemas de gestión de almacenajes en tiempo real, sistemas de planificación y optimización de rutas, sistemas de control de costes y facturación de servicios logístico y sistema de tracking, atención al cliente

1.5.2.11. Servicio al cliente

El servicio al cliente busca ofrecer una experiencia satisfactoria y si en algún momento del proceso ocurre alguna incidencia, se debe reaccionar inmediatamente ofreciendo una solución, buscando convertir un problema en una oportunidad para fidelizar al cliente (Manual eCommerce, 2016).

1.5.2.12. Agroferia

De acuerdo con la información obtenida de Agroferia (2017) se identificó que el proyecto tiene tres versiones preliminares del mismo, las cuales se procederá a resumir.

La primera versión del proyecto Agroferia se ubicó bajo el código 536 en la Vicerrectoría de Docencia (VD) de la Universidad de Costa Rica y tenía como objetivo general fortalecer el proceso de formación profesional mediante la puesta en práctica de una plataforma estudiantil de comercio electrónico para los bienes agrícolas producidos por los estudiantes de Agronomía, enfocada hacia la construcción de modelos de Agronegocios acordes a las nuevas tendencias en comercialización de alimentos frescos; con el fin de que los estudiantes desarrollen competencias de emprendimiento Agroempresarial. Esta versión se trabajó hasta mediados del año 2013.

La segunda versión se ubicó bajo el código 557 también en la VD y tuvo como objetivo ofrecer a los docentes de la Facultad de Ciencias Agroalimentarias una oportunidad de mejoramiento docente mediante el uso de la plataforma de comercio electrónico Agroferia en los cursos que imparten. Bajo dicha orientación se logró

trabajar con profesores de la Escuela de Agronomía y de la Escuela de Economía Agrícola y Agronegocios en la Sede Rodrigo Facio, lo que generó experiencias y aprendizajes interesantes de continuar y profundizar hacia el futuro, esto además de haber servido para iniciar un proceso de vinculación desde el proyecto con actores agropecuarios que atienden las necesidades de alimentación de la sociedad costarricense, particularmente para el caso de horticultores de la Región Central y frijoleros de la Región Huetar Norte del país.

Para explicar el funcionamiento que la plataforma ha mantenido en la Universidad se debe decir que se mantiene una empresa auxiliar (EA-2504) inscrita en la Oficina de Administración Financiera (OAF) la cual generó durante el año 2015 ingresos por ₡7.806.682 los cuales se producen por la venta virtual de productos de proyectos agrícolas internos y externos a la Universidad, donde estos montos se invierten principalmente en el pago de los productos ofertados por los proveedores, compra de algunos materiales para la producción (almácigos, fertilizantes) así como en aportes al Fondo de Desarrollo Institucional (FDI).

En el año 2017, la plataforma maneja un listado de entre 80 y 110 productos cada semana, donde los funcionarios y las funcionarias universitarias pueden ingresar al sistema (ubicado en el sitio <https://agroferia.ucr.ac.cr>) y realizar los pedidos de los productos de interés. Luego de realizado dicho proceso, con el apoyo de funcionarios y asistentes de la Estación Experimental Agrícola Fabio Baudrit Moreno (EEAFBM) se procede a realizar las entregas de los pedidos en las oficinas una vez por semana.

La versión vigente de la plataforma permite realizar el cobro únicamente por deducción de planilla a los funcionarios universitarios, donde dichos recursos ingresan a la empresa auxiliar hasta 45 días después de realizado el pedido por la persona, esto por los plazos proporcionados por la Oficina de Recursos Humanos (ORH) para incluir los montos en el sistema de deducciones externas que se dispone para tal fin.

Por otra parte, se puede decir que el proyecto vigente ha generado impactos en la Docencia, esto porque se ha logrado realizar ocho laboratorios agroempresariales

y cuatro clases magistrales en cursos de la Facultad de Ciencias Agroalimentarias, específicamente para las carreras de Agronomía y Economía Agrícola y Agronegocios; donde ha sido posible aproximar a los docentes y a los estudiantes en este nuevo tipo de formato para la comercialización de alimentos. También se realizó una ponencia en el segundo congreso de Economía Agrícola en el año 2015.

El proyecto para el año 2017 proyecta continuar abarcando la articulación que se potenciaría con diferentes actores agroalimentarios, particularmente con productores, donde dicho encadenamiento sin duda alguna provocaría significativas experiencias en el ámbito universitario que desencadenarían en una acción social relevante y pertinente, con interesantes perspectivas para el productor como para la academia al realizar un intercambio de experiencias y saberes en la temática de la comercialización de alimentos.

1.5.2.6. Servicio de alimentación

Según el artículo 2, del Reglamento para los Servicios de Alimentación al Público, define a un servicio de alimentación como un establecimiento o local, público o privado con instalaciones permanentes donde se elaboran, manipulan, envasan, almacenan, suministran, sirven, venden, o proveen comidas preparadas para el consumo humano en el mismo local, para llevar o servicio a domicilio. Además, se utilizará como homólogo para servicio de alimentación, la palabra *sodas*.

1.6. Diseño Metodológico

En el diseño metodológico se expone el tipo de investigación que se desarrolló y los pasos para la ejecución del proyecto, asimismo se presentan las diferentes fuentes de información que se implementaron para su proceso.

1.6.1. Tipo de Investigación

La investigación que se desarrollará es de tipo descriptivo, pues de acuerdo con los objetivos planteados en ella, se señala el tipo de descripción que se propone realizar y se acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios; además se seleccionan una serie de conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin de describirlas (De La Brouyere, 2009).

Así mismo, la investigación descriptiva se clasifica en estudios de medición de variables independientes, donde su misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre éstas. Este tipo de investigación mide de forma independiente las variables e incluso cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de la investigación (Arias, 2006).

Se desarrollará una investigación de campo o diseño de campo, la cual consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, en este caso los servicios de alimentación, sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (Arias, 2006).

En una investigación de campo también se emplean datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado (Arias, 2006).

Según Arias (2006) citando a Ramírez (1999), la investigación de campo puede ser extensiva, cuando se realiza en muestras y en poblaciones enteras e intensivas cuando se concentra en casos particulares, sin la posibilidad de generalizar los resultados. Además, Arias (2006) citando a Sabino (2000), especifica que en los diseños de campo se incluye: encuestas, panel, estudio de casos y ex post facto.

Para este trabajo, se implementará la encuesta como herramienta, ya que como lo menciona Arias (2006), el propósito de la encuesta es obtener información, ya sea acerca de un grupo o muestra de individuos o en relación con la opinión de éstos sobre un tema específico.

Es importante señalar, que la información obtenida es válida sólo para el período en que fue recolectada ya que, tanto las características, las opiniones y por tratarse de una investigación de mercado pueden variar en el tiempo. Es por esto que la encuesta también recibe la denominación de diseño transversal o diseño transeccional (Arias, 2006).

1.6.2. Estrategia metodológica

A continuación se presenta la estrategia metodológica que se implementó para el desarrollo del proyecto.

1.6.2.1. Revisión Bibliográfica

Se realizó una revisión bibliográfica con el fin de alimentar los conocimientos sobre el tema de comercio electrónico y su aplicación como estrategia para proveer la comercialización de productos agroalimentarios a los concesionarios de los servicios de alimentación en la Sede Rodrigo Facio. Asimismo cualquier información o literatura de guía para la ejecución del proyecto.

1.6.2.2. Elaboración de la encuesta

La encuesta fue una herramienta fundamental para obtener información relevante para la investigación y así conocer los perfiles de los servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica. Es por esta razón, que se creó un instrumento (Anexo 1), conformado por quince preguntas, cada una de ellas con un propósito, identificar información relevante con el fin de saber el comportamiento de un servicio de alimentación y así, crear un plan piloto que cumpla con la realidad de las mismas.

Las variables que se consideraron fueron: tipo de proveedor; es decir si es intermediario o un productor, la frecuencia de compra de los productos, el modo de pago, el tipo de producto, la negociación del precio para adquirir los productos, el horario para recibir y solicitar los encargos, el medio para solicitar la mercadería, la cantidad semanal de productos que compra, si tiene capacidad para almacenar o no.

La encuesta creada es exclusiva para los servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, no se puede generalizar a otras sedes o recintos de la Universidad de Costa Rica, ya que puede variar por factores sociales, culturales y sectoriales.

1.6.2.3. Aplicación de la encuesta

Después de la elaboración de la encuesta, se procedió a realizar la prueba de la herramienta con al menos uno de los servicios de alimentación, con el propósito de verificar la viabilidad de la misma y finalmente, ser aplicada a la población de estudio, la cual está conformada por los diez servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica, los cuales son: Facultad de Ciencias Agroalimentarias, Escuela de Farmacia, Escuela de Odontología, Facultad de Letras, Facultad de Ciencias Económicas, El Comedor Estudiantil, Facultad de Derecho, Escuela de Estudios Generales, Facultad de Educación y la Facultad de Ciencias Sociales.

Al aplicar la herramienta, se obtuvo la respuesta de nueve de los diez concesionarios ya mencionados anteriormente. En la siguiente lista se presentan los servicios de alimentación que accedieron:

1. Facultad de Ciencias Agroalimentarias
2. Escuela de Farmacia
3. Escuela de Odontología
4. Facultad de Letras
5. Facultad de Ciencias Económicas
6. El Comedor Estudiantil
7. Facultad de Derecho
8. Escuela de Estudios Generales
9. Facultad de Educación

1.6.2.4. Sistematización y análisis de la información

Después de la aplicación de la encuesta, se realizó la sistematización de la información y el análisis respectivo para identificar la situación actual de los nueve concesionarios de los servicios de alimentación.

1.6.2.5. Resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta se presenta en el apartado definido para tal fin, donde se evidencia la información obtenida de las variables y un perfil general de un servicio de alimentación de la Sede Rodrigo Facio.

1.6.2.6. Elaboración de la propuesta del plan piloto o plan de acción

Con la información obtenida en la encuesta, se procede a diseñar un plan piloto estándar para ser implementado en cualquier servicio de alimentación, el cual consiste en identificar y proponer los pasos que se debe realizar con el fin de que Agroferia sea un mediador entre los servicios de alimentación y el productor. Entre los aspectos que se desarrollarán en el plan piloto son: logística de acopio y entrega de los productos, modo de pago, transporte, almacenaje de los productos, cantidad de personal, calidad del producto, entre otras variables.

1.6.2.7. Desarrollar una guía para la viabilidad del plan piloto o plan de acción

Se presenta una guía para determinar la viabilidad del plan de acción de acuerdo a los recursos actuales de Agroferia y así identificar si necesita adecuarse a las necesidades del plan o como está funcionando actualmente puede dar inicio a la ejecución del proyecto.

1.6.3. Fuentes de información

Las fuentes de información documental son los registros de los conocimientos recopilados a través de documentos formales, los cuales se utilizan como fuente de consulta para fundamentar un conocimiento (Bernal, Correa, Pineda, Lemus y Muñoz, 2013):

- Información de primera mano: Es la información que se toma de la fuente primaria, es decir del punto donde se origina el problema, fenómeno o circunstancia a investigar (Bernal et al., 2013). La fuente primaria de información son los diez concesionarios de servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica. Ya que mediante la aplicación de un cuestionario a estos concesionarios, se va a obtener la información necesaria para el análisis respectivo.
- Información de segunda mano: Es la información secundaria, es decir la que toma sus contenidos de la fuente primaria para su interpretación, complemento, corrección o refutación; se caracteriza por estar más documentada y por apoyarse en la seriedad metodológica (Bernal et al., 2013). Los recursos secundarios que se utilizarán para la investigación incluyen la consulta de artículos científicos, tesis, publicaciones de instituciones y ensayos.

Capítulo 2

Perfil de los concesionarios de servicios de alimentación en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

Conocer el perfil de los concesionarios de los servicios de alimentación en la Sede Rodrigo Facio es un factor a considerar para desarrollar el estudio de viabilidad.

Por tanto, en este capítulo se estudia de manera general la situación actual de los servicios de alimentación y se explica los resultados de la aplicación de una herramienta creada para identificar dicho perfil general.

2.1. Situación actual de los servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

El primer aspecto a considerar es conocer la realidad de los servicios de alimentación, motivo por el cual la Universidad de Costa Rica, como institución promueve una permanencia óptima en el campus universitario, de ahí la necesidad de ofrecer a la comunidad servicios de alimentación y cafeterías que aseguren la calidad e inocuidad en los alimentos, y que favorezcan la promoción de la salud en armonía con las expectativas de los usuarios del sistema. Este servicio puede ser accedido por cualquier persona que haga uso de las instalaciones de la Institución, tanto en la Sede Central Rodrigo Facio como en las otras Sedes y Recintos Universitarios (Oficina de Servicios Generales, 2013)

Para cumplir con lo anterior, en la Sede Rodrigo Facio existen en la actualidad diez espacios que son destinados en cumplir con el servicio de alimentación, los cuales son:

1. El Comedor Estudiantil
2. Escuela de Estudios Generales
3. Facultad de Ciencias Agroalimentarias
4. Facultad de Ciencias Económicas
5. Facultad de Ciencias Sociales
6. Facultad de Derecho
7. Facultad de Educación
8. Facultad de Farmacia
9. Facultad de Odontología
10. Facultad de Letras

Según López y García (2015), los servicios de alimentación laboran en el horario de las 7 am hasta las 7 pm y atienden a la mayor concentración de población entre las 11 am y las 2 pm, siendo los almuerzos el punto de venta más fuerte. El perfil de los clientes abarca desde estudiantes hasta funcionarios, e incluso visitantes ocasionales que acuden al campus por un bocadillo y la cantidad de clientes que asisten a estos establecimientos varían como se evidencia en el siguiente cuadro.

Cuadro. 1 Cantidad de visitantes por día en cada servicio de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.

Servicio de alimentación	Cantidad de visitantes
Comedor Estudiantil	500
Escuela de Estudios Generales	1 500
Escuela de Odontología	600
Facultad de Ciencias Económicas	610
Facultad de Ciencias Sociales	1 000
Escuela de Farmacia	300
Facultad de Educación	300
Facultad de Derecho	150
Facultad de Ciencias Agroalimentarias	300

Fuente: Elaboración propia con datos de López y Garita (2015), 2017.

Para lograr ser un administrador o concesionario de alguno de los servicios de alimentación existentes, se debe optar por concursar en una licitación pública para la prestación de servicios de alimentación, donde el requisito es cumplir con lo establecido por la Oficina de Suministros, quien es el ente responsable del proceso de contratación. De la misma forma, la Oficina de Servicios Generales tiene a su cargo, velar por una buena gestión nutricional de los servicios de alimentación, avalado por la nutricionista de la Sección de Servicios Contratados.

Entre los lineamientos que la Universidad de Costa Rica propone para designar la concesión en la licitación son los siguientes:

- La nutricionista debe revisar un manual de especificaciones de materia prima y productos listos para vender, aprobar el menú que se quiera ofrecer al público en general, con el propósito de conservar un equilibrio nutricional y de calidad.
- El cartel de licitación incluye los aspectos nutricionales, por ejemplo cumplir con un mínimo de un 80% de opciones saludables, y menos del 20% asignado a golosinas. Igualmente, hace referencia a las opciones saludables como lo son batidos de frutas y vegetales, ensaladas y frutas para llevar, emparedados, y otras comidas.
- Del mismo modo, se refiere a las características de las preparaciones de los alimentos, la composición de la alimentación en los diferentes tiempos de comida, disposiciones sanitarias, manipulación de alimentos, manejo de residuos y desechos sólidos, entre otros aspectos importantes.

Los rubros anteriores, así, como los que se encuentran en el cartel de licitación (Anexo 2), no mencionan a quien deben de comprar los productos agroalimentarios o alguna regulación al respecto, generando la posibilidad para que el proyecto Agroferia incurriera en ser el ente que suministre de manera responsable y siendo un canal para que los productores nacionales oferten sus productos a los servicios de alimentación.

2.2. Resultados del instrumento aplicado a los concesionarios de los servicios de alimentación presentes en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

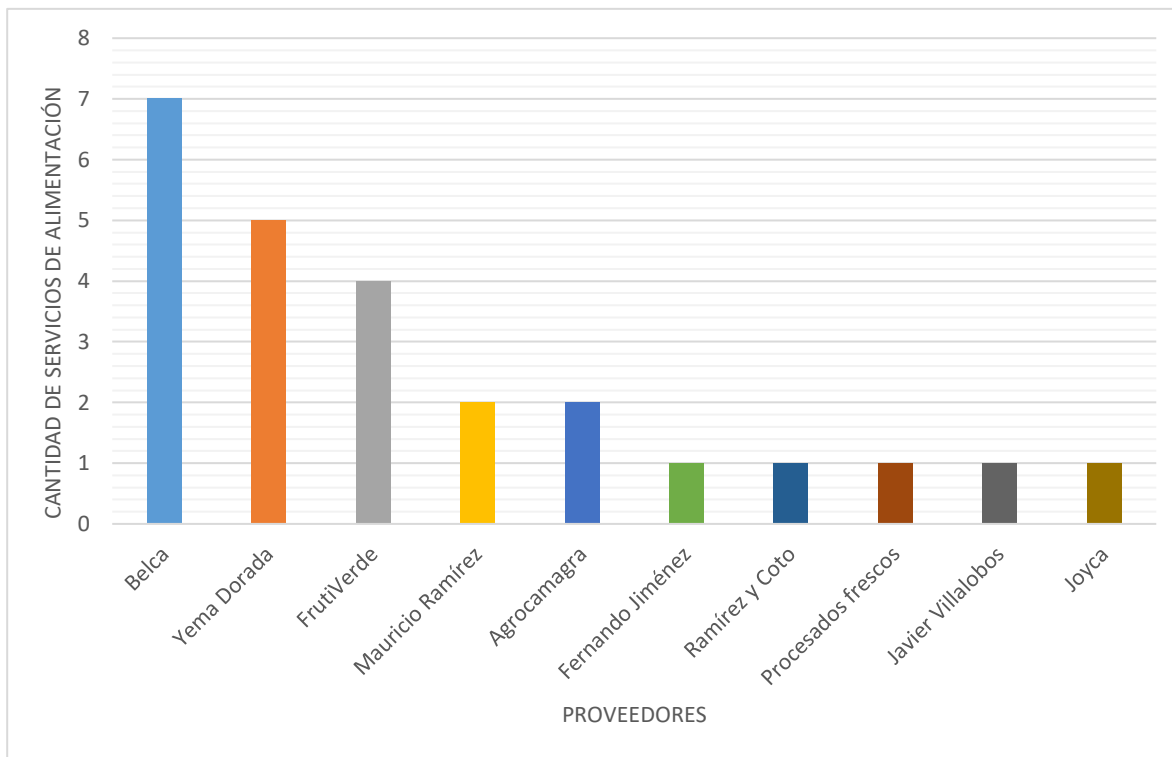
Después de conocer la situación actual de los servicios de alimentación, se procede a construir el perfil, considerando aspectos afines con la dinámica enfocada en los productos agroalimentarios que requieren las sodas o cafeterías para lograr satisfacer la demanda alimenticia diaria de quienes acuden a estos lugares.

Se inicia con la exposición de las ocho variables de interés que están vinculadas con un proyecto de comercio electrónico, con productos agroalimentarios y un servicio de alimentación, lo que conlleva a finalizar con el perfil general de los concesionarios de los servicios de alimentación que tienen participación en la Sede Rodrigo Facio.

2.2.1. Proveedores de los servicios de alimentación

Se identificaron diez proveedores, entre los cuales se encuentran empresas consolidadas como lo es Belca y Yema Dorada, que suministran los granos y huevos, respectivamente. En el gráfico 1, se muestra los proveedores y la cantidad de servicios de alimentación que utilizan sus servicios en la actualidad.

Gráfico 1. Proveedores de los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

En el gráfico anterior, se evidencia que Belca, es el proveedor que los concesionarios prefieren para adquirir granos (frijoles y arroz) y productos congelados. Esta organización se dedica a la comercialización y distribución de productos cuyo mercado está focalizado en hoteles, restaurantes, bares, sodas institucionales, entre otros (Belca, 2017). Dada su especificación en atender necesidades de servicios de alimentación, es un proveedor de confianza para obtener productos específicos, siendo una fuente segura y de calidad.

Belca, cuenta con socios tanto nacionales, como internacionales. Entre los costarricenses se destacan Banquete y Dos Pinos. Lo que significa, que es un intermediario con más de 3000 líneas de productos, una gran variedad de oferta

para los servicios de alimentación, de ahí su importancia y la razón por la cual destaca de principal proveedor entre los nueve servicios de alimentación.

Otro producto de interés para el proyecto, es el huevo, un ingrediente necesario para la elaboración de gran cantidad de alimentos, siendo La Yema Dorada, el principal proveedor en la Sede Rodrigo Facio, dado que siete de los nueve concesionarios compran el huevo a esta empresa.

Respecto a las verduras y frutas, al vivir en un país tradicionalmente agrícola, existe gran cantidad de proveedores para satisfacer la demanda de estos bienes, es por esta razón, que se identificaron 8 distribuidores.

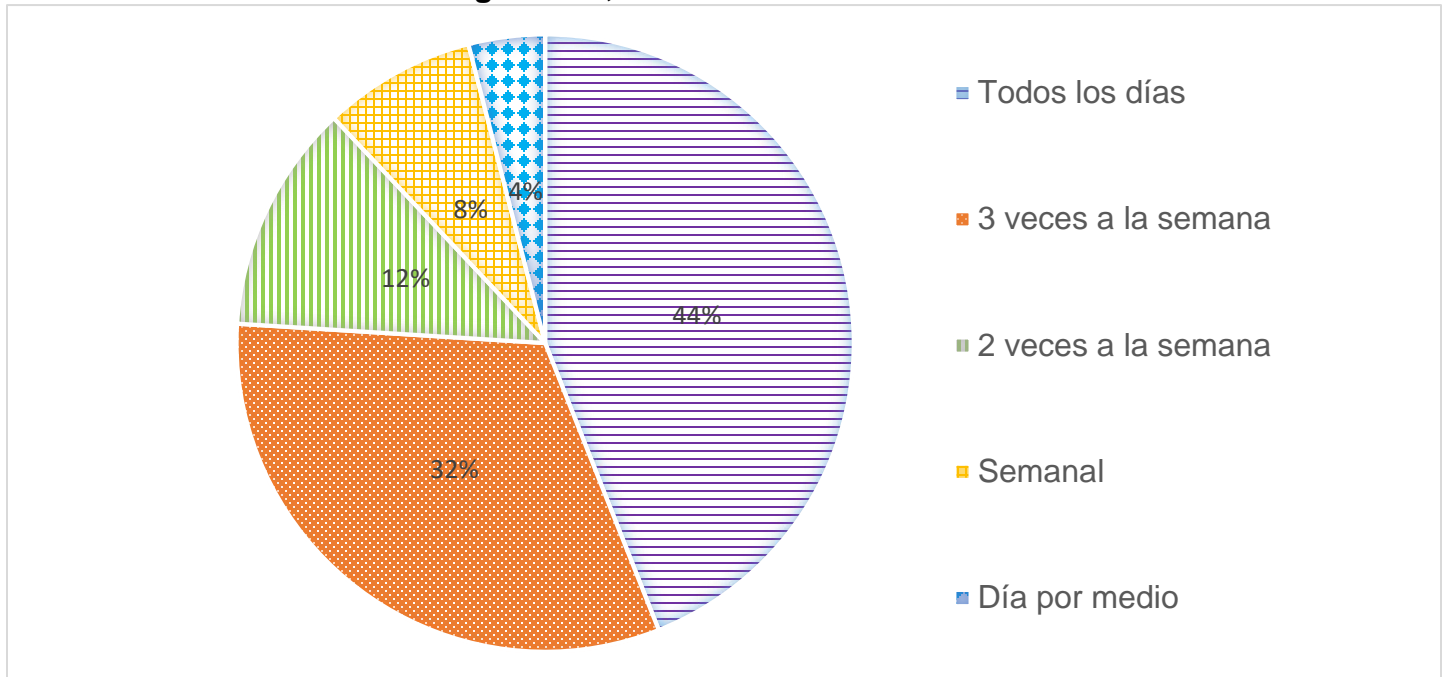
Frutiverde, como lo muestra el gráfico 1 es la principal organización que vende frutas y verduras a cuatro de los nueve servicios de alimentación, seguido por Mauricio Ramírez y Agrocamagra con dos concesionarios cada uno. También se identificaron a Fernando Jiménez, Ramírez y Coto, Procesados Frescos, Javier Villalobos y Joyca, cada uno con una mención. Estos últimos participantes se identificaron como intermediarios que participan en la mediación pero en un grado menor que Frutiverde.

2.2.2. Frecuencia de compra de productos agropecuarios.

La frecuencia de compra se clasifica la siguiente manera: el 44% de los concesionarios encuestados compra todos los días al menos algún producto, el 32% tres veces a la semana, el 12% dos veces a la semana, un 8% compra semanalmente y únicamente el 4% día por medio. Este comportamiento se presenta dado que el espacio de almacenamiento es una limitante en los nueve concesionarios, ya que no cuentan con un área adecuada para el acopio.

En el gráfico 2, se presenta estos resultados.

Gráfico 2. Frecuencia de compra de los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica



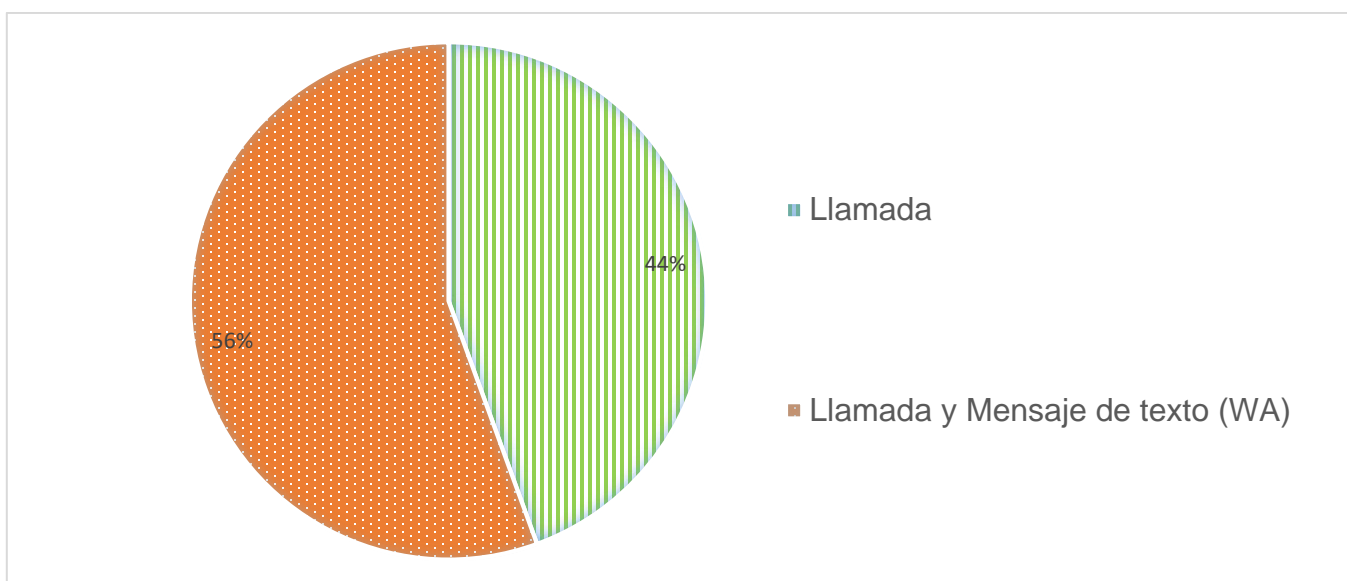
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

Al mismo tiempo, una segunda razón de peso, además del espacio ya mencionado, es asegurar al consumidor un producto que cumpla con las características de calidad y frescura, por tal motivo, compran las verduras y frutas diariamente. También, otro aspecto que influye en el comportamiento respecto a la frecuencia de compra, es la naturaleza del producto, es decir, la capacidad que tienen para resistir su almacenamiento o su vida útil en el anaquel o en este caso en la bodega. Por consiguiente, según las características del producto, estos se pueden comprar en un lapso de tres o dos veces por semana, como es el caso de los huevos y en un plazo de tiempo un poco más prolongado se identifica los frijoles, con una frecuencia de compra semanal.

2.2.3. Medio para solicitar la mercadería

Para solicitar los productos, ya sean diariamente o entre semana, los concesionarios utilizan la llamada telefónica y enviar mensajes de texto mediante la aplicación de WhatsApp. En el gráfico 3, se puede observar como el 56% de los encuestados, es decir cinco de los nueve concesionarios combinan tanto la llamada como enviar mensajes de texto para pedir la mercadería, mientras los restantes cuatro utilizan únicamente la llamada.

Gráfico 3. Medio para solicitar la mercadería Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

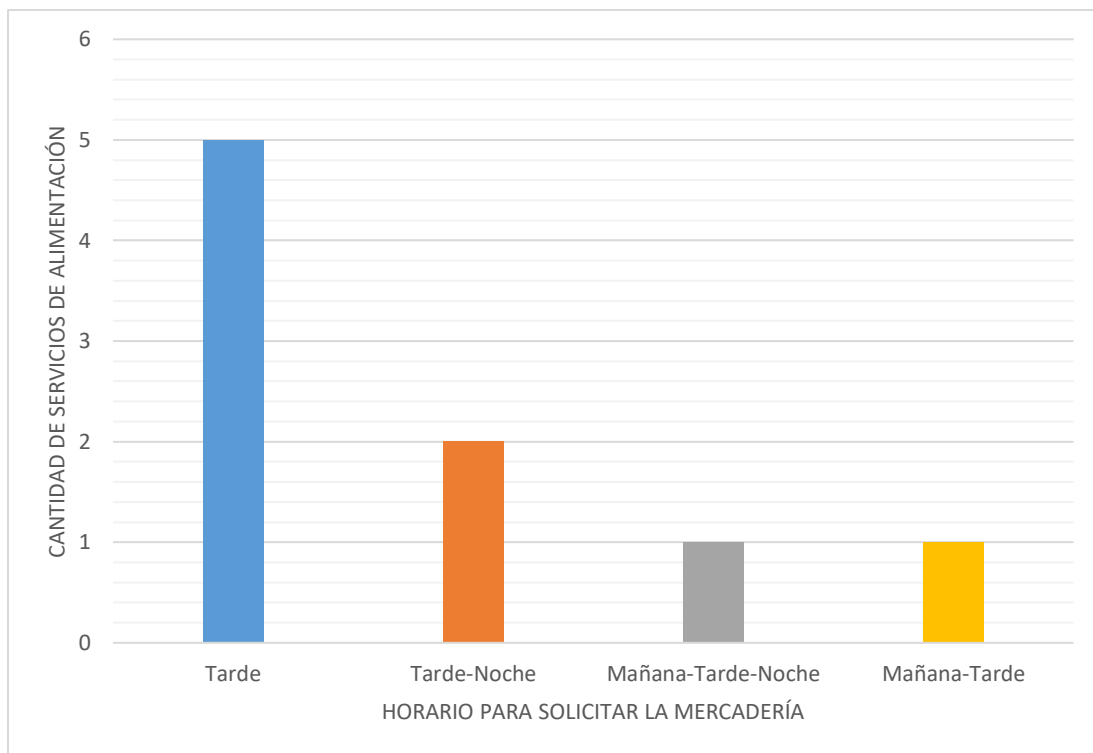


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

2.2.4. Horario para solicitar y recibir la mercadería.

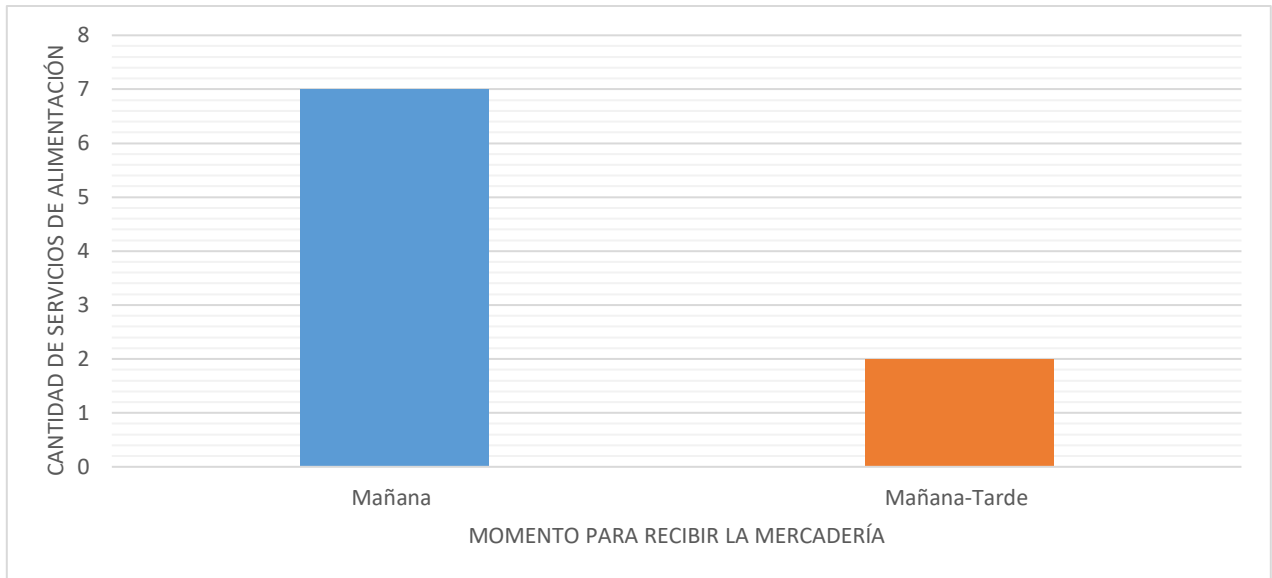
Los concesionarios solicitan los productos de lunes a viernes, con la excepción de una soda, que también lo realiza hasta el día sábado y el momento preferible para realizar la llamada o enviar el mensaje de texto con el fin de solicitar la mercadería es en el horario de la tarde o en ocasiones tarde-noche, ya que en ese período se verifica la cantidad de productos pendientes o aquellos que se necesitan para elaborar los menú de los cuatro tiempos de comida que brindan diariamente los servicios de alimentación como se evidencia en el gráfico 4. Respecto al momento del día para recibir la mercadería, siete concesionarios indicaron que es por las mañanas, mientras dos coincidieron que en ocasiones también reciben alguna mercadería por la tarde como se indica en el gráfico 5. Además, también se identificó que los proveedores generalmente realizan la entrega de la mercadería en un horario de 5:30 am hasta las 11 am.

Gráfico 4. Horario para solicitar la mercadería según los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

Gráfico 5. Momento del día según los servicios de alimentación para recibir la mercadería, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

2.2.5. Modo de pago

En relación con el modo de pago de los productos solicitados a los proveedores, se presentaron tres posibles maneras, las cuales se presentan en el cuadro 2, donde la transferencia electrónica es la más utilizada por los proveedores, seguido por el pago al contado o una mezcla de ambos. Solamente una mención de crédito que ofrece la opción Belca a uno de los concesionarios.

Cuadro 2. Modo de pago según los proveedores de los servicios de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

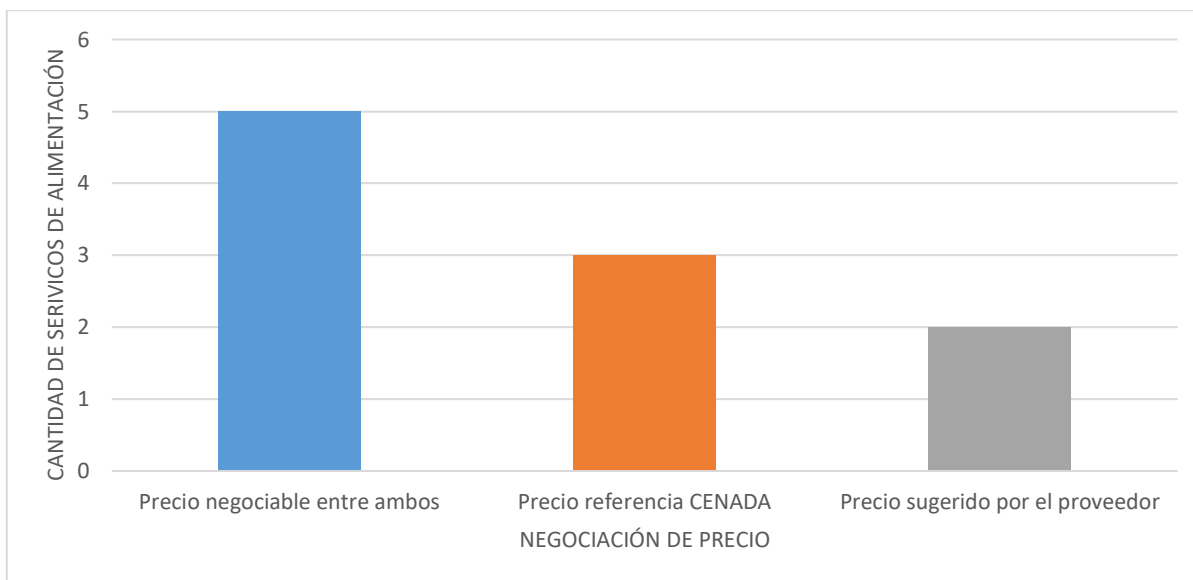
Proveedor	Modo de pago
Agrocamagra	Contado y Transferencia
Belca	Contado, Crédito y Transferencia
Fernando Jiménez	Contado
FrutiVerde	Transferencia
Javier Villalobos	Transferencia
Joyca	Transferencia
Mauricio Ramírez	Contado y Transferencia
Procesados Frescos	Contado y Transferencia
Ramírez y Coto	Contado
Yema Dorada	Contado y Transferencia

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

2.2.6. Negociación del precio

El precio que paga el concesionario por la compra de la mercadería, habitualmente es negociado entre ambas partes, es decir entre el proveedor y el concesionario, y para las frutas y vegetales los administradores de los servicios de alimentación se guían con los precios emitidos por CENADA, con el propósito de pactar un precio razonable tanto para el concesionario como para el proveedor.

Gráfico 6. Modo de negociación del precio de venta de los productos entre los proveedores y los concesionarios, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

2.2.7. Volumen de compra de productos agropecuarios

Para finalizar, se debe entender que los menú de los tiempos de alimentación (desayuno, almuerzo, merienda de la tarde y cena) son distintos en los nueve concesionarios de estudio, por lo tanto la cantidad de frutas, verduras, hortalizas, huevos y frijoles, que demandan semanalmente varía según lo que oferten a la comunidad estudiantil, profesores, administrativos y público en general, por ende, los datos obtenidos son aproximaciones. De igual manera, estos datos son importantes para conocer la cantidad de producto que debería satisfacer Agroferia. En el cuadro 3, se presenta los datos de las cantidades de productos que compran en general un concesionario. Se calculó la media de la información de los volúmenes, con la intención de presentar un promedio de la cantidad que semanalmente demandan los servicios de alimentación.

Cuadro. 3. Promedio y desviación estándar semanal de demanda de productos agropecuarios de los concesionarios, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

Producto	Promedio	Desviación Estándar	Medida
Aguacate	20	10	unidad
Ajo	7	3	kilos
Apio	8	3	kilos
Banano	300	200	unidad
Berenjena	6	5	kilos
Brócoli	9	6	kilos
Camote	3	2	kilos
Carambola	11	9	kilos
Café	29	21	kilos
Chayote	105	95	unidad
Cebolla blanca	16	10	kilos
Cebolla morada	3	2	kilos
Chile	80	40	unidad
Coliflor	29	21	unidad
Culantro	33	28	rollos
Espinaca	13	8	unidad
Elote	80	70	unidad
Fresa	4	3	cajas
Frijol	7	4	bultos
Guayaba	154	146	unidad
Huevos	40	25	cartones
Lechuga	65	55	unidad
Limón	65	35	unidad
Mango	13	8	unidad
Manzana	30	15	unidad
Mandarina	85	65	unidad
Melón	19	11	kilos
Melocotón	1	1	kilos
Mora	7	6	kilos
Naranja	110	90	unidad
Papa	29	16	kilos
Papaya	14	7	unidad

Pepino	20	10	kilos
Pera	8	3	unidad
Perejil	4	1	rollos
Piña	28	23	unidad
Plátano	335	265	unidad
Rábanos	9	4	rollos
Remolacha	18	8	unidad
Repollo	43	33	unidad
Sandia	17	13	unidad
Tomate	30	10	cajas
Uvas	3	2	kilos
Yuca	28	23	kilos
Vainica	15	10	kilos
Zanahoria	38	23	kilos
Zuchinni	78	73	unidad

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

Es importante enfatizar que los volúmenes son estimaciones, dado que la cantidad que solicitan varían, como ya se mencionó por los menús que ofrecen las sodas, pero también por la cantidad de personas que compren en dicho establecimiento, por eso, además del promedio de productos que se presentó en el cuadro anterior, en el cuadro 4 se encuentran el máximo y mínimo de las cantidades de volumen que demandan los concesionarios. Estos valores y las medias obtenidas en el cuadro 3, se deben de considerar para elegir aquellos productores que tengan la capacidad para satisfacer la solicitud de productos semanales de las sodas en la Sede Principal de la Universidad de Costa Rica.

El cuadro 4, presenta los mínimos y máximos de las demandas semanales de los concesionarios, esto se debe a la cantidad de oferentes. Por ejemplo, la lechuga es una hortaliza que se consume en diversos platillos, desde ensaladas hasta para la elaboración de un sándwich, y según las preparaciones que se elaboren en cada servicio de alimentación así es la cantidad de compran. Con este producto se

identificó que por semana el mínimo de compra es de 10 unidades, mientras que el máximo es 120 lechugas.

Otro producto, donde la diferencia es evidente, es el caso del plátano, un elemento básico en la dieta del costarricense, ya que se consume en el desayuno acompañando al gallo pinto, en el almuerzo, la cena y hasta para la elaboración de los patacones. En este producto el mínimo fueron 70 unidades, mientras que el máximo de 600 plátanos semanales.

Existen otros productos en que las diferencias entre el mínimo y el máximo son abultadas, como lo son el chayote, chile, elote, guayaba, limón, mandarina, naranja, repollo, remolacha y zuchinni. Las frutas y vegetales mencionadas anteriormente se encuentran también en el cuadro 4.

Cuadro. 4. Mínimo y máximo de demanda semanal de productos agropecuarios de un concesionario de servicio de alimentación, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

Producto	Cantidad		Medida
	Mínimo	Máximo	
Aguacate	10	30	unidad
Ajo	4	10	kilos
Apio	5	10	kilos
Banano	100	500	unidad
Berenjena	1	10	kilos
Brócoli	3	15	kilos
Camote	0	5	kilos
Carambola	2	20	kilos
Café	8	50	kilos
Chayote	10	200	unidad
Cebolla blanca	6	25	kilos
Cebolla morada	1	5	kilos
Chile	40	120	unidad
Coliflor	8	50	unidad
Culantro	5	60	rollos
Espinaca	5	20	unidad

Elote	10	150	unidad
Fresa	1	6	cajas
Frijol	3	10	bultos
Guayaba	8	300	unidad
Huevos	15	65	cartones
Lechuga	10	120	unidad
Limón	30	100	unidad
Mango	5	20	unidad
Manzana	15	45	unidad
Mandarina	20	150	unidad
Melón	8	30	kilos
Melocotón	0	1	kilos
Mora	1	13	kilos
Naranja	20	200	unidad
Papa	13	45	kilos
Papaya	7	20	unidad
Pepino	10	30	kilos
Pera	5	10	unidad
Perejil	3	5	rollos
Piña	5	50	unidad
Plátano	70	600	unidad
Rábanos	5	12	rollos
Remolacha	10	25	unidad
Repollo	10	75	unidad
Sandía	4	30	unidad
Tomate	20	40	cajas
Uvas	1	4	kilos
Yuca	5	50	kilos
Vainica	5	25	kilos
Zanahoria	15	60	kilos
Zuchinni	5	150	unidad

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

2.2.8. Características de un proveedor

Las características positivas que prefieren los servicios de alimentación en un proveedor de productos agrícolas son:

- Responsabilidad
- Calidad de los productos
- Buen precio
- Puntualidad
- Frescura en los productos
- Cambio de mercadería dañada
- Inocuidad
- Buen servicio
- Disponibilidad de productos

Por último, pero no menos importante, se mencionan los negativos. Estos son los de mayor insumo para el estudio, ya que al conocerlos se deben de evitar para lograr satisfacer las necesidades del cliente y ser el proveedor por excelencia para los servicios de alimentación. Los aspectos negativos son:

- Pedidos incompleto o incorrectos
- Irresponsabilidad
- Mal servicio al cliente
- Actitud negativa de los encargados de entregar el pedido
- No tener la disponibilidad de productos
- No cumplan con acuerdos de negociación
- Productos en mal estado, añejos o golpeados
- Cajas donde se transporta el producto sucio
- Camión o el medio para transportar no esté limpio
- Impuntualidad

Otra pregunta realizada fue si considerarían a un solo proveedor para todos los productos agropecuarios, ocho de los entrevistados respondieron que sí, siempre y

cuando ofrezcan disponibilidad de producto cuando se necesita y otros concesionarios señalan que al ser un proveedor será motivo de comodidad y facilidad al realizar los pedidos. Un concesionario señaló que no considera un solamente un proveedor dado que no cree capaz que tenga todos los productos agropecuarios que se requieran.

2.3. Perfil general del concesionario de servicio de alimentación

Con los resultados obtenidos y presentados anteriormente, se logró concretar un perfil general para los concesionarios de los servicios de alimentación presentes en la Sede Principal Rodrigo Facio.

Se evidenció que un servicio de alimentación no cuenta con un solo proveedor para satisfacer la demanda de los productos agroalimentarios necesarios para la venta al público presente en la universidad. Se identificaron diez proveedores donde Belca y la Yema Dorada, son los únicos que poseen cierto monopolio respecto a los granos y huevos, ya que estos les suministran a todos, mientras que para verduras y frutas si existe gran variedad de ofertantes.

Además, el concesionario compra todos los días o por lo menos tres veces a la semana, con el propósito de garantizar frescura del producto al consumidor.

El método implementado para solicitar a los proveedores los productos es mediante llamada telefónica o mensaje de texto utilizando la aplicación de WhatsApp y esto lo hacen en la tarde o al finalizar el día.

Para recibir la mercadería prefieren el horario mañanero antes de preparar el desayuno o el almuerzo. Esta dinámica de solicitar y recibir productos es jornada continua, es decir de lunes a viernes.

La mayoría de los proveedores prefieren que los concesionarios les paguen mediante transferencia electrónica y en ocasiones al contado, y en el proceso se genera una negociación entre ambas partes para establecer el precio final y respecto a frutas y vegetales, se guían con los precios de referencia de CENADA.

La información anterior se presenta a modo de resumen en un cuadro con las referencias del perfil general de un concesionario.

Cuadro 5. Resumen del perfil general de un concesionario de servicio de alimentación respecto al consumo de productos agroalimentarios, Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica

Rubro	Información General
Frecuencia de compra	Lunes a Viernes
Medio solicitar producto	Llamada o mensaje de texto
Días que solicitan el producto	Lunes a Viernes
Momento solicitar producto	En la tarde
Momento recibir producto	En la mañana (5 am a 11 am)
Modo de pago	Transferencia y contado

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los concesionarios de servicios de alimentación de la Sede Rodrigo Facio, 2017.

Además de los datos presentados en el cuadro 5, al menos se tiene que considerar los máximos de las cantidades demandados semanalmente de un concesionario que se presentaron en el cuadro 4.

Capítulo 3

Plan piloto

Agroferia:Sodas

El plan piloto es una herramienta que se crea en función de los aspectos elementales que todo proyecto enfocado en comercio electrónico debe tener. Del mismo modo, es diseñado considerando el perfil de los concesionarios de los servicios de alimentación.

Además, el plan de acción será una guía para que el proyecto Agroferia lo implemente y de esta manera ser un puente para que los productores agroalimentarios oferten sus productos a los servicios de alimentación.

Para iniciar con la planeación de cualquier proyecto, Kienan (2000) menciona cuatro elementos fundamentales y son:

- Definir el negocio o la misión.
- Establecer los objetivos y metas.
- Identificar los colaboradores y recursos.
- Plan de acción.

Las cuatro variables se consideran a continuación con el fin de conocer cuáles son las acciones que se deben desarrollar en un proyecto de comercio electrónico específicamente enfocado en productos agroalimentarios y relacionado con un concesionario de servicio de alimentación en el Campus Rodrigo Facio.

3.1. Definir la misión

Para iniciar, se considera que la misión es un aspecto de gran valor para cualquier empresa o en este caso proyecto. La cual se debe tener presente para conocer e identificar la razón de su existencia.

Por tal motivo, es que se crea una misión específica para *Agroferia: Sodas* la cual es:

“Ser un puente de comunicación entre los productores agroalimentarios y los servicios de alimentación para satisfacer la demanda de productos agroalimentarios de la Universidad de Costa Rica. Asegurando la calidad, inocuidad, un excelente servicio y al mismo tiempo, apoyar al productor nacional como a emprendedores”.

3.2. Establecer los objetivos y metas.

Las metas y objetivos son dos herramientas que marcan un horizonte para el proyecto, se consideran indicadores y guías para cumplir su finalidad.

La meta principal es ser el actor que genere un acercamiento positivo, añadiendo valor agregado entre el productor agroalimentario y los servicios de alimentación de la Universidad de Costa Rica mediante el comercio electrónico. Mientras que los objetivos son:

- Satisfacer la demanda de productos agropecuarios de los servicios de alimentación.
- Ofrecer productos y un servicio de calidad a los oferentes.
- Apoyar al sector agroalimentarios y a los emprendedores.

3.3. Identificar los colaboradores y recursos

Agroferia: Sodas para ser un mediador entre los productores y los servicios de alimentación tiene que tener a su disposición los siguientes recursos para el buen funcionamiento y desarrollo del proyecto.

3.3.1. Cuarto frío

El proyecto *Agroferia: Sodas*, necesita un cuarto frío para preservar la calidad y prolongar la vida útil de los productos agroalimentarios que ofertarán diariamente.

El propósito del cuarto frío es brindarle a los servicios de alimentación productos frescos y tener un espacio para almacenar el producto cuando es recibido mientras se realiza las labores de logística de entrega y elaboración de los productos.

3.3.2. Instalaciones físicas: bodega, oficina

Una definición de lo que es un almacén para un proyecto de comercio electrónico podría ser: espacio planificado para la conservación y manipulación de productos con el objetivo de optimizar los flujos desde el fabricante hasta el cliente final (Adigital, 2016). De ahí la importancia de una buena planificación del espacio donde

se va a trabajar, en el cual estará ubicado el cuarto frío, además contará con un espacio para el acopio de los productos y otro para organizar los pedidos.

También, se necesita un espacio para almacenar productos que no requieren refrigeración, como es el caso del frijol, café o cualquier otro.

Otro espacio físico es una oficina para el personal administrativo, la cual debe encontrarse en la Sede Rodrigo Facio. Al estar presente en la Sede Principal se tendría cercanía con los concesionarios como con la bodega, ocasionando un mayor control del servicio al cliente y de las funciones de acopio, almacenaje y entrega de productos.

3.3.3. Vehículos

La fase de transportar los productos desde la bodega hasta el cliente final se realizará mediante el uso de al menos un vehículo, de preferencia con cámara frigorífica con el fin de seguir preservando la calidad de los productos.

También se considera un vehículo, tipo pick up, para transportar mercadería que no necesita condiciones especiales de cámara frigorífica y a la vez, como medio de transporte para visitar a los productores y verificar la trazabilidad y calidad del producto a ofertar.

3.3.4. Personal

Para el funcionamiento del proyecto de comercio electrónico se debe considerar al menos una persona encargada de la página web, la cual deberá estar actualizándola cada día con las cantidades de productos en stock para ofertar y enviar la información de la demanda de productos a cada proveedor. También se recomienda, una persona destinada a investigar los avances del comercio electrónico y que además genere ideas innovadoras para aplicarlas en el proyecto y con los productores. Esto con el fin de generar una mejora continua de acuerdo con los avances del comercio electrónico y fomentar conocimientos en los productores y emprendedores.

Se necesita al menos de dos a tres colaboradores especializados para la distribución y entrega de los pedidos a los servicios de alimentación. Ellos, recibirán capacitaciones sobre el transporte del producto y de servicio al cliente, para garantizar un proceso de calidad en todos los aspectos.

Al mismo tiempo son necesarias otras cuatro personas para los procesos de acopio de la mercadería de los proveedores, el almacenaje, clasificación y agrupar los pedidos según las demandas de cada concesionario. Estos colaboradores deben tener conocimientos de la norma HACCP, manipulación de alimentos y responsables de no aceptar productos que no cumplan con los estándares de calidad determinados.

Un aspecto a considerar es seguir involucrando a estudiantes de la Universidad de Costa Rica como colaboradores, con el propósito de fomentarles un espacio para ampliar sus conocimientos y crecimiento profesional. Los estudiantes podrán participar en todo el proceso de comercio electrónico como también en la colaboración en talleres o sesiones informativas en temáticas de comercio electrónico, mercadeo, costos, buenas prácticas agrícolas, gestión de calidad y entre otros temas de interés a los proveedores participantes del proyecto.

3.3.5. Otros recursos a considerar

Un recurso a considerar es la inversión en capital de trabajo. El cual, constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo (Sapag, Sapag y Sapag, 2014).

El capital de trabajo se va a implementar para respaldar el pago inmediato de los proveedores, ya que el cobro a los servicios de alimentación se realizará semanal y no diario. Esto con el fin de generar liquidez a los productores y no hacerlos esperar por periodos prolongados.

De igual forma, este incentivo le daría al productor la confianza y la responsabilidad de entregar productos de calidad y prestar un buen servicio. Además, no es necesario la compra diaria de productos, ya que se contaría con las instalaciones

adecuadas para almacenarlos, sino que se realizaría con cierta periodicidad de acuerdo con las demandas de los concesionarios y el stock en bodega.

También es necesario considerar que se debe tener los siguientes activos:

- Cajas plásticas: necesarias para almacenar los productos en la cámara de frío como en el momento de entrega.
- Muebles metálicos: en los cuales se van almacenar las cajas plásticas y productos.
- Mobiliario de oficina: entiéndase mobiliario de oficina como aquellas sillas, mesas, computadoras, escritorios, bolígrafos, papel, teléfono, impresora y demás activos que se utilizan en labores de oficina y administrativas.
- Mobiliario para trabajo: además de los muebles metálicos, también es necesario mesas amplias para organizar los productos y recibirlos.
- Cubre bocas, guantes, cofias, botas: estos son necesarios para preservar la inocuidad de los productos y deberán ser utilizadas por los colaboradores.

3.4. Propuesta del plan de acción del proyecto *Agroferia: Sodas*

A continuación se presenta la propuesta del plan de acción para el proyecto que se denominará *Agroferia: Sodas*.

La propuesta del plan de acción o plan piloto del proyecto *Agroferia: Sodas*, está conformada por siete aspectos esenciales, los cuales son página web; catálogo y stock de productos; registro de clientes; modo de pago; políticas de fijación de precios y de cobro; acopio, distribución, logística y transporte; y servicio al cliente.

Estas variables, se deben desarrollar para el funcionamiento del proyecto enfocado en comercio electrónico y la dinámica que convierte a *Agroferia* en un actor enfocado a crear la unión y comunicación entre los servicios de alimentación y los productores agroalimentarios.

3.4.1. Plataforma web

De manera de ejemplo de plataforma web para el proyecto *Agroferia: Sodas*, se creó la siguiente propuesta. Se utilizó la plataforma Wix para la elaboración de la misma.

En la figura 1 se muestra la vista de la interfaz principal del prototipo de página web, en la cual se aprecia un menú superior donde se ubica las pestañas de *Nosotros*, *Vegetales y Legumbres*, *Frijoles*, *Huevos y Café*, y *Encuétranos*. Además el “carrito” de compras.

Estas pestañas, son enlaces, en esta sección se comentará y mostrará la información de *Nosotros* y *Encuétranos*. Las restantes se mencionarán en la sección *Catálogo de Productos*.



Fig.1. Vista de la interfaz principal del prototipo del sitio web de Agroferia: Sodas

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

La página propuesta cumple con ser responsive, es decir, que la página se adapte a la pantalla de teléfono móvil, tableta electrónica y computadora, ya que esta es una de las cualidades fundamentales y actuales que toda página web debe de tener. En la figura 2, se evidencia la visualización en un dispositivo móvil.

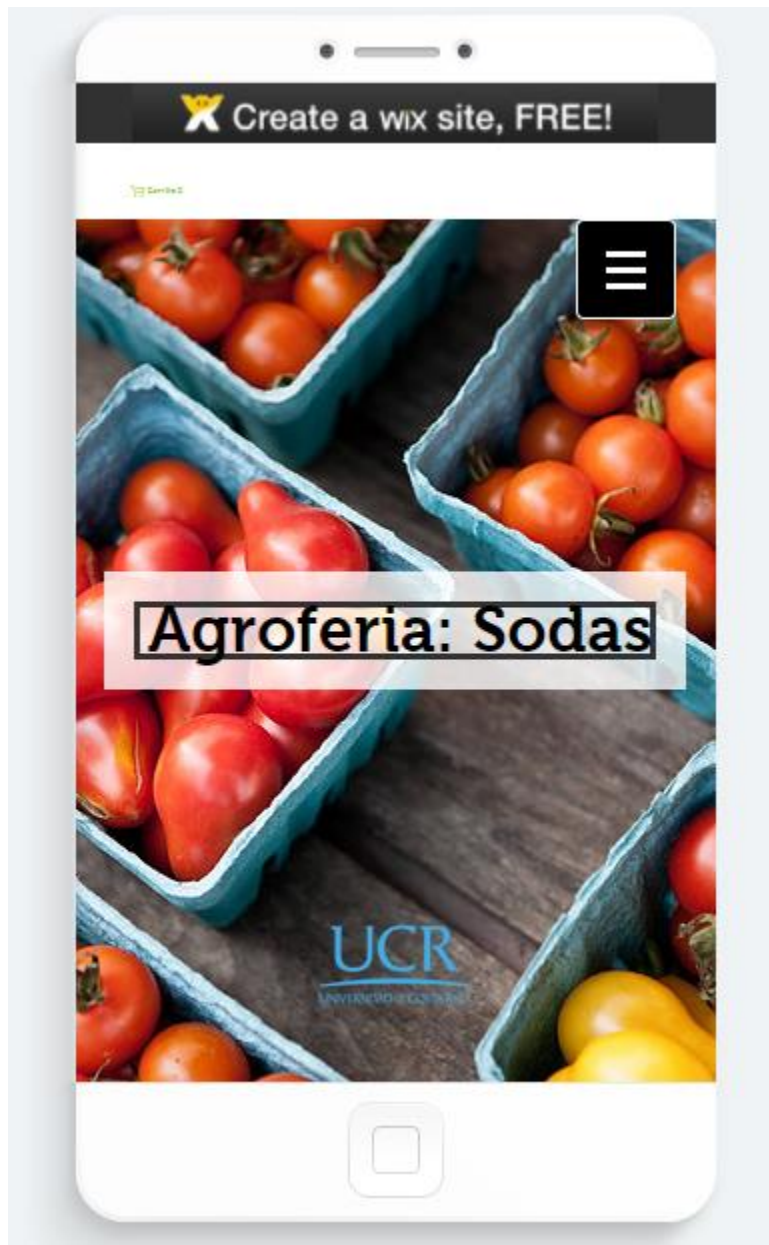


Fig.2. Prototipo versión móvil Agroferia: Sodas

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

En la figura 3 se muestra la pestaña llamada *Nosotros*, donde se comenta brevemente la historia de *Agroferia: Sodas*. El propósito de esta pestaña es que el usuario conozca el proyecto.

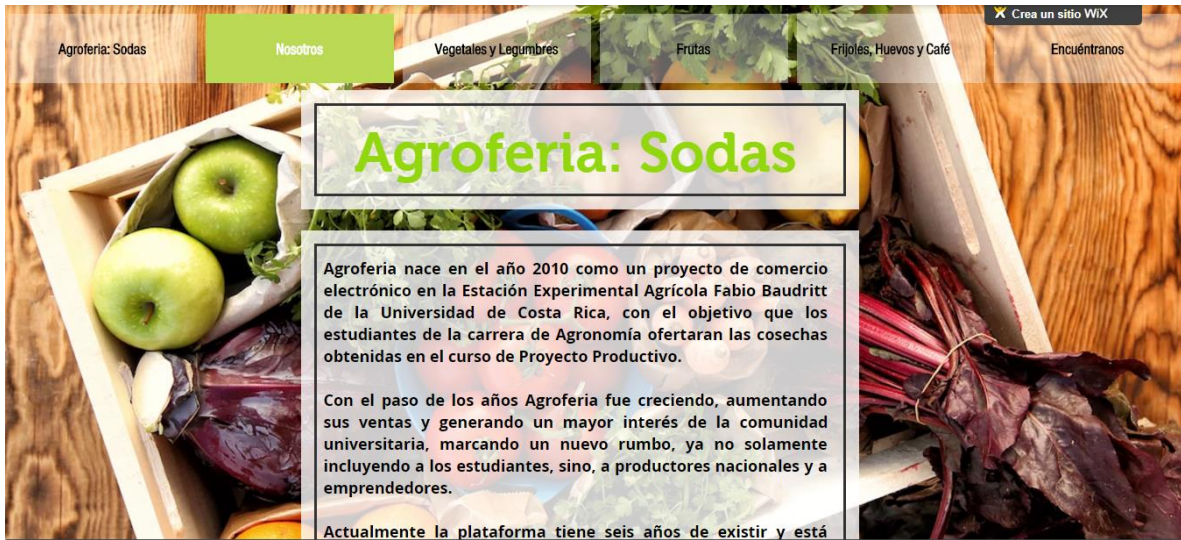


Fig. 3. Pestaña Nosotros de la página web de Agroferia: Sodas

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

La figura 4, es la pestaña de *Encuétranos*, corresponde a la información de ubicación, correo electrónico y número telefónico para contactar al personal de la plataforma.



Fig. 4 Pestaña Encuétranos de la página web de Agroferia: Sodas

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

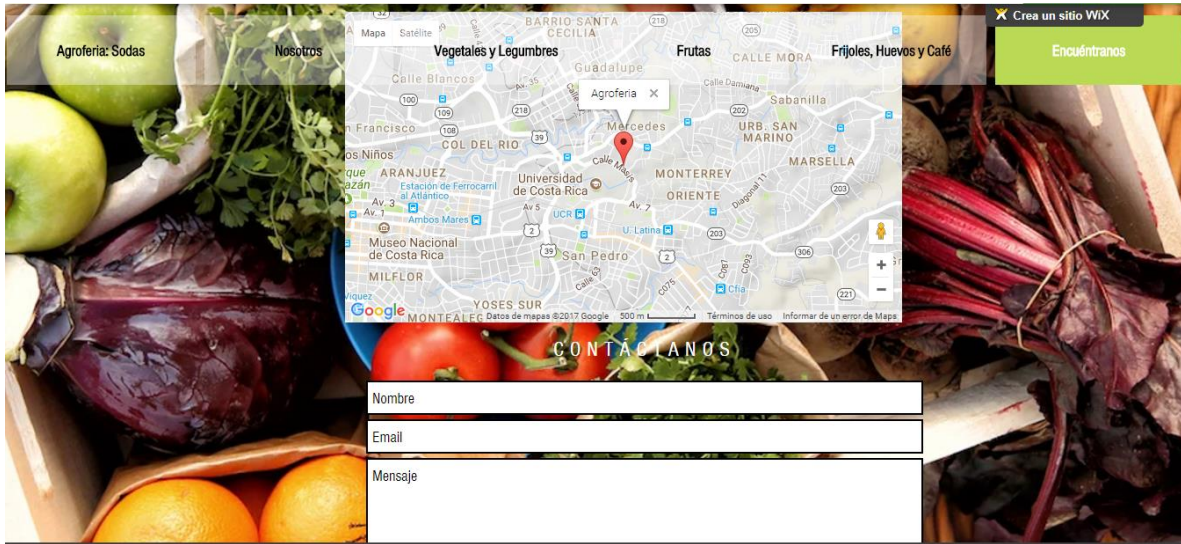


Fig. 5 Pestaña Encuétranos de la página web de Agroferia: Sodas

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

3.4.2. Catálogo de productos

Para la plataforma de *Agroferia: Sodas*, se recomienda que el catálogo se muestre en tres presentaciones, enfocado en los principales grupos de productos agroalimentarios que consumen los servicios de alimentación. Estos son:

- Frutas
- Vegetales y Legumbres
- Frijoles, huevos y café

En estas tres categorías, el concesionario encontrará las cantidades disponibles de cada producto, la descripción y una breve información sobre el proveedor y la procedencia del mismo, con el propósito de garantizar la trazabilidad y un valor agregado sobre la procedencia del producto, así, recalcando que son 100% producto nacional y sin intermediarios de por medio. También incluye fotos del producto y el precio.

En ocasiones y de acuerdo a las demandas, se presentaran diversos proveedores para un mismo producto. Quedará a criterio del cliente elegir a cual comprar, sin embargo la calidad debe ser la misma.

Para una mayor claridad de los catálogos y su posible presentación, en las siguientes figuras.

En la figura 6 se señala en un cuadro rojo la ubicación de las pestañas que hacen referencia al catálogo de los productos en las tres categorías mencionadas.



Fig. 6 Catálogo de las categorías de los productos en la página web Agroferia: Sodas

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

En las figuras 7 y 8 se ejemplifica el catálogo de *Verduras y Legumbres*.



Fig. 7 Catálogo de Verduras y Legumbres

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.



Fig. 8 Catálogo de Verduras y Legumbres

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

Cualquier página dedicada al e-commerce debe contar con el *carrito de compras* y este se encuentra en la página propuesta en la esquina superior derecha. En la figura 9 se resalta en un círculo rojo.



Fig. 9 Carrito de compras en la página de Agroferia: Sodas

Fuente: Elaboración propia con la plataforma Wix, 2017.

3.4.3. Stock de productos

Agroferia: Sodas, tendrá stocks en bodega de productos agroalimentarios, el cual consiste en poner a la venta un stock ya ubicado en las instalaciones del proyecto a la espera de un pedido para proceder casi de inmediato al despacho de los productos demandados a los servicios de alimentación.

El stock de producto va a estar almacenado en la bodega o cámara frigorífica donde cumple un máximo de tres días en la misma, con el fin de preservar la calidad y frescura. Es importante señalar que son productos perecederos, es decir que poseen una vida útil corta, de ahí la necesidad de acopiarlos en el menor tiempo posible y además se cuenta con una estimación de las cantidades semanales demandadas de productos requeridos por los servicios de alimentación.

Se debe considerar, una vigilancia diaria respecto al stock de productos en la bodega o cámara frigorífica, para que no se den una rotura de stock.

3.4.4. Registro del cliente

Los concesionarios de los servicios de alimentación se deberán registrar en la página web antes de iniciar con el proceso de compra, ya que la plataforma web no será pública, sino exclusiva para los concesionarios del Campus Rodrigo Facio.

3.4.5. Modo de pago

Para concluir la compra se debe realizar el pago y existen diversas maneras para realizarlo ya sea mediante tarjeta bancaria o medios de pago alternativos; como es el caso de Paypal, o por transferencia bancaria, por citar algunos ejemplos.

Los concesionario de servicio de alimentación están familiarizados con el pago por transferencia electrónica, por tanto se les estaría cobrando semanalmente, es decir, tendrán la posibilidad de comprar de lunes a viernes y realizar el pago el último día de la semana, pero de igual manera se les dará la libertad de hacer el pago diario si así lo consideran necesario, compensándolo con una política de descuento por pronto pago.

3.4.6. Política de precio y pago a proveedores

Respecto al modo en que se va a establecer el precio de venta de los productos para los concesionarios de servicio de alimentación se realizará mediante el precio sugerido por el productor y el precio establecido de referencia PIMA-CENADA, no obstante si en un futuro existiera otra organización encargada de dar un valor de referencia se consideraría también.

Además, se le sumaría un porcentaje de comisión de entre un 2% a 5%. Este porcentaje se utilizará para ampliar el apoyo financiero del proyecto *Agroferia: Sodas* con el propósito de tener recursos económicos para subsidiar talleres o charlas para los productores o emprendedores y darle posibilidades de horas estudiantes o asistentes a los estudiantes que quieran participar en el proyecto.

3.4.7. Acopio, distribución, logística y transporte

Según Adigital (2016), el nivel de clientes descontentos con su experiencia en la compra por Internet sigue siendo muy alto. A la pregunta: ¿Qué tipo de problemas ha tenido en las compras realizadas por Internet?, las cuatro primeras causas se agrupan el 72% están relacionadas con fallos en la cadena de suministro y en la atención al cliente: “Me ha llegado estropeado”, “Me llegó con retraso”, “No me llegó el producto”, y “Problemas para la devolución”. Es por estas razones que la temática de *Distribución, Logística y Transporte*, es un punto considerable para garantizar un comercio electrónico exitoso. En este apartado se desarrollará la manera en que *Agroferia: Sodas* realizará dicho procedimiento con respecto a los servicios de alimentación.

Agroferia: Sodas al enfocarse en los nueve servicios de alimentación implementará una logística sencilla al ser pocos los clientes, pero efectiva. A continuación se presenta la propuesta para las variables de acopio, distribución, logística y transporte.

3.4.7.1. Recepción de productos del proveedor

El proveedor que trabaje con *Agroferia: Sodas*, debe ser productor, no intermediario, es decir, el proyecto, como ya se mencionó, enfoca sus recursos y energía en trabajar con productores agroalimentarios con el propósito de apoyarlos y ser un puente para la comercialización de sus productos.

Los proveedores podrán ser desde estudiantes de la Universidad de Costa Rica, productores nacionales, emprendedores y cualquier persona que desea ofertar, siempre y cuando no compre y reventa los productos sino que los cosechen y quieran iniciar con la comercialización de los mismos con el fin de recibir un precio adecuado por sus productos. También puede participar asociaciones de productores, cooperativas o cualquier organización que trabajen por y para los agricultores.

Entre los requisitos para formar parte del proyecto son:

- Facturas timbradas: para formalizar los procesos de pago y control, se solicita a los proveedores contar con facturas timbradas.
- Cumplir con estándares de calidad: la calidad es un aspecto importante para los servicios de alimentación y para el proyecto también, por tanto se exige productos que cumplan condiciones de calidad de primer nivel según los estándares de organismos competentes en esta materia.
- Ser responsables: la responsabilidad es valor en el que se debe trabajar para alcanzar el éxito, por eso para el proyecto una condición es que los proveedores sean responsables en asistir los días de entrega del producto, como cumplir con la calidad de los mismos.
- Compromiso: estar comprometido al 100% con el proyecto, es decir, considerarlo como un cliente más y no solamente como una prueba para ofertar sus productos.
- Disponibilidad para participar en talleres: además de ser proveedores, parte de los pilares de Agroferia: Sodas es ofrecer herramientas para la mejora continua de los productores en temas de comercialización y mercadeo de los productos, también aspectos relaciones a calidad en conjunto con la Escuela de Ingeniería en Alimentos.

Agroferia: Sodas será el encargado de asumir la responsabilidad de seleccionar adecuadamente a los proveedores que al menos cumplan con las características descritas anteriormente, que se comprometan con el sistema de entrega de productos y que tengan la capacidad para satisfacer las cantidades demandadas.

Considerando que el proyecto cuenta con una cámara de frío e instalaciones para almacenar el máximo de productos indicados en el cuadro 5, se da la posibilidad de recibir tres veces a la semana los productos de los proveedores, cada uno de ellos teniendo un horario de entrega que deberá cumplir, es decir, los proveedores no podrán llegar a dejar sus productos a cualquier hora, sino que se les asignará un horario para un mayor control en el proceso de recepción y la logística interna del proyecto.

Además del horario que se les va a establecer en el momento de la recepción de los productos, se realizará una verificación de la calidad y las cantidades solicitadas según los pedidos establecidos y considerar transportar mercadería extra por si se debe realizar alguna modificación por deficiencia en algún producto recibido y cambiarlo inmediatamente. En ese mismo momento se verifica que la factura del proveedor coincida con la cantidad y precio del producto.

Después de la recepción del producto, los colaboradores de *Agroferia: Sodas* deberán organizar y clasificar cada producto en su respectivo lugar dentro de la cámara de frío o en la bodega.

Para ejemplificar el sistema se utiliza la figura 10, donde la primera imagen corresponde a un productor con su cosecha, el vehículo corresponde al momento donde el proveedor se dirige a las instalaciones de *Agroferia: Sodas* y ahí los colaboradores inspeccionarán la calidad y la cantidad demandada, para finalizar con el acopio y almacenaje de los productos en la cámara frigorífica o en la bodega.

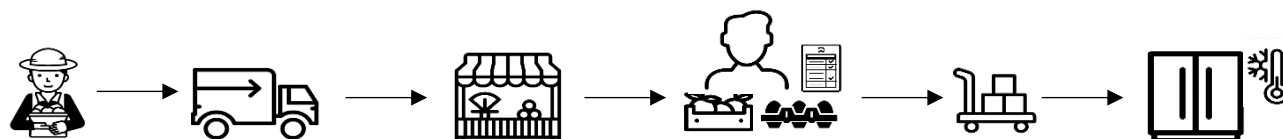


Fig. 10. Sistema de recepción de productos a los proveedores.

Fuente: Elaboración propia con íconos obtenidos del sitio Noun Project, 2017.

3.4.7.2. Distribución y entrega de productos

Después de acopiar y almacenar los productos, el personal de *Agroferia: Sodas* deberá iniciar un día antes de las entregas con el proceso de clasificar los productos de acuerdo a las cantidades solicitadas por cada servicio de alimentación para ser entregadas por el equipo de distribución y entrega de productos al día siguiente.

De acuerdo con el perfil del concesionario, se evidenció que los servicios de alimentación no tienen un espacio adecuado para almacenar y preservar los

productos agroalimentarios, por este motivo es que la distribución y entrega se debe realizar todos los días en un horario de 5:00 de la mañana a máximo las nueve de la mañana.

Actualmente en la Sede Rodrigo Facio, nueve de los diez servicios de alimentación se ubican dentro de la Sede y el restante en la Ciudad de la Investigación. Es importante considerar lo anterior, para determinar la ruta de entrega de los productos, también se les va asignar un horario a los concesionarios para coordinar con mayor fluidez y eficiencia la entrega de los productos.

En el momento de que el encargado del servicio de alimentación recibe el producto, se le da copia física de la orden de compra la cual debe de firmar y otro documento donde asegura que recibió un producto en buen estado y en excelente calidad. Esto para evitar algún reclamo posterior al momento de la entrega donde por algún mal manejo de parte del personal del servicio de alimentación, ocasionen un deterioro del producto entregado.

Para ilustrar el proceso de distribución de productos a los servicios de alimentación, se elaboró la figura 11, donde inicia con un colaborador, el cual es el encargado de organizar los pedidos de acuerdo a las cantidades demandantes según lo solicitado por los concesionarios para luego ser transportados en el vehículo a cada uno de los servicios de alimentación.

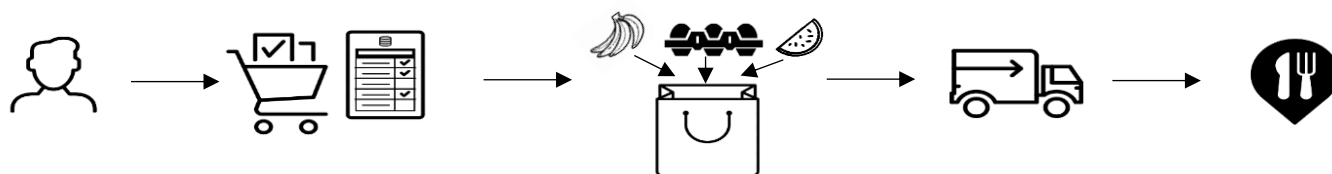


Fig. 11. Sistema de distribución de productos a los servicios de alimentación en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica.

Fuente: Elaboración propia con íconos obtenidos del sitio Noun Project, 2017.

3.4.8. Servicio al cliente

Esteban Blázquez es fundador y CEO de Esdemarca.com, mencionado en el Manual eCommerce (2016) da la siguiente recomendación y ejemplo de cómo laboran en su empresa respecto a las funciones del departamento de servicio al cliente. Dicho departamento está integrado con en el centro de distribución, trabajando en colaboración con los responsables de servicio que son los encargados de que salgan todos los pedidos a tiempo, de esta forma siempre que haya una incidencia, esta pueda ser resuelta en el mismo momento.

La alternativa mencionada, será una propuesta para aplicarla al proyecto *Agroferia: Sodas* para facilitar la solución inmediata de algún problema que se origine, buscando mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos.

Además, periódicamente se les realizará encuestas a los clientes para conocer si tienen alguna opinión positiva o negativa y existirá una persona encargada para resolver problemas o proponer alternativas para lograr la fidelidad de los servicios de alimentación con el proyecto *Agroferia: Sodas*.

Capítulo 4

Guía para la viabilidad del plan piloto del proyecto Agroferia:Sodas

El plan anterior fue elaborado con los rubros que todo proyecto de comercio electrónico debe seguir, considerando las necesidades de los servicios de alimentación presentes en el Campus Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica.

Este apartado se creó para determinar si con los recursos que actualmente posee el proyecto Agroferia son necesarios o no para ejecutar exitosamente la propuesta planteada inicialmente.

Por lo anterior, se realiza el siguiente análisis para conocer si es viable el plan piloto planteado para Agroferia y para identificar la viabilidad de *Agroferia: Sodas*, se optó por la creación de *La Guía de Viabilidad*.

4.1. Guía de viabilidad

La Guía de Viabilidad (Anexo 3) es un instrumento con preguntas específicas para cada uno de los siete apartados propuestos en el plan de acción para el proyecto llamado *Agroferia: Sodas*.

El propósito de *La Guía de Viabilidad* es dar a conocer si se puede ejecutar el proyecto con al menos un servicio de alimentación o se tienen que implementar cambios para desarrollar exitosamente el proyecto *Agroferia: Sodas*.

Las interrogantes buscan detectar información relevante para cada uno de los apartados desarrollados anteriormente. Cumplen con ser preguntas sencillas y cortas pero elementales para verificar la viabilidad.

La Guía de Viabilidad está conformada por once preguntas divididas entre las variables de interés, las cuales son: página web, registro de clientes, modo de pago, recepción de productos a los proveedores y distribución y entrega de productos.

Dicho instrumento se aplica a la persona que en la actualidad tiene a su cargo el proyecto Agroferia, ya que conoce el funcionamiento y las necesidades del proyecto. El coordinador vigente es el M.Sc. Alexis Villalobos Monge, profesor de la Escuela de Agronomía y Economista Agrícola de profesión.

4.2. Resultados

La sección de resultados despliega las respuestas obtenidas al aplicar *La Guía de Viabilidad* al coordinador del proyecto de Agroferia, el M.Sc. Alexis Villalobos Monge. Además de un análisis de las variables respecto a la información obtenida, con el fin de identificar si es viable la implementación de la propuesta con la realidad actual del proyecto Agroferia.

4.2.1. Página Web

La primera variable es la página web, donde se realizaron tres preguntas, con el propósito de conocer las condiciones actuales de esta herramienta que es el eje fundamental para la ejecución de un proyecto enfocado en el comercio electrónico.

Respecto a la pregunta *¿Agroferia tiene una página web actualizada que cumpla con las características de ser responsive y un catálogo de productos con calidad en su contenido?*, la respuesta obtenida fue “En este momento no tiene un diseño responsive y demás características para considerarlo como “actualizado”, el diseño web data del año 2010 cuando no existían de uso tan frecuente móviles (smatphones y/o tablets) tecnologías conectadas a la web, al menos en Costa Rica. Se está en proceso de actualización de los módulos que utiliza en sistema en su operación cotidiana”.

Otra de las interrogantes es *¿Tiene el apoyo de personal para administrar la página web?* Y su respuesta fue “Tendría que decirse que sí aunque es insuficiente para un nivel de operación como el que se espera ocurra a corto plazo (mayor cantidad de oferentes y mayor cantidad de demandantes).”

Para finalizar y considerando la implementación de la misma plataforma web para *Agroferia: Sodas* se formuló la siguiente pregunta: *¿Agroferia está dispuesto agregar a la plataforma el segmento específico para los servicios de alimentación?*

A lo que respondió M.Sc Villalobos que “Claro que sí, esta nueva línea de trabaja permitirá articular de mejor manera los esfuerzos que se realizan desde la acción social llevada a cabo por el proyecto.”

Se concluye que en la actualidad el proyecto Agroferia no tiene una página web con las condiciones adecuadas, pero con la salvedad de que se están realizando las modificaciones necesarias para lograr una página web de comercio electrónico ideal para brindar un servicio de calidad a los clientes.

Por las condiciones actuales del proyecto, donde únicamente ofertan tres días a la semana y realizan las entregas únicamente los viernes, el equipo de trabajo es escaso como bien lo indica el señor Alexis Villalobos “*es insuficiente para una operación con una mayor cantidad de oferentes y demandantes*”.

Es evidente la disponibilidad del proyecto en considerar a los servicios de alimentación presentes en Campus Rodrigo Facio como futuros clientes, pero antes de iniciar con el proyecto llamado *Agroferia: Sodas* se debe buscar recursos tantos tecnológicos como de personal.

4.2.2. Registro de Clientes

El Registro de Clientes es un aspecto determinante para privatizar la página web únicamente a los concesionarios de los servicios de alimentación y evitar que la página de e-commerce sea pública.

Es por esta razón que se formuló la siguiente pregunta: *¿Con la actual página web se puede modificar para que exista contenido exclusivo para los concesionarios de los servicios de alimentación, sin interferir con los clientes (profesores y administrativos)?* y la respuesta fue: “No estaría seguro, dentro del proceso de actualización del sistema existen aspectos que posiblemente no se tienen considerados al pensar en incorporar otro nuevo tipo de cliente. Será necesario y conveniente realizar las pruebas piloto necesarias con el fin de tomar en consideración las nuevas variables de diseño que esta nueva población podría incorporar en el sistema. Posterior a ello, se podría responder si esa modificación sería posible con la nueva versión o si sería mejor trabajar en una nueva actualización posterior a la que actualmente se está diseñando.”

Es importante señalar que la versión actual como la que está en proceso de construcción, según lo informó el coordinador, no tiene contemplada la opción de

agregar un segmento nuevo, lo que conlleva a resaltar que no es posible la integración de ambos proyectos en una misma plataforma web.

4.2.3. Modo de pago

El modo de pago, es un factor que se debe considerar al momento en que los concesionarios de servicios de alimentación cancelan las compras realizadas en la plataforma.

Al ser un pago electrónico o una transferencia, es un proceso definitivo para concretar la compra, por lo que se quiso preguntar lo siguiente: *¿Cuál es el modo de pago que implementa en la actualidad?*

La respuesta a la interrogante fue “Actualmente se realizan los cobros de las facturas por la vía de la aplicación por deducción de planilla, esto bajo el sistema que tiene la ORH de la Universidad.”

Esta información es rescatable, ya que evidencia la implementación de un sistema de cobro que es propio de la Universidad de Costa Rica y no mediante los medios ya citados.

4.2.4. Recepción de productos a los proveedores

La recepción de productos a los proveedores es un proceso elemental en *Agroferia: Sodas*, ya que es cuando los proveedores entregan sus productos y estos son aprobados o no de acuerdo con su calidad para luego ser entregados a los demandantes.

Los recursos tanto físicos como personal son factores a considerar, y son parte del todo el proceso, iniciando desde la oferta de los productos en la plataforma web y finalizando con la entrega de los productos a los concesionario.

Por ende, se realizaron las siguientes interrogantes para conocer la realidad actual del proyecto.

¿Cuenta con la infraestructura y los recursos (cajas, personal, entre otros) adecuados para la recepción de productos? La respuesta obtenida es “Se cuenta

con algunos de esos recursos pero de manera insuficiente, principalmente en el caso de personal de apoyo. Lo anterior inclusive para el nivel actual de operaciones particularmente en el caso de contar con infraestructura adecuada para recibir a los participantes que ofertan productos por el sistema.”

¿ Tiene disposición de personal para laborar de lunes a viernes en diversos horarios según la función que le corresponda? A lo que el coordinador del proyecto comentó “En este momento no, la disponibilidad de personal se circunscribe básicamente a los viernes solamente.”

Para finalizar, se preguntó sobre la existencia de un cuarto frío o bodega, ya que esta infraestructura es un pilar para *Agroferia: Sodas*. Por tanto, la pregunta formulada fue: *¿ Existe un cuarto frío y bodega para almacenar los productos que lo requieran?* Y su respuesta fue: “A la fecha no se cuenta con esos recursos para el proyecto.”

De acuerdo con la información obtenida, se detecta una carencia de recursos físicos como personal. No cuenta con una infraestructura (bodega o cámara frigorífica) con las condiciones necesarias para asegurar y preservar la calidad del producto, tampoco para el acopio del mismo y es insuficiente material para almacenar los productos agroalimentarios.

4.2.5. Distribución y entrega de productos

La entrega y distribución de productos es la última etapa del proceso, donde además se tienen que alistar los pedidos antes de realizar la entrega. Es por esto que se elaboraron las siguientes preguntas: *¿ El proyecto posee vehículo especial para transportar productos que necesiten de una cámara de frío para preservar la calidad del producto?* La respuesta del coordinador fue: “A la fecha no se dispone de un vehículo con esas características.”

También se preguntó: *¿ Tiene disposición de personal para laborar en estas funciones de lunes a viernes?* Y la réplica fue: “Solamente los días viernes en este momento.”

La inocuidad de los productos ofertados es un aspecto que no se puede olvidar, por tal motivo se preguntó: *¿Cuenta con un sitio inocuo y que cumpla con normas de calidad para alistar los productos?* Y la respuesta fue: “En este momento no se cuenta con un sitio que reúna esas condiciones indicadas de inocuidad principalmente.”

De acuerdo a las respuestas obtenidas se identifica, nuevamente, una falta de recursos para cumplir adecuadamente con la distribución y entrega de los productos a los concesionarios y tampoco un sitio donde se puede organizar los pedidos previos a su distribución.

4.3. Consideraciones finales

Al aplicar *La Guía de Viabilidad* se obtuvieron respuestas, las cuales originaron información importante para determinar que en cada sección hay evidencia que concluye que de acuerdo con los recursos que actualmente labora Agroferia no son los suficientes para iniciar con el desarrollo del proyecto *Agroferia: Sodas*.

Lo anterior establece que el plan piloto o plan de acción no es viable para ser implementado ni siquiera en un solo servicio de alimentación presente en la Sede Rodrigo Facio de la Universidad de Costa Rica.

Para lograr tal viabilidad, el proyecto deberá crear una página web exclusiva para los servicios de alimentación, la cual deberá tener un catálogo de productos bien definido, con fotografías de calidad y una breve descripción de la procedencia, peso unitario, peso total, cantidad total, entre otros aspectos de acuerdo al tipo de producto.

Emplear personal capacitado para las distintas labores diarias tanto en procesos de logística, acopio, distribución, servicio al cliente y página web. La infraestructura, es otro aspecto que deberá Agroferia considerar para lograr la ejecución del proyecto, dado que en la actualidad no hay un lugar o bodega para gestionar el almacenamiento, entrega y acopio de productos, ni tampoco un vehículo que cumpla las necesidades adecuadas para transportar y preservar la calidad de los productos agroalimentarios.

Capítulo 5

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Es evidente el crecimiento del comercio electrónico a nivel mundial y Costa Rica ya está presentando una participación en el mismo, pero desde el sector agroalimentario la intervención es casi mínima, ya que hay pocos autores desarrollando estudios sobre la temática.

Actualmente el sector agroalimentario presenta una problemática respecto al intermediarismo que se desarrolla, donde los productores no reciben un pago equitativo por sus cosechas, mientras el intermediario aumenta sus ganancias.

La Universidad de Costa Rica en la actualidad busca empoderar al productor nacional en conjunto con diversos proyectos que dirigen sus esfuerzos en generar tecnologías, información y propuestas en pro del sector agroalimentario.

En la Universidad de Costa Rica existe un proyecto llamado Agroferia, el cual decidió innovar y demostrarle al productor nacional que existen medios no convencionales para la comercialización, como lo es el comercio electrónico.

Desde la Universidad de Costa Rica no existe una regulación en el cartel de licitación para establecer a quién o quienes los concesionarios deben de comprar los productos agroalimentarios. Por lo tanto, no se tiene un control total sobre la trazabilidad y calidad, pero se identificó que en la licitación se considera aspectos nutricionales como lo son las características de las preparaciones de los alimentos, la composición de la alimentación en los diferentes tiempos de comida, disposiciones sanitarias, manipulación de alimentos, manejo de residuos y desechos sólidos, entre otros.

Se evidencia que los concesionarios de los servicios de alimentación adquieren los productos agroalimentarios únicamente a intermediarios, ocasionando una falta de apoyo al productor nacional.

De acuerdo al perfil de los concesionarios de servicios de alimentación, se determinó que actualmente no implementan el comercio electrónico como medio para adquirir sus productos, sino, lo realizan de la manera tradicional, es decir,

mediante llamada telefónica o mensaje de texto. No obstante, si están familiarizados con utilizar la transferencia bancaria como medio de pago.

Se identificó que las instalaciones actuales de los servicios de alimentación en la Sede Rodrigo Facio no cuentan con los recursos necesarios para almacenar los productos agroalimentarios, por tanto realizan compras diarias o cada día por medio para garantizar la demanda de los mismos.

Las características que buscan los concesionarios en un proveedor de productos agroalimentarios son que sean responsables y puntuales con las entregas de los productos, que oferten un precio justo, frescura, calidad y disponibilidad de productos agroalimentarios, además de un buen servicio.

La mayoría de los concesionarios presentes en el Campus Rodrigo Facio, consideran positivamente la presencia de un solo proveedor para abastecer los productos agroalimentarios, ya que facilitaría la dinámica comercial, de entregas y de pago.

Se identificó que un concesionario de los servicios de alimentación estaría dispuesto a trabajar en conjunto con el plan piloto del proyecto *Agroferia: Sodas*, los restantes comerciantes indicaron que no estarían interesados en participar, ya que consideran complicado el comercio electrónico. Es importante señalar que la persona que mostró interés de participar en un proceso de compra mediante el e-commerce, es un concesionario que no supera los cuarenta años de edad, lo que indica que está familiarizado con el tema, con la tecnología y no teme a los cambios.

El plan piloto de comercio electrónico que se propone en dicho estudio lleva el nombre de *Agroferia: Sodas*, conformado por diversos apartados los cuales se elaboraron considerando las características propias de los servicios de alimentación presentes en la Sede Principal de la Universidad de Costa Rica.

Se evidencia que actualmente el proyecto *Agroferia* tiene una plataforma web desactualizada sin la capacidad de cumplir con los estándares mínimos ya mencionados en el estudio, poco personal para colaborar de lunes a viernes,

tampoco posee un vehículo con las condiciones adecuadas para el transporte del producto y no existe un lugar físico destinado exclusivamente para el proyecto, es decir no hay una bodega, ni un cuarto frío para el acopio y almacenamiento de los productos agroalimentarios. Carece de un espacio para clasificar los pedidos y ni una oficina en la Sede Rodrigo Facio, ya que la existente se encuentra en la Estación Experimental Agrícola Fabio Baudrit Moreno en Alajuela.

Se concluye que de acuerdo con las características, recursos y el perfil que actualmente el proyecto Agroferia manifiesta, no es viable la implementación del plan piloto *Agroferia: Sodas* a un concesionario de un servicio de alimentación en la Sede Rodrigo Facio.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda a la Universidad de Costa Rica, en particular a la Oficina de Servicios Generales, un mayor control respecto a quien o quienes los concesionarios de servicios de alimentación compran los productos agroalimentarios, con el fin de asegurar la inocuidad total de los mismo y no sólo en el momento de la preparación de los alimentos.

Del mismo modo, se considera la posibilidad de establecer en el cartel de licitación la inclusión de los productores agroalimentarios directamente para la compra de los productos. De esta manera la Academia participaría activamente como un actor y ejemplo para las demás instituciones públicas y privadas del país en apoyar e impulsar al sector agroalimentario costarricense.

Se invita a realizar un cambio de domicilio del proyecto Agroferia a la Rodrigo Facio para brindar a los usuarios, tanto los servicios de alimentación como a los actuales clientes, un servicio de calidad y eficaz.

Aplicar el plan piloto *Agroferia: Sodas*, al concesionario que aceptó participar en el proyecto enfocado en comercio electrónico, ya que estará dispuesto y no será impuesto, esto facilitaría la ejecución del plan.

Elaborar un manual de control de calidad de los productos agroalimentarios, el cual será entregado a los productores o emprendedores, de esta manera se estará asegurando la calidad del producto y será una herramienta de obligación para los participantes.

Generar contenido para posicionar el proyecto Agroferia con sus clientes, ya sean los funcionarios o administrativos como los servicios de alimentación. Además, se considera importante la divulgación de información respecto al comercio electrónico en el sector agropecuario para el público en general.

Diseñar contenido visual para informar a la comunidad estudiantil, profesores, administrativos y público en general que visitan los servicios de alimentación, que los productos agroalimentarios que son utilizados para la preparación de los

alimentos de los menú que ofrecen diariamente son de productores o emprendedores nacionales y que a la vez están apoyando al sector agroalimentario del país.

Se recomienda iniciar la vinculación de Agroferia con los servicios de alimentación mediante la oferta semanal de frijoles, ya que es un producto con una larga vida útil y los servicios de alimentación tienen la capacidad para almacenarlos.

Referencias

- Abad, S. (2014). *El Comercio Electrónico 2014*. Online Business School.
- Abdusalam, Z., Akinola, M.O., & Buwanhot, Y.Y. (2008). Problems and prospects of information and communication technologies application in agricultura in Nigeria. *The Information Manager*, 8(1), 7-16.
- Aguilar, J.F. (2015). Requeriments specification for mobile software for e-commerce and its adoption by small organic farmers in Costa Rica. *Journal of Agricultural Informatics*, 6, 39-48. Doi: 10.17700/jai.2015.6.3.202.
- Amor, D. (2000). *La (R)Evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado*. Buenos Aires: Prentice Hall.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Barrantes, G. (2006). *Agricultura campesina, comercialización y sostenibilidad: ¿Cómo hacer compatible estos elementos?*. San José, Costa Rica: UNA-CINPE, WAU-DLV.
- Belca. (2017). *Historia de Belca*. Recuperado de <http://www.belcacr.com/historia>
- Bernal, C. A., Correa, A., Pineda, M. I., Lemus, F., & Muñoz, C. (2013). *Métodos de Investigación Científica*. México: Pearson.
- Chávez, H. (2014). *Alimentos son hasta 630% más caros por intermediarios*. Recuperado de El Financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/alimentos-son-hasta-630-mas-caros-por-intermediarios.html>
- De La Brouyere, J. (2009). *Investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa*. Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Recuperado de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin__exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html

- Gariboldi, G. (1999). *Comercio Electrónico: conceptos y reflexiones básicas*. Buenos Aires: Divulgación INTAL.
- Garza, J. (20 de julio, 2016). Iniciativa de la ONU impulsará comercio electrónico en el país. *La República*. Recuperado de https://www.larepublica.net/noticia/iniciativa_de_la_onu_impulsara_comercio_electronico_en_el_pais/
- Gayá, R. (2015). *El comercio electrónico y la inserción internacional de América Latina y el Caribe*. Recuperado de: <http://www19.iadb.org/intal/conexionintal/2015/10/15/el-comercio-electronico-y-la-insercion-internacional-de-america-latina-y-el-caribe/>
- González, Ó. R. (2011). *Comercio Electrónico*. Madrid, España: Ediciones Anaya Multimedia .
- Gupta, S. (2007). *What is e-marketing? E-marketing is growing faster than other types of media*. Recuperado de <http://www.webseoservice.in>
- Jobodwana, Z. N. (2009). E-commerce and mobile commerce in South Africa: Regulatory Challenges. *Journal of Internacional Commercial Law*, 4(4), 287-298.
- Kienan, B. (2000). *Small Business Solutions E-commerce*. Microsoft Press. Estados Unidos.
- Kumar, A., Kumar, S., & Chauhan, A. (2010). Barriers for e-agriculture un rural areas with special reference to Jhabua District Madhya Pradesh. India. *World Rural Observations*, 2 (1), 61-65.
- López y García. (2015). *Sodas del campus Rodrigo Facio alimentan a 5000 estudiantes al día*. Semanario Universidad. Recuperado de <http://semanariouniversidad.ucr.cr/universitarias/sodas-del-campus-rodrigo-facio-alimentan-a-5-000-estudiantes-cada-dia/>

- Najafabadi, M., Ahmadi, M., & Lashgarara, F. (2014). Identifying requirements of agricultural mobile marketing from experts perception. *Internacional Journal of u- and e- Services, Science and Technology*, 7(1), 113-118.
- Observatorio e-commerce y Transformación Digital. (2016). *El gran libro de comercio electrónico*. Recuperado de <https://play.google.com/books/reader?printsec=frontcover&output=reader&id=oVctDgAAQBAJ&pg=GBS.PT13>
- Oficina de Servicios Generales. (2013). *Servicios de Alimentación*. Recuperado de <http://osg.ucr.ac.cr/index.php/os/2013-01-11-22-33-25/130-servicios-de-alimentacion?tmpl=component&print=1&layout=default&page>
- Organización Mundial del Comercio. (2016). *Comercio electrónico*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm
- Pérez, D. (2012). *Comercio electrónico local es un mercado con gran potencial en Costa Rica*. Recuperado de: <http://www.camtic.org/actualidad-tic/comercio-electronico-local-es-un-mercado-con-gran-potencial-en-costa-rica/>
- Políticas de la Universidad de Costa Rica 2016-2020 "Excelencia e Innovación con Transparencia y Equidad" (2015). *La Gaceta Universitaria No. 13-2015*, 2015, 5, junio. Recuperado de http://www.cu.ucr.ac.cr/uploads/tx_ucruniversitycouncildatabases/normative/politicas_institucionales_2016-2020.pdf
- Reglamento para los Servicios de Alimentación al Público (No. 37308-S) (2012). *La Gaceta, No. 52, 1990, 14, marzo*. Recuperado de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=73436&nValor3=90132&strTipM=TC#up
- Rosen, A. (2000). *The E-commerce Question and Answer Book*. USA: American Management Association.

- Turban, E., King, D., & Lang, J. (2011). *Introduction to Electronic Commerce*. New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Vivekananda, S., & Ismail, R., (2011) E-Commerce framework to improve rural agriculture sector in Cambodia. *Internacional Conference on E-business, Management and Economics*, 25, 287-291.
- Wen, W. (2007). A knowledge-based intelligent electronic commerce systemm for selling agricultural products. *Computers and Electronics in Agriculture*, 57, 33-46.
- Wen, W. (2010). Agriculture e-commerce application mode in China. *School of Economics and Management*. China.
- Zheng, Q., Li, S., Han, Y., Dong, J., Yan, L., & Qin, J. (2009). *Introduction to E-commerce*. China: Springer.

Anexos

ANEXO 1

ENCUESTA A LOS CONCESIONARIOS DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN, SEDE RODRIGO FACIO, UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

La encuesta es una herramienta para desarrollar el Trabajo Final de Graduación (TFG) “*Estudio de viabilidad de la plataforma web Agroferia para ser implementada en un concesionario de servicio de alimentación en la Sede Rodrigo Facio, Universidad de Costa Rica*” en conjunto con el proyecto Agroferia. Le agradecemos su colaboración.

A. Servicio de alimentación: _____

B. Concesionario o persona encargada: _____

C. Productos agropecuarios

C.1. Complete la siguiente información relacionada con los proveedores de productos agropecuarios.

Proveedor	Tipo de proveedor ¹	Frecuencia de compra ²	Modo de pago ³	Tipo de producto ⁴

¹ Productor o intermediario

² Diario, Semanal, Quincenal, Mensual

³ Contado, Crédito, Transferencia electrónica

⁴ Fruta, Vegetales, Hortalizas, Legumbres, Huevos

C.2. ¿Cómo negocia el precio?

() Precio referencia de CENADA () Precio sugerido por el proveedor () Precio negociado entre ambos () Otro ¿Cuál? _____

C.3. ¿Cuál es el horario para recibir la mercadería?

() Mañana () Tarde () Noche

C.4. ¿Cuál sería el horario y día (s) conveniente para recibir la mercadería según su criterio?

C.5. ¿Qué día o días solicita los productos?

() Lunes () Martes () Miércoles () Jueves () Viernes () Sábado () Domingo

C.6. ¿Cuál el horario para solicitar la mercadería?

() Mañana () Tarde () Noche

C.7. ¿Cuál sería el horario y día (s) conveniente para solicitar la mercadería según su criterio?

C.8. ¿Cómo realizan los pedidos con los proveedores?

() Llamada () Mensaje de texto () Correo electrónico () Plataforma por internet

() Otro ¿Cuál? _____

C.9. ¿Consideraría una plataforma electrónica o un app para solicitar los productos agropecuarios?

Si () No ()

¿Por

qué?

C.10. De la siguiente lista, seleccione los productos que compra y las cantidades.

Producto	Cantidad
Aguacate	
Ajo	
Apio	
Banano	
Berenjena	
Brócoli	
Camote	
Carambola	
Café	
Chayote	
Cebolla blanca	
Cebolla morada	
Chile	
Coliflor	
Culantro	
Espárrago	
Espinaca	
Elote	
Fresa	
Guayaba	
Huevos	
Lechuga	
Limón	
Mango	
Manzana	
Mandarina	
Melón	
Melocotón	
Mora	
Naranja	
Papa	
Papaya	
Pepino	
Pera	
Perejil	
Piña	
Plátano	
Rábanos	
Remolacha	
Repollo	
Sandía	
Uchuva	
Uvas	
Yuca	
Vainica	
Zanahoria	

Zuchinni	

C.11. ¿Cuáles productos actualmente puede almacenar y por cuánto tiempo?

Producto	Almacena	Tiempo
Aguacate		
Ajo		
Apio		
Banano		
Berenjena		
Brócoli		
Camote		
Carambola		
Café		
Chayote		
Cebolla blanca		
Cebolla morada		
Chile		
Coliflor		
Culantro		
Espárrago		
Espinaca		
Elote		
Fresa		
Guayaba		
Huevos		
Lechuga		
Limón		
Mango		
Manzana		
Mandarina		
Melón		
Melocotón		
Mora		
Naranja		
Papa		
Papaya		
Pepino		
Pera		
Perejil		
Piña		
Plátano		
Rábanos		
Remolacha		
Repollo		
Sandia		
Uchuva		

Uvas		
Yuca		
Vainica		
Zanahoria		
Zuchinni		

C.12. ¿Compraría productos frescos solamente a productores nacionales?

Si () No ()

¿Por qué? _____

C.13. ¿Consideraría un solo proveedor de productos agropecuarios?

Si () No ()

¿Por qué? _____

C.14. ¿Qué características busca de un proveedor?

C.15. ¿Qué aspectos negativos evita de un proveedor?

ANEXO 2



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Oficina de Suministros

**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

En cumplimiento de lo dispuesto en los artículos N° 7, 8 y 9 de la Ley de la Contratación Administrativa y en los artículos N° 8, 9, 10 y 11 del Reglamento de la Contratación Administrativa.

RESULTANDO

1. Que la Unidad de Adquisiciones, recibe oficio OSG-GSC-147-2017, con las especificaciones técnicas y las condiciones especiales, para iniciar el trámite de la contratación indicada.
1. Que de conformidad con lo que establecen los artículos 7, 8 y 9 de la Ley de Contratación Administrativa y 8, 9, 10 y 11 del Reglamento de Contratación Administrativa, la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales, incluye en la solicitud la Decisión Inicial.

CONSIDERANDO

1. Para realizar la citada contratación no es indispensable disponer de partida presupuestaria alguna por la naturaleza de la contratación.
1. Que tanto cuantitativa como cualitativamente, se cuenta con el recurso humano y la infraestructura administrativa suficiente para verificar el fiel cumplimiento del objeto de la contratación.

POR TANTO

Esta oficina dispone iniciar los trámites utilizando la modalidad de Licitación Pública de conformidad con lo que establece el artículo 41 inciso c) de la Ley de Contratación Administrativa y los artículos 92 inciso c) y 160 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa.

Sabanilla de Montes de Oca el 10 de marzo del 2017.

M.B.A Vanessa Jaubert Pazzani
Jefe, Departamento de Adquisiciones

Ymc. *-



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Oficina de Suministros

LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

La Oficina de Suministros de la Universidad de Costa Rica recibirá propuestas por escrito hasta las 10:00 horas del 07 de abril del 2016, para la contratación indicada.

Los interesados podrán acceder al cartel en la siguiente página de Internet <http://osum.ucr.ac.cr>, módulo contrataciones, Licitaciones Públicas o retirar el cartel en la Oficina de Suministros de la Universidad de Costa Rica, ubicada en Sabanilla de Montes de Oca, de las Instalaciones Deportivas 250 metros al este y 400 metros al norte.

Los interesados en participar, deberán enviar al fax: 2511-5520 o al correo electrónico jalile.munoz@ucr.ac.cr, los datos de la empresa o persona física, número telefónico, fax y el nombre de la persona a quien contactar en caso necesario, el incumplimiento de este requisito exonera a la Unidad de Adquisiciones la no comunicación de prórrogas, modificaciones o aclaraciones al concurso.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

1. OBJETO:

Consiste en contratar una persona física o jurídica que brinde los servicios de alimentación en la Sede Regional de Atlántico.

2. Definición de servicios de alimentación

Establecimiento o local, público o privado con instalaciones permanentes donde se elaboran, manipulan, envasan, almacenan, suministran, sirven, venden, o proveen comidas preparadas para el consumo humano en el mismo local, para llevar o servicio a domicilio (Artículo 2 Decreto N° 37308).

2. Usuarios del servicio: serán usuarios de los servicios: estudiantes de la Universidad de Costa Rica, personal académico, personal administrativo, visitantes y público en general.

3. Horario en que se brindará el Servicio:

- **ALMUERZO:** lunes a sábado, de 11:00 a.m. a las 2:00 p.m.
- **DESAYUNO:** lunes a sábado, de 7:00 a.m. a 10:30 a.m.
- **MERIENDA DE LA TARDE:** lunes a viernes, de 2 pm a 5 pm.
- **CENA:** lunes a Viernes 5 a 7pm de lunes a viernes.

2. Horario en que debe permanecer abierto el local: de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. Los días sábados de 7:00 a.m. a 2:00 p.m. Los mismos podrán variarse de acuerdo con las necesidades de la Universidad, lo cual se informará al concesionario con la debida antelación.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

4. Según las necesidades así lo demanden, la Universidad de Costa Rica aplicará el Artículo 12 y 12 Bis de la Ley de Contratación Administrativa.

7 CANON MENSUAL BASE

- 7.1 Canon: La concesión temporal del local tendrá un canon de $\text{¢}385.000,00$ (trescientos ochenta y cinco mil colones exactos). Este canon es por concepto de pago mensual de la concesión, corresponde a una base mínima razón por la cual la Universidad de Costa Rica no aceptará ofertas menores a dicho monto. Por el contrario, los oferentes podrán ofrecer un monto mayor a la base, este factor “precio del local” se tomará en cuenta en la valoración y ponderación de las ofertas.
- 7.2 Este monto se ajustará de manera anual en un 7% (siete por ciento).
- 7.3 El contratista deberá pagar el precio o canon mensual derivado de esta concesión que le otorga el derecho de prestar los servicios de alimentación en la Sede Regional de Atlántico, en los primeros ocho días hábiles de cada mes y presentar una copia en un plazo no mayor de tres días hábiles a la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales. Los pagos deberán ser mensuales consecutivos, fijos y por adelantado, y se podrán utilizar los siguientes medios:
- Depósitos a realizar: en la Oficina de Administración Financiera de la UCR
 - Transferencia o depósito en la cuenta en colones del Banco Nacional No.100-01-80-000980-6 a nombre de la Universidad de Costa Rica.
- 7.4 Si existieren variaciones circunstanciales en el monto mensual del canon, por las razones que fuesen, esto debe ser autorizado por la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales antes de efectuarse el respectivo pago.
- 7.5 En los casos en que el servicio se brinde en el período de menor actividad (julio, diciembre, enero y febrero) el contratista deberá pagar únicamente el 50% del canon mensual.
- 7.6 Para realizar el cierre del servicio de alimentación o cambio de horario debe solicitar la autorización a la Dirección de la Sede Regional de Atlántico y remitirla a la Sección de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales con un plazo no mayor a 15 días hábiles para su debido proceso. En el caso del cierre total del servicio el contratista deberá solicitar a la Sección mencionada la exoneración del 100% en el pago del canon.
- 7.7 Durante el periodo no lectivo el contratista podrá solicitar una adecuación del ciclo de menú a la Nutricionista de la Sección Gestión de Servicios Contratados, para su debido análisis y aprobación

- 8. REAJUSTE DE LOS PRECIOS DEL PLATO DEL DÍA (desayuno, almuerzo, cena y merienda de la mañana y de la tarde):**



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 8.1. Para cada tiempo de alimentación, se debe establecer un precio para el menú del almuerzo, el desayuno, la cena y merienda de la mañana y de la tarde.
- 8.2. El precio de los alimentos podrá ser revisado de acuerdo con lo estipulado en el artículo 18 de la Ley de Contratación Administrativa y el 31 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, el oferente deberá indicar tal revisión en su oferta.
- 8.3. El precio de los demás alimentos y productos que se vendan en el Centro de Alimentación deben estar acorde a los precios de canasta básica y estar igual o en menor precio con relación del mercado.
- 8.4. Para realizar la revisión de precios se aplicará la fórmula matemática emitida por la Contraloría General de la República, para lo cual es necesario que en la oferta se incluya el **desglose de los elementos que componen el precio**, de tal forma que permita a la Oficina de Suministros revisar en forma ágil y completa las solicitudes de revisiones que se planteen. La estructura porcentual del precio para efectos de revisiones debe incluir los siguientes factores:

Mo = Porcentaje costo mano de obra del precio de cotización

I = Porcentaje de insumos del precio de cotización

GA = Porcentaje de gastos administrativos del precio de cotización

U = Porcentaje de utilidad del precio de cotización. La utilidad mínima aceptada por la Institución es de 10% ya que un porcentaje inferior es considerado como ruinoso.

- 8.5. Partiendo de una estructura de elementos de precios como la anterior, se plantea la siguiente fórmula de reajuste de precios:

$$P_v = P_c \left[M_o \left(\frac{i_{M_o t_v}}{i_{M_o t_c}} \right) + I \left(\frac{i_{I t_v}}{i_{I t_c}} \right) + G_A \left(\frac{i_{G_A t_v}}{i_{G_A t_c}} \right) + U \right]$$



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-00003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

FORMULA DE REVISIONES DE PRECIOS	SIGLAS
Precio Variado	Pv
Precio Cotizado	Pc
% de costo de mano de obra del Pc	Mo
% de costo de insumos del Pc	I
% de costo de gastos administrativo del Pc	GA
% de utilidad del Pc	U
Índice de costo de mano de obra en el momento considerado para la variación	IMOtm
Índice del costo de mano de obra en el momento de la cotización cuando la fórmula se aplica por primera vez y el vigente en la última revisión para posteriores aplicaciones	IMOtc
Índice del costo de insumos en el momento considerado para la variación	II ti
Índice del costo de los insumos en el momento de la cotización cuando la fórmula se aplica por primera vez y el vigente en la última revisión para posteriores aplicaciones	II tc
Índice del costo de gastos administrativos en el momento considerado p/ la variación	I GA tg
Índice del costo de gastos administrativos en el momento de la cotización cuando la fórmula se aplica por primera vez y el vigente en la última revisión para posteriores aplicaciones	I GA tc
P = MO + I + GA + U	

Fuente: Contraloría General de la República. Unidad de Autorización y Aprobación de Reajustes.

- 8.6. En cuanto a la revisión de precios del plato básico ofrecido por el contratista, éste deberá ser aprobado previa y expresamente por la Universidad de Costa Rica, para lo cual deberá presentarse una solicitud escrita a la Unidad de Ejecución Contractual de la Oficina de Suministros para su respectivo análisis y aprobación. Todo de acuerdo con la normativa vigente.
- 8.7. Los precios de los demás productos que se vendan en el servicio de alimentación se podrán controlar y establecer mediante la Sección de Servicios Contratados.
- 8.8. La aplicación del reajuste de precio aprobado será efectivo en concordancia con las fechas establecidas institucionalmente para depósitos de beca socioeconómica.



**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-00003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

- 8.9.** Con respecto a las fuentes de información que se utilizarán para la revisión de precios, el contratista deberá emplear las siguientes fuentes oficiales:
- Mano de Obra: Decreto de Salarios Mínimos elaborado y publicado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, capítulo I, renglón Trabajador Calificado.
 - Insumos: Índice de Precios al Consumidor, rubro Por Grupos, renglón “Alimentos y Bebidas no Alcohólicas”, emitido y publicado por el Banco Central de Costa Rica.
 - Gastos administrativos: Índice de precios al consumidor, renglón general, emitido y publicado por el Banco Central de Costa Rica
- 8.10.** El pago de los servicios públicos como el agua, la electricidad correrán por cuenta de la Universidad de Costa Rica.
- 8.11.** El contratista deberá exhibir en un lugar visible para los usuarios de la soda los precios de los platos que componen cada uno de los tiempos de comida, el precio de las preparaciones por porción y el precio de los demás productos que estarán a la venta.
- 8.12.** El concesionario no podrá utilizar las instalaciones para preparar catering u otros negocios de índole propio, excepto que sea una solicitud de la Universidad y con el aval de la Sección Gestión de Servicios Contratados.

9. PRECIOS DE OTROS PRODUCTOS

- 9.1.** En materia de los precios no regulados por el presente cartel la Sección Gestión de Servicios Contratados podrá realizar sondeos ante las consultas o quejas de los usuarios con el fin de mantener un precio acorde al mercado.
- 9.2.** El precio de los demás alimentos y productos que se vendan en el Servicio de Alimentación deben estar acorde a los precios de canasta básica y estar igual o en menor precio con relación de mercado.
- 9.3.** Los precios de los demás productos que se vendan en el servicio de alimentación se podrá controlar y establecer mediante la Sección Gestión de Servicios Contratados.

10. DISPOSICIONES NUTRICIONALES

10.1. OBJETO

El objetivo de que este cartel contenga las disposiciones nutricionales es el de garantizar a la población universitaria una oferta acorde con las necesidades de alimentación de la misma; y que esta alimentación pueda apoyar los procesos académicos y laborales que se efectúan en la Universidad de Costa Rica.

El oferente deberá incluir en su oferta el menú para el desayuno, almuerzo, merienda de la tarde y cena, de acuerdo con las especificaciones contempladas en este cartel. Cada menú será revisado y avalado por la Nutricionista de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales, previo a la recomendación técnica.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

Durante la ejecución del contrato, si el Concesionario no es Profesional en Nutrición, es obligatorio que cuente con la asesoría de un o una Nutricionista que realice los cambios de menú necesarios, para solicitar el aval a la Sección Gestión de Servicios Contratados, y que verifique al menos una vez al mes, el acatamiento de las disposiciones en materia nutricional del cartel o las que le indique la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.

En caso de remoción del profesional durante la ejecución del Contrato, debe informarlo a la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales de manera inmediata y proveer los datos del Nutricionista que le sustituirá para que sean debidamente corroborados. Además debe mantenerse en el Servicio de Alimentación un registro de las supervisiones realizadas por el o la Nutricionista, con su firma y con los aspectos revisados, mejoras, fechas y otros aspectos relevantes.

10.2. DEFINICIONES

- **Patrón de menú:** es el que indica los componentes que debe tener un tiempo de comida.
- **Ciclo de menú:** es la planeación de los platillos que se brindarán en 2 semanas para el desayuno, 5 semanas para el almuerzo, 2 semanas para la merienda de la tarde y en 5 semanas para la cena.
 - Los platos fuertes del almuerzo no deben repetirse durante el ciclo (ni repetirse en el mismo día un platillo de diferente menú).
 - El componente principal y guarnición del desayuno podrá repetirse máximo 3 veces en una semana, pero la combinación de opciones no puede ser exactamente igual entre un día y otro durante las 2 semanas.
 - En el caso de las meriendas el componente principal de los combos debe variar y ninguno debe ser **exactamente igual**. Por ejemplo: puede repetir el hecho de dar emparedado pero sus ingredientes principales no pueden ser los mismos.
 - Los platos deben cumplir con el patrón de menú indicado. El oferente debe seguir los **formatos indicados** para que le sea más sencillo cumplir con lo solicitado; siempre buscando un adecuado **equilibrio nutricional** entre las diferentes opciones de un menú y entre los diferentes menús.
- **Fritura por inmersión:** es un tipo de cocción en la cual el alimento se sumerge por completo en aceite.
- **Plato vegetariano:** entiéndase por plato vegetariano aquel que no contiene carne de res, pollo, cerdo, atún.

10.3. OTRAS DISPOSICIONES

- 10.3.1.** El contratista deberá elaborar un listado de materia prima y producto listo para vender, con el nombre del proveedor y el contacto del mismo. Este listado debe ser enviado a la nutricionista



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

de la Sección de servicios contratados dentro máximo dos meses después de iniciado el contrato. Así mismo, el listado podrá ser revisado en cualquier momento por la nutricionista de la Sección de Servicios Contratados.

- 10.3.2.** Durante la ejecución del contrato, el contratista tendrá la flexibilidad de solicitar a la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales cambios en el menú con el objetivo de brindar alternativas de acuerdo con las características del usuario del servicio que le permitan la selección de algunos de los componentes de acuerdo a sus gustos y preferencias, **conservando siempre el equilibrio nutricional, calidad e inocuidad de los alimentos y cumpliendo los requisitos cartelarios establecidos.** La propuesta de los cambios debe llevar la debida justificación de los mismos con el fin de ser analizados y avalados por la profesional en Nutrición de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales antes de su ejecución.
- 10.3.3.** En los periodos de vacaciones u otras actividades nacionales o Universitarias se debe brindar el menú avalado, el mismo solo se podrá variar previa solicitud y justificación del contratista a la Sección Gestión de Servicios Contratados y con el aval de la Nutricionista de la Sección mencionada.
- 10.3.4.** La venta de productos, aparte de la barra de servicio, deben ser de características de alimentos rápidos saludables, donde el total de productos a vender (alimentos y bebidas) deben cumplir con la siguiente distribución: el 80% o más deben ser opciones saludables y menos del 20% golosinas (confites, dulces, galletas, helados entre otros). (Para más detalle ver el punto 10.3.8). Las opciones saludables pueden ser por ejemplo batidos de frutas y vegetales, ensaladas y frutas para llevar, emparedados u otras comidas rápidas (que no incluyan excesos de grasas o salsas) y productos empacados que sean modificados en grasas y azúcares y/u otros nutrientes, que se venderán independientes de la barra de distribución.
- 10.3.5.** Si la Universidad lo solicita, el contratista deberá adquirir una máquina dispensadora de alimentos. Los productos que se ofrezcan deberán cumplir con la siguiente distribución: 80% opciones más saludables y menos del 20% opciones menos saludables (para más detalle ver el punto 10.3.8). En caso de dudas sobre dicha distribución deberá hacer las consultas respectivas a la nutricionista de la Sección de Servicios Contratados. El contrato de dicha máquina será exclusivo del concesionario y la empresa proveedora del servicio. Una vez concluido este contrato el contratista deberá coordinar con el proveedor para el retiro de la máquina. El mantenimiento de la máquina, seguridad, cambio de monedas, entre otros detalles serán responsabilidad del concesionario y se exime a la Universidad de Costa Rica de cualquier responsabilidad relacionada con la máquina.
- 10.3.6.** No se permitirá la colocación de propaganda alimenticia, incluyendo afiches, calcomanías, urnas o similares. Por tanto para la colocación de alguna propaganda debe solicitarse el permiso a la Sección de Servicios Contratados para su aprobación.
- 10.3.7.** No se podrán mantener sobrantes de comida. En caso de que se encuentre un sobrante se procederá a eliminarlo de inmediato.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

10.3.8. Con respecto a la venta de alimentos:

- 10.3.8.1. Los productos empacados deben presentar en forma clara en el empaque la fecha de vencimiento. Aquellos productos, como repostería o similares, deben también traer las fechas de vencimiento, o bien, solicitarlas al proveedor; por lo tanto en este caso, deben tener las listas de las fechas de vencimiento en el Servicio de Alimentación y ser del conocimiento del concesionario. No se podrán tener productos vencidos en el establecimiento, deberán desecharse inmediatamente.
- 10.3.9. Del total de alimentos empacados, no más del 50% de los alimentos empacados podrán encontrarse sin etiqueta nutricional
- 10.3.10. El concesionario debe tener totalmente claro cuándo debe desechar un productos. Por lo tanto, para aquellos productos tipo repostería (comprada a un proveedor o elaborada en el servicio de alimentación) se le debe colocar al producto la fecha de vencimiento, sea mediante un sticker, o calcomanía u otro tipo de registro. Esta información se podrá verificar en cualquier momento.
- 10.3.11. Los productos tipo repostería sin empaque individual, deben mantenerse en temperaturas adecuadas según la naturaleza del producto (por ejemplo, aquellos con rellenos que se descomponen fácilmente como queso, pollo, etc deben permanecer en frío).
- 10.3.12. Todos los productos que se encuentren exhibidos para la venta siempre deberán tener un tipo de protección para evitar contaminaciones, no podrán tenerse al aire libre.
- 10.3.13. Queda prohibida la venta de bebidas energéticas (tal y como se definen en el Decreto Ejecutivo N° 36134-S Reglamento RTCR 436:2009 Suplementos a la Dieta, Requisitos de Registro Sanitario, Importación, Des almacenaje, Etiquetado y Verificación del 10 de mayo de 2010 y sus reformas), por las consecuencias a nivel de salud que estas bebidas pueden tener en los seres humanos.
- 10.3.14. Queda prohibida la venta de alimentos preparados con manteca, aceites o margarinas parcialmente hidrogenadas en cuya etiqueta no se indique que estén libres de ácidos grasos trans.
- 10.3.15. Del total de alimentos pre-empacados ofrecidos, no más del 20% podrá presentar por porción de 100 gramos del producto, más de 10 gramos de grasa o más de 20 gramos de azúcar.
- 10.3.16. No más del 20% del total de bebidas o alimentos ofrecidos podrán presentar como primer ingrediente en la etiqueta nutricional: azúcar o azúcares (sirope, tapa de dulce, jarabe de maíz, etc.).
- 10.3.17. El contratista podrá también ofrecer “servicio express” a la comunidad universitaria, siempre y cuando la preparación, el empaque y la distribución sean con fiel apego a las normas de manipulación de alimentos emitidos por la Institución y el Ministerio de Salud. Para ello debe solicitar la autorización a la Sección Gestión de Servicios Contratados.
- 10.3.18. El contratista deberá participar en capacitaciones que se necesiten brindar para abarcar temas de relevancia para los Servicios de alimentación que sean organizadas por la Sección Gestión de Servicios Contratados.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 10.3.19.** El contratista deberá completar los registros o formularios que le solicite la Sección de Servicios Contratados que sean necesarios para mejorar y controlar la calidad de los alimentos y servicio brindado en la soda o comedor.
- 10.3.20.** El contratista se compromete a participar y colaborar en estudios o pruebas que sean necesarias realizar para mejorar la calidad de los alimentos y servicio brindado por el servicio de alimentación. Dichos estudios o pruebas no afectarán a la soda o comedor y será para uso exclusivo de la Universidad de Costa Rica buscando siempre la mejora continua.
- 10.3.21.** La nutricionista de la Sección de servicios contratados podrá realizar un análisis de las características organolépticas de cualquiera de los productos o preparaciones mediante muestreos, encuestas, formularios u otro medio que se considere apropiado para el análisis.
- 10.3.22.** La nutricionista de la Sección de Servicios Contratados podrá solicitar cambios en el menú si se consideran pertinentes.
- 10.3.23.** Se podrán realizar evaluaciones sobre el servicio al cliente mediante encuestas o el medio que se considere más apropiado.

10.4. CARACTERÍSTICAS DE LAS PREPARACIONES

- 10.4.1. La preparación de los alimentos debe ser de preferencia: a la plancha, al vapor o al horno, con el fin de que se utilice menos grasa.** No deben ofrecerse alimentos con exceso de grasa. En el caso de las preparaciones que requieren grasa, ésta no debe ser manteca sino aceite vegetal de uso industrial libre de grasa trans en una cantidad moderada o bien aceite en spray. Además debe limitar en las preparaciones, el uso de alimentos tales como crema dulce, natilla, mantequilla, mayonesa y el exceso de aceite de oliva (el que no debe usarse para cocinar) y modificar las recetas sustituyendo por otros alimentos tales como leche, yogurt, entre otros. Además como máximo se podrán **ofrecer tres frituras por inmersión** en el total de opciones que se brinden durante el día.
- 10.4.2.** Del total de opciones ofrecidas en la barra de servicio, máximo el 30% podrá ser de **pasta hojaldre**.
- 10.4.3.** Idealmente no agregar aderezos ni salsas a las preparaciones, sino que tenerlos disponibles en caso que el usuario guste agregarle. Sin embargo, si el concesionario desea agregar aderezos, salsas, mayonesa, queso crema o salsas como aderezo a una preparación, se debe usar máximo 10 gramos, es decir 2 cucharaditas por porción servida. Si se desea usar margarina o mantequilla no se podrá usar más de 5 gramos por porción servida, es decir una cucharadita.
- 10.4.4.** El contratista debe velar porque las opciones de alimentos que se ofrezcan tengan la menor cantidad de grasas, azúcares y sodio, buscando siempre alimentos de alta calidad nutricional.
- 10.4.5.** El contratista se compromete a garantizar la inocuidad de los aceites y grasas de fritura, así como de los alimentos fritos, mediante las recomendaciones del Ministerio de Salud. Por lo tanto deberá:



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 10.4.5.1. Utilizar únicamente aceites y grasas recomendados para fritura. Algunos aceites no mantienen su calidad bajo las condiciones utilizadas en fritura.
- 10.4.5.2. Filtrar al menos una vez al día el aceite eliminando las partículas sólidas desprendidas de los alimentos fritos.
- 10.4.5.3. Limpiar totalmente el equipo de fritura con regularidad, al menos una vez a la semana. Se debe enjuagar y secar bien después de lavar. La suciedad y los residuos de detergentes y productos de limpieza afectan negativamente la calidad de los aceites y grasas.
- 10.4.5.4. En los momentos que se realiza la limpieza del freidor y se debe almacenar la grasa o aceite, el mismo debe guardarse en recipientes de acero inoxidable cubiertos y a temperatura ambiente mientras se hace la filtración del aceite y la limpieza del equipo. Cuando el aceite se vaya a descartar, mantenerlo en recipientes de plástico.
- 10.4.5.5. Hasta donde el proceso lo permita, escurrir el agua de los alimentos antes de la fritura. Un exceso de vapor provocará que el aceite salte del freidor.
- 10.4.5.6. Evitar el contacto de la grasa o aceite con cobre, bronce o compuestos de cobre o hierro que al ser Pro-oxidantes promoverán la rancidez oxidativa de la grasa. Mantener un nivel adecuado de aceite o grasa en el freidor, siguiendo la recomendación del fabricante.
- 10.4.5.7. No aplicar sal o especias a los productos en el equipo de fritura, pues puede resultar en deterioro de la grasa o aceite.
- 10.4.5.8. La temperatura de fritura depende del tipo y forma del alimento. En términos generales, la temperatura apropiada de fritura es 160 – 190° C, por lo tanto el concesionario se compromete a mantener este rango de temperatura durante las cocciones. Las temperaturas más elevadas provocan oscurecimiento, oxidación, hidrólisis y polimerización. Si la temperatura es muy baja, el tiempo de fritura requerido es muy largo afectando la calidad de los alimentos y se absorbe más grasa o aceite. Para minimizar la disminución en la temperatura es importante no sobrecargar el freidor.
- 10.4.5.9. El concesionario deberá verificar la temperatura durante la fritura, por lo anterior se debe trabajar con freidores que tengan termostato o bien con un termómetro adecuado, que les permite regular las temperaturas de trabajo y prolongar la vida útil del aceite. La vida útil de las grasas y aceites se puede prolongar si en los lapsos de interrupción del proceso de fritura se mantiene la temperatura por debajo de los 120° C. Cuando no están en uso se deben mantener a temperatura ambiente y protegidas de la luz, cubriéndolas adecuadamente. También se debe tapar el freidor cuando no se esté utilizando para prevenir contaminaciones de insectos o roedores.
- 10.4.5.10. Por lo tanto se debe llevar un registro físico donde se incluye: la limpieza del freidor (cada cuánto se realiza); la filtración del aceite, el cambio del aceite, y al menos una toma de temperatura en el día.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

10.4.5.11. Es importante que el concesionario revise frecuentemente:

- Color del aceite: El color de los aceites y grasas utilizadas en frituras se va oscureciendo con el uso, y con el tiempo llega a afectar el producto terminado
- Espuma del aceite: Una formación excesiva de espuma en un aceite durante la fritura que no se disipa ni se dispersa es un indicativo de que el aceite debe ser eliminado o desechado. La espuma puede llegar a ser un peligro para la seguridad del manipulador de alimentos.
- Viscosidad del aceite: Conforme los aceites y/o grasas se van deteriorando durante los procesos de fritura, su viscosidad va aumentando debido a la formación de compuestos de alto peso molecular (polimerización). Se pueden utilizar densímetros o viscosímetros para determinar estos cambios en el producto.

Durante las inspecciones o visitas, la Sección Gestión de Servicios Contratados podrá pedir cualquiera de los registros que le sean necesarios revisar.

10.5. COMPOSICIÓN DE LA ALIMENTACIÓN EN LOS DIFERENTES TIEMPOS DE COMIDA

10.5.1. El almuerzo: es una comida fuerte, es decir, que contiene un alto porcentaje de calorías y nutrientes en relación con el resto de comidas en el día. Se presenta en un plato básico, principal o del día que debe incluir las preparaciones correspondientes al patrón de menú, se debe presentar en un ciclo de menú de 5 semanas. Los platos fuertes no se deben repetir durante las 5 semanas.

10.5.2. Desayuno: tiempo de comida fuerte que complementa al almuerzo. Se debe presentar en un ciclo de menú de 2 semanas

10.5.3. Merienda tarde: es una comida ligera que se hace media tarde y complementa los tiempos fuertes.

10.5.4. Cena: comida fuerte que complementa el almuerzo. Se debe presentar en un ciclo de menú de de 5 semanas.

10.5.5. El contratista no puede variar la composición de los tiempos de comida anteriores sin la autorización expresa, previa y escrita del profesional en Nutrición de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.

10.5.6. En los diferentes tiempos de comida se deberá respetar un patrón de composición de menú nutricionalmente balanceado, el cual a su vez deberá brindar alternativas que permitan la selección de algunos de los componentes de acuerdo a los gustos y preferencias del usuario. Las alternativas ofrecidas deberán mantener siempre el balance nutricional.



**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

10.5.7. El menú debe ofrecer variedad entre los diferentes componentes y opciones del menú. Así mismo debe existir un equilibrio nutricional en el total de productos ofrecidos a lo largo del día.

10.5.8. Todos los platillos deben ser específicos en sus ingredientes (componentes, tipo de carne, tipo de preparación), no se deben colocar nombres ambiguos de las preparaciones.

10.5.9. Se deben colocar las opciones del menú de todos los tiempos de comida, visible al público, donde el mismo pueda informarse y tener conocimiento de las opciones que puede solicitar y lo que éstas incluyen.

10.5.10. DESAYUNO: Para el desayuno el patrón de menú será: **Bebida + componente principal + guarnición + fruta.** Por lo que deberán ofrecerse, diariamente al menos 2 opciones de bebidas (una fría y una caliente), 2 de componente principal, 2 guarniciones harinosas y 2 opciones de fruta. A continuación se detalla la descripción de los componentes. Recordar que es un ciclo de 2 semanas.

➤ **Bebidas:**

-Frías: puede ser fresco, jugos naturales de frutas sin exceso de azúcar, entre otras. En el caso del fresco anotar el nombre del mismo, por ejemplo “Fresco de cas”, y el mismo debe variar diariamente. La opción no se debe repetir durante la semana. El fresco puede ser la misma opción del almuerzo u otro tiempo de comida.

-Calientes: como café, té, chocolate, aguadulce, entre otros. Se pueden ofrecer las mismas bebidas calientes de manera diaria (osea se pueden repetir).

- **Componente principal:** base proteica (por ejemplo huevos, quesos, carnes, leche, entre otros) o harinosas (combinaciones como panqueques, gallo pinto, tostadas, entre otros).
- **Guarniciones harinosas** (por ejemplo, cereales, panes y tortillas, entre otros) **y/ó guarniciones tipo grasas** (por ejemplo margarina, natilla) **y/ó guarniciones dulces** (como por ejemplo mieles, jaleas) o **guarniciones proteicas** (como por ejemplo queso).

Pueden ofrecerse preparaciones donde el componente principal esté combinado con la guarnición, pero **DEBE** indicar cuál ingrediente sería el componente principal y cuál la guarnición. Por ejemplo: **quesadillas de queso**, donde el queso es el componente principal (por ser proteico) y la **tortilla de harina** es la guarnición (ya que es harinosa.) Por lo tanto, el oferente **DEBE** anotar este tipo de detalle si ofrece preparaciones combinadas.

- **Fruta:** detallar el tipo de fruta y no repetir las en días seguidos.

Menú de desayuno							
Opciones	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	
Componente							



**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

Opción 1	principal						
	Guarnición						
Opción 2	Componente principal						
	Guarnición						
Fruta	Fruta 1						
	Fruta 2						
Bebida	Bebida fría						
	Bebida caliente						

10.5.11. MERIENDAS DE LA TARDE: Para la merienda de la **tarde** deberán ofrecerse un menú de 2 semanas donde se ofrezca como **mínimo 2 opciones de combo**, las opciones debe **incluir entre 85 - 100 gr de vegetales no harinosos y / o fruta**. Las opciones ofrecidas deben ser saludables con un adecuado equilibrio nutricional, evitando que los productos lleven elevadas cantidades de grasa (aceite, margarina, mantequilla, mayonesa, como las frituras, o la repostería) en su preparación. No se puede repetir exactamente el mismo combo durante el ciclo. Los combos deben **estar anotados por escrito de manera clara y visible para el consumidor** una vez iniciado el contrato.

10.5.12. Los combos contemplan el siguiente patrón: **componente principal + fruta o ensalada + bebida**.

El componente principal: puede ser base harinosa (como por ejemplo cereal, galletas) o combinación de una base harinosa con productos fuente de proteína (por ejemplo emparedado de carne o gallos).

En el caso de la fruta: detallar el tipo de fruta a brindar (por ejemplo anotar: manzana o banano, etc). Pueden utilizarse las opciones del almuerzo o desayuno. De igual manera, en el caso de la ensalada anotar algún detalle de la misma. Por ejemplo: ensalada verde o ensalada de repollo; entre otros.

Bebida: detallar el tipo de bebida que se brindarán, por ejemplo “Fresco de cas”. En el caso que se brinde un batido de fruta como bebida, debe llevar **siempre** media fruta adicional, para cumplir el patrón de menú. El tipo de fresco no se debe repetir en la semana.

Algunos ejemplo de combo son:

- **Combo 1:** Emparedado (detallar el relleno) + bebida + fruta.



**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

- **Combo 2:** Batido de diferentes frutas + galletas ó barras integrales o similares + ½ porción de frutas.
- **Combo 3:** Gallitos de huevo, queso o carne + ensalada o fruta + bebida.
- **Combo 4:** Especial (tortilla de queso, o burrito, chalupa, prensada o maduro con queso o similares)+ fruta + bebida.
- **Combo 5:** Cereal + leche + fruta.

Menú merienda Tarde						
Compos	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Opción 1						
Opción 2						

10.5.13. ALMUERZO y CENA:

- 10.5.13.1. El menú del almuerzo y la cena deberán establecerse en un ciclo mínimo de 5 semanas cada uno. En el mismo no se podrán repetir las opciones de los platos fuertes. Las ensaladas y guarniciones no deberán repetirse más de dos veces en el ciclo; todo lo anterior con el propósito de brindar mayor variedad a la alimentación que se ofrecerá. Todos los componentes del menú deben estar presentes en el momento de servirse, los mismos nos son excluyentes entre sí.
- 10.5.13.2. El ciclo del menú deberá brindar alternativas de acuerdo a las características de los usuarios, siempre manteniendo un adecuado equilibrio nutricional y deberá tener el aval de un profesional en Nutrición pagado por el contratista. Cada semana del ciclo de menú se presentará con el siguiente formato:

*Almuerzo. Semana N°							
N° Opciones	Composición	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Opción N° 1	Plato fuerte o componente principal						
Opción N° 2	Plato fuerte o componente principal						
Opción No. 3	Plato Vegetariano						
Opción	Acompañamiento *						
Opción	Guarnición						
Opción N° 1	Ensalada						
Opción N° 2	Ensalada						
FRESCOS							
Opción N° 1	Frescos						
Opción N° 2	Frescos						
Opción N° 3	Fresco sin azúcar						



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Oficina de Suministros

**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-00003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

FRUTAS							
Opción N° 1	Fruta						
Opción N° 2	Fruta						
*Arroz y frijoles, y/o puré o pan según sea el caso							

*Anotar el número de semana a la que corresponde.

Cena. Semana N°							
N° Opciones	Composición	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Opción N° 1	Plato fuerte 1						
Opción N° 2	Plato fuerte 2						
Opción	Acompañamiento *						
Opción	Guarnición						
Opción N° 1	Ensalada						
Opción N° 2	Ensalada						
FRESCOS							
Opción N° 1	Frescos						
Opción N° 3	Fresco sin azúcar						
FRUTAS							
Opción N° 1	Fruta						
Opción N° 2	Fruta						
*Arroz y frijoles, y/o puré o pan según sea el caso							

10.5.13.3. El ciclo de menú deberá ser aprobado por la Profesional en Nutrición de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.

10.5.13.4. El menú, se sugiere, revisarse al menos 1 vez por año luego de iniciada la licitación, por parte del concesionario con el objetivo de conocer si es necesario realizar cambios. En caso de que surjan comentarios o quejas por las preparaciones, la Sección de Servicios Contratados podrá solicitar modificación del mismo, con el objetivo de mejorar el servicio.

10.5.13.5. El contratista se compromete a cumplir con el menú avalado por el o la profesional en Nutrición de la Sección de Servicios Contratados y a mantener la información correspondiente al ciclo de menú por escrito en el Servicio de Alimentación para su revisión por parte del profesional en Nutrición de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.

10.5.13.6. El menú debe colocarse en el Servicio de Alimentación en un lugar de fácil acceso y revisión para los trabajadores.

10.5.13.7. En caso que se requiera realizar alguna variación debido a escasez del producto, problemas con el proveedor u otra situación de **fuerza mayor**, siempre deben ser notificados por escrito o en última instancia vía telefónica a la Nutricionista de la Sección Gestión de Servicios Contratados, Oficina de Servicios Generales con la respectiva justificación.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

10.5.13.8. Los ciclos de menú deben ofrecer variedad de alimentos y preparaciones entre sí, buscando siempre un equilibrio nutricional entre sí y a lo largo del día; además brindar la menor cantidad de preparaciones con excesos de grasa y/o azúcar.

10.5.13.9. La composición del almuerzo y la cena será la siguiente:

- a) **Componente principal:** es la preparación que contiene mayor cantidad de proteína.
- Para el almuerzo se deberán ofrecer **como mínimo tres alternativas diarias** de menús de almuerzo, una opción debe ser de res o cerdo (carne roja). Otra opción de carne de pollo, atún, pescado o mariscos (carne blanca); y la tercera opción será vegetariana. Una de las opciones que lleva carne se brindará en trozo (bistec, filete, se admiten fajitas, tortas (sin harina, solo de carne), es decir la carne se ofrece **“sola”, NO va acompañada**, (solo puede ir acompañada por una salsa). La otra preparación será compuesta, es decir la carne va a acompañada o combinada con otros alimentos como por ejemplo vegetales, leguminosas, pasta, arroz o verduras harinosas. Por ejemplo las sopas, chiles rellenos, entre otros. La opción vegetariana será ovolacto, lacto vegetariana o vegana.

Para la cena deberán ser dos opciones, de las cuales pueden ser:

- a) Una en plato compuesto y otra tipo “comida rápida” elaborada de manera saludable
a) Una en plato entero y la otra compuesto

Para la cena, cada opción de cada día, debe contener diferente tipo de carne, o combinar una opción de carne con una opción vegetariana, por lo tanto las combinaciones podrán ser: una de carne roja y otra carne blanca **ó** una carne roja y otra opción vegetariana o sino carne blanca y opción vegetariana. Las preparaciones vegetarianas deben variadas y atractivas.

- a) **Ensaladas:** el concesionario seleccionará una opción para ofrecer la ensalada entre las siguientes dos opciones:

b.1) Para el ciclo de menú de 5 semanas, ofrecer 2 opciones de ensalada diaria a base de al menos tres ingredientes de vegetales NO harinosos.

Máximo **1 vez por semana** puede ofrecer una ensalada de componente harinoso (siempre y cuando el plato fuerte y otros que acompaña no sean principalmente harinosos).

El aderezo y especias (chile, ajo, cebolla, culantro, perejil, albahaca, tomillo, apio, entre otros) para ninguna opción (opción de dos ensaladas o barra de servicio) **no debe incluirse como uno de los ingredientes** y **NO se tomarán como ingrediente**.

Las leguminosas se tomarán como producto harinoso.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

b.2) Ofrecer barra de ensalada en lugar de las 2 opciones de ensalada diarias. La barra de ensalada debe ser en un ciclo de de 2 semanas, en el cual se ofrezca en la barra como mínimo 6 opciones de ingredientes diarios; de los cuales al menos 3 ingredientes deben variar de un día al otro. **NO pueden repetirse** la misma y exacta combinación de ingredientes durante estas dos semanas. Se aceptará que un ingrediente es “diferente” al otro en caso de que se cambie su presentación ó se cambie su preparación (por ejemplo “palmito con limón” y “palmito con culantro y rábano”).

Se puede ofrecer máximo un componente harinoso por día. El usuario podrá seleccionar 3 ingredientes de la barra de ensaladas.

El aderezo y especias (chile, ajo, cebolla, culantro, perejil, albahaca, tomillo, apio, entre otros) para ninguna opción (opción de dos ensaladas o barra de servicio) **no debe incluirse como uno de los ingredientes y NO se tomarán como ingrediente.**

Los aderezos: deben colocarse por aparte para que el comensal lo agregue a su gusto. Esto aplica tanto para la barra de ensaladas como en el caso de ofrecer los dos tipos de ensaladas.

Las leguminosas se tomarán como producto harinoso.

- a) **Acompañamientos:** se refiere al arroz blanco y/o frijoles rojos ó negros, al que no se le adiciona ningún tipo de carne, se deberá ofrecer arroz y frijoles diariamente. En los casos que el componente principal sea con arroz o leguminosas (frijoles, garbanzos, cubaces, lentejas, combinada con alguna carne); se ofrecerá dos porciones a escoger de arroz y/ o frijoles. O bien ofrecer la opción de arroz y frijoles, y adicional puré o pan.
- b) **Guarnición:** la cual será de vegetales NO harinosos. Se pueden brindar guarniciones como tubérculos o raíces, como plátano maduro cocido, puré de papa, entre otros productos harinosos, máximo 1 vez por semana, siempre y cuando, el día que se ofrezca exista un equilibrio nutricional con los demás componentes del menú, para no excederse en la cantidad de harina. La guarnición no debe presentar excesos de grasa, además se deberá variar diariamente y **especificar los componentes** (por ejemplo, no anotar “Vegetales” sino, especificar los que se van a utilizar, por ejemplo: brócoli con zanahoria, entre otros).
- a) **Fresco Natural:** se ofrecerán dos opciones de fresco y otra opción sin azúcar para el almuerzo. Para la cena se pueden ofrecer solamente dos opciones de fresco, de las cuales una debe ser SIN AZÚCAR. En el almuerzo y la cena se debe especificar el tipo de bebida que se brindará.

El azúcar u otra manera de endulzar el fresco deberá estar disponible sin costo adicional como máximo 2 bolsitas (si el usuario quiere una mayor cantidad a dos sobres, se le podrá cobrar adicionalmente). Los frescos naturales se prepararán a base de pulpas de un proveedor registrado con permiso vigente del Ministerio de Salud, para evitar contaminaciones. La leche debe ser pasteurizada y de marca comercial reconocida que contenga el respectivo permiso sanitario del Ministerio de Salud. No se podrán utilizar bebidas y otros alimentos preparados con



**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

pulpas azucaradas y concentrados artificiales que contengan más de 15 gramos de azúcar por cada 250 ml.

- a) **Fruta:** Siempre se deberán ofrecer por lo menos dos alternativas de frutas frescas, éstas deben ser variadas, aprovechando ofrecer fruta de temporada como por ejemplo granadilla, mango pequeño, limón dulce, mandarina, manzana de agua, jocote, mamón, mamón chino, fresas, entre otras. Se deben ofrecer AMBAS opciones de frutas para que el usuario escoja. Debe anotar el tipo de fruta específico que se va a brindar y no ofrecer la misma fruta en días seguidos.

10.6. GRAMATURAS DE ALIMENTOS

Se servirá como mínimo las siguientes gramaturas (las gramaturas son en cocido exceptuando el caso de frutas y ensalada crudas cuyo peso es en crudo. En el caso de sandía y melón el gramaje es sin cascara. En el caso de las ensaladas que deban cocinarse (por ejemplo de caracolitos o similar) el gramaje es en cocido):

GRAMATURAS MÍNIMAS

PRODUCTO	GRAMATURAS MÍNIMAS
Carne en trozo para plato del día	
Bistec o molida (también incluye fajitas, trozos o similar)	120
Chuleta de cerdo	120
Posta cerdo	120
Muslo pollo deshuesado	110
Muslo pollo con hueso	180
Filete de pollo	120
Filete o chuleta pescado	120
Huevos	2
Salchicha	2
Mano de Piedra	120
Carne para platos compuesto o combinados	
Posta cerdo	70
Posta res	70
Pollo (solo carne)	70
Muslitos de Alitas de pollo	218 gr*
Pechuga con piel (peso bruto)	100gr
Salchicha	1 u
PRODUCTO	GRAMATURAS MÍNIMAS
Salchichón	70
Mariscos	50
Atún enlatado	45
Atún fresco	45
Ensaladas	
Ensaladas Verdes	100



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

Ensaladas Compuestas	85 (porcionadora rasa de 4 onz)
Guarniciones Harinosas	
Puré de papa y camote	85gr (porcionadora rasa de 3 onz)
Papa precocida	85gr
Yuca	85gr
Plátano Maduro frito	¼ u
Plátano maduro en almíbar, gloria o parecido	¼ u
Guarniciones a base de vegetales	
Ayote tierno y similares	85 gr (porcionadora rasa de 4 onz)
Crema de vegetales	96 gr (porcionadora rasa de 4 onz)
Picadillos	85 gr (porcionadora rasa de 4 onz)
Frutas enteras	
Papaya y melón	100 gr
Fruta en trozo	
Sandía	120 gr
Piña	100 gr
Frutas picadas	100gr
Manzana, naranja, granadilla, banano, mango pequeño, limón dulce, mandarina, manzana de agua, entre otras.	1 ud (100 gramos)
Jocote, mamón, mamón chino, fresas	5 ud
Platos combinados	
Sopas	450 gr (80 gr de harinosos (4 onz), 85 gr de no harinosos(4 onz), 70 gr de carne y 8 onz de caldo)
Arroz compuesto	200 gr (porcionadora de 8 onz copetona)
Pastas (spaguetti, tornillitos,etc) combinadas	80gr (Porcionadora de 8 onz de pasta y 85 gr porcionadora de 3 onz de salsa)
Picadillos con carnes	180gr (Porcionadora de 6 onz)
Omellete	1.5 huevos con 30 gr de queso o jamón
Almuercitos	200 gr
Canelones (2 unidades)	170gr (2 ud)
Pasteles	170gr (con 70 gr de carne y queso)
Leguminosas compuestas	180gr (Porcionadora de 6 onz)*

PRODUCTO	GRAMATURAS MÍNIMAS
Para el plato principal del plato vegetariano	
Leguminosas (frijoles, lentejas, garbanzos)	½ taza
Huevo	1 ud
Queso	30 gr
Carne de soya	28 gr (cocido) 14 gr (sin hidratar)
Nueces	¼ taza



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

Mantequilla de nueces	2 cdas
Tofu, tempeh	½ tz
Otros	
Gallo pinto	150 gramos
Arroz blanco	115 gr (porcionadora rasa de 6 onz)
Frijoles	90 gr (porcionadora rasa de 3 onz)
Tortilla	2 ud
Tortilla casera	200 gramos
Pan rodajas	2 ud (de 5cm de largo c/u)
Pan Cuadrado	1 ud
Pan bollito	1 ud
Leche	250 gr
Queso en rebanada	1 ud
Relleno emparedados	30 gr
Empanadas todo tipo	90 gr de masa con 40 gr de relleno

- Cuando hay sopas se sirve con arroz y ensalada.
- Si hay picadillos de vegetales harinosos, pasteles y lasagnas con 4 onzas de arroz, 3 onzas de frijoles y ensaladas.
- Las leguminosas se sirven sin frijoles y con 6 onzas de arroz.
- Cuando hay guarnición harinosa el plato fuerte debe contener vegetales no harinosas.
- Se puede dar la opción de servir 120g de pasta (12 onz) con salsa (6 onz) con ensalada de guarnición y fruta. (como plato de carne en el trozo).

- 10.6.1.** Las gramaturas de todos los productos podrán ser verificados en cualquier momento, por la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales, tomando la cantidad de muestras que considere necesarias. Se aceptarán desviaciones máximas en los pesos de productos cárnicos de 15% y de 10% para los demás productos.
- 10.6.2.** Los alimentos que deban mantenerse a temperatura caliente deben estar en más de 57°C y los que se deban estar fríos, deben presentar una temperatura menor a los 5°C. En cualquier momento se podrán verificar estas temperaturas por parte de la Sección de Servicios Contratados.
- 10.6.3.** Adicional a las opciones solicitadas anteriormente, se pueden ofrecer otras opciones a gusto del contratista por ejemplo plato especial, plato de la casa, entre otros, siempre y cuando estas opciones no se excedan en grasas, azúcares y/o harinas.
- 10.6.4.** El contratista deberá tomar una muestra de 55 gramos de cada uno de los productos que ofrezca en la barra de servicio en los diferentes tiempos de comida. Las mismas deben congelarse y guardarse por 72 horas para luego desecharse. Las muestras deben de estar rotuladas con fecha, tiempo de comida y día. Además de tener un espacio disponible para guardarlas. La toma de muestras se debe hacer en las condiciones higiénicas adecuadas y estar disponibles para un análisis en caso de sospecha por algún brote alimentario.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

11. USO DE LAS INSTALACIONES Y ACTIVOS

La Administración dará en calidad de concesión de uso al contratista, las instalaciones del local de la Soda de la Sede Regional de Atlántico y los activos que en ella se encuentren, los cuales estarán bajo custodia y responsabilidad del contratista durante la ejecución del contrato.

11.1. De las Instalaciones:

11.1.1. El contratista queda obligado a no arrendar, subarrendar, ceder, gravar, o de cualquier forma transmitir las instalaciones de la Soda de la Sede Regional de Atlántico, de uso del espacio físico y del servicio que presta. Ante cualquier evidencia del incumplimiento de este artículo, autorizará a la Oficina de Suministros generar la resolución del contrato de marras, previo debido proceso.

11.1.2. El contratista no podrá utilizar el local para una actividad diferente, ajena al objeto de esta contratación.

11.1.3. En cuanto a los días feriados en que permanecerá cerrado el local serán los siguientes:

DÍA	MES	CELEBRACIÓN
1	Enero	Principio de Año
11	Abril	Batalla de Rivas
-	Marzo/Abril	Semana Santa
1	Mayo	Día del Trabajador
25	Julio	Día de la Anexión de Guanacaste
2	Agosto	Día de la Virgen de los Ángeles
15	Agosto	Día de las Madres
15	Setiembre	Día de la Independencia
12	Octubre	Día del Encuentro de Culturas

11.1.4. En todo caso los cierres por días feriados no serán motivo para la disminución del canon que se establezca de acuerdo con el punto No. 8 de las Especificaciones Técnicas de este cartel y sus respectivos incisos.

11.1.5. El contratista podrá realizar cualquier remodelación o adecuación al local para mejorar el ambiente y prestación del servicio, ya sea al inicio o durante la ejecución del contrato. Para ello deberá solicitar autorización previa a la Sección de Servicios Contratados.

11.1.6. Toda mejora del local o inmueble en que incurra el contratista, pasa a ser propiedad de la Institución, de tal manera que, al finalizar el contrato, el contratista no podrá cobrar tales mejoras ni tratar de deshacerlas ocasionando daños a las instalaciones Universitarias.

11.1.7. Cuando el contratista realice adecuaciones de espacio o instale equipos y mobiliario en el local debe tomar en cuenta la seguridad de las personas y las instalaciones, la salud ocupacional de su personal, la gestión de riesgo, la evacuación en caso de emergencias y la no interferencia con



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-00003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

las áreas de proceso previamente definidas y que no dificulten el control de los puntos críticos de los diferentes productos.

11.1.8. Al finalizar el contrato por cualquier causa, el contratista se obliga a devolver a la Universidad de Costa Rica las instalaciones en buenas condiciones. El contratista indemnizará a la Universidad de Costa Rica por cualquier daño que se ocasione a las instalaciones, mediante acción dolosa o culposa.

11.2. De los activos:

11.2.1. El contratista deberá aportar los equipos, mobiliarios, suministros, utensilios y accesorios necesarios para el buen funcionamiento del servicio.

11.2.2. El contratista deberá gestionar y pagar el mantenimiento preventivo y correctivo (reparaciones) de los activos que le son propios.

11.2.3. En el caso de los activos que pertenecen a la Universidad de Costa Rica, el contratista deberá gestionar con la Sección de Servicios Contratados cualquier reparación que requiera, además los mismos deberán utilizarse de acuerdo con las recomendaciones del fabricante para garantizar el buen uso del equipo.

11.2.4. Si se demuestra que la falla o deterioro del equipo de la Universidad que se encuentre en custodia del concesionario es por uso inadecuado o ausencia de limpieza o negligencia la reparación o compra de este equipo correrá por cuenta del contratista.

11.2.5. En cuanto al mantenimiento de todos los equipos, éste deberá ser el adecuado y conforme a las normas y estándares de seguridad, para evitar accidentes que pongan en peligro a sus trabajadores, a los usuarios de los servicios y a las instalaciones universitarias en general.

11.2.6. El contratista está en la obligación de colocar un microondas industrial en el área de consumo para que los estudiantes calienten sus alimentos en forma gratuita, éste deberá ser de tipo industrial adecuado para el uso frecuente. La limpieza del mismo formará parte programa de limpieza, desinfección, mantenimiento preventivo tanto de las instalaciones físicas como del equipo mayor y menor, solicitado en las Disposiciones sobre Limpieza y Desinfección, éste deberá mantenerse siempre limpio y en correcto funcionamiento.

12. USO DE LAS INSTALACIONES PARA REALIZAR ACTIVIDADES INSTITUCIONALES

12.1. La Universidad de Costa Rica podrá utilizar el local del Servicio de Alimentación ubicada en la Sede Regional de Atlántico para realizar actividades oficiales. En caso que se requiera el local para alguna actividad especial, ésta tiene que ser expresamente autorizada por la Sección de Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales quien coordinará con la Unidad solicitante para asegurar que las actividades no contravengan ninguna disposición interna de la Universidad de Costa Rica. La Sección de Gestión de Servicios Contratados comunicará al contratista la utilización del local del Servicio de Alimentación con 8 días hábiles de anticipación, con excepción de las actividades que surjan de emergencia o de la Federación de Estudiantes, para lo cual se comunicará hasta con dos días hábiles de anticipación.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 12.2.** Para las actividades oficiales de la Universidad de Costa Rica que requieran servicio de alimentación, la Institución se reserva el derecho de contratar el catering service al contratista o a cualquier otra persona física o jurídica que se dedique a esta actividad y que la Institución estime pertinente.
- 12.3.** En caso que se contrate empresas externas para brindar los servicios de catering, éstas deberán aportar todos los equipos, menaje, utensilios y accesorios necesarios para la actividad. No se podrá utilizar el equipo, utensilios u otros accesorios del Servicio de Alimentación en concesión, se utilizará vajilla de vidrio o porcelana y en caso de ser desechable se utilizará plástico biodegradable, no se permitirá tampoco el uso de estereofón.
- 12.4.** La Sección de Gestión de Servicios Contratados gestionará de Oficio ante la Oficina de Administración Financiera, el rebajo del canon a pagar de los días hábiles en que se hizo uso del local, previo análisis de los siguientes criterios:
- 12.4.1.** Si el servicio es suspendido en su totalidad para la realización del evento.
- 12.4.2.** Si el contratista es contratado para brindar el servicio de alimentación, no procede el rebajo.
- 12.4.3.** Si la actividad se realiza en horas de la mañana y hasta las 2 p.m. o más horas se exonera el pago de todo el día.
- 12.4.4.** Si la actividad se realiza después de las 2 p.m. se exonera solo medio día.
- 12.4.5.** Si solo se necesita una parte del salón o la reservación de algunas mesas pero el servicio no es suspendido, no procede el rebajo.
- 12.5.** Para el rebajo respectivo se aplicará la siguiente fórmula matemática. Todo en cumplimiento del Principio del equilibrio de la ecuación financiera:

$$\text{Fórmula} = \text{Monto del canon mensual} - [(\text{monto del canon mensual} / \text{los días hábiles del mes}) * \text{días solicitados por la Universidad de Costa Rica}]$$



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

13. DISPOSICIONES EN CUANTO A LOS TRABAJADORES CONTRATADOS POR EL ADJUDICATARIO

- 13.1.** Los trabajadores contratados por el contratista para prestar el servicio no tendrán en lo absoluto ninguna relación laboral ni contractual con la Universidad de Costa Rica, por tanto, todos los salarios, cargas sociales, beneficios y garantías sociales regulados por Ley deberán ser pagados puntualmente por el contratista, en un todo con el ordenamiento jurídico nacional.
- 13.2.** El personal contratado por el contratista, deberá tener claramente definidas sus funciones en: compra, recepción, almacenamiento, preparación, distribución, venta, lavado y desinfección de loza negra, equipo y utensilios de cocina.
- 13.3.** Los trabajadores deben presentarse en buen estado de salud, sobriedad, higiene y presentación personal, no deben realizar daños a los activos o las instalaciones de la Universidad de Costa Rica.
- 13.4.** Es obligación del personal del servicio de alimentación – sin excepción – usar siempre el uniforme completo, el cual debe estar en perfectas condiciones de orden y aseo.
- 13.5.** En cuanto a la higiene personal, se exigirá que los trabajadores mantengan todo el cabello dentro de la redecilla, deberán llevar las uñas cortas, limpias y sin esmalte.
- 13.6.** Las mujeres no podrán usar maquillaje y los hombres deben estar afeitados o en caso contrario utilizar cubre bocas.
- 13.7.** No se permitirá el uso de alhajas, reloj ni cualquier objeto, en el personal que prepara, manipula y sirve alimentos.
- 13.8.** Se prohíbe terminantemente, fumar (de conformidad con lo establecido en el artículo 5 de la ley 9028), mascar chicle o comer dentro del área de producción y despacho de alimentos.
- 13.9.** Los cajeros contratados por el contratista, tendrán la obligación de entregar el ticket o comprobante de caja a cada cliente después de realizar cualquier tipo de compra. Lo anterior será verificado en las inspecciones y evaluaciones.
- 13.10.** Queda terminantemente prohibido que los cajeros sirvan o manipulen alimentos no empacados.
- 13.11.** Los trabajadores deberán mantener un comportamiento adecuado de respeto al personal administrativo, docente, estudiantes y público en general. Si existiere un caso comprobado de irrespeto al cliente, la Universidad de Costa Rica tendrá la potestad de solicitar el cambio de inmediato del o los trabajadores que incumplan con este punto.

14. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

- 14.1.** El Contratista pondrá a disposición datáfonos para que los usuarios puedan hacer pagos mediante tarjeta y no podrá incluir el costo de la comisión en el precio del producto.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 14.2.** El contratista presentará a la Sección de Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales en los meses de abril, agosto y diciembre de cada año la planilla para verificar que el patrono está al día con la Caja Costarricense del Seguro Social.
- 14.3.** El contratista deberá cubrir a sus trabajadores con una póliza de riesgos del trabajo, de acuerdo con lo estipulado en la Ley N° 6727 y presentar fotocopia de la póliza en los meses abril, agosto y diciembre a la Sección de Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.
- 14.4.** El contratista deberá tener en el local expedientes completos de sus trabajadores (incluir al menos copia de la cédula de identidad del colaborador, copia del certificado de curso de manipulación de alimentos, copia del carnet de manipulación de alimentos, copia del certificado del curso manejo de extintores y facilitarlos cuando así lo requiera la Sección de Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales para revisar los cumplimientos contractuales.
- 14.5.** El contratista colaborará con estudios y prácticas académicas que pueda realizar la misma Universidad de Costa Rica, que tengan visto bueno de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.
- 14.6.** El contratista y su personal deberán atender la aplicación de las normas vigentes de la Universidad de Costa Rica, en especial las que se relacionan con la prevención y la erradicación del hostigamiento sexual; y todas las normas vigentes del ordenamiento jurídico nacional en lo aplicable al servicio en especial el Reglamento de Servicios de Alimentación al Público, Ley General de Salud, Ley N° 7600 Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, la Ley N°8839, la Ley de Riesgos del Trabajo y su Reglamento, entre otras.
- 14.7.** El contratista deberá suministrar a su personal, un uniforme completo de color blanco o claro, el cual deberá ser aprobado por el Salubrista Ambiental de la Sección Gestión de Servicios Contratados previo a su uso o a cualquier modificación, el mismo deberá estar constituido por:

Mujeres:

- a) Redecilla que cubra todo el cabello.
- a) Gabacha de color blanco o claro.
- b) Pantalón preferiblemente blanco o color claro
- c) Delantal de color blanco o claro de tela para el despacho.
- d) Delantal impermeable, para los trabajadores que desempeñan labores de recepción, almacenamiento, preparación, lavado y desinfección.
- e) Zapatos cerrados, con suela antideslizante e impermeables (Por tanto no se permitirá el uso de sandalias, zapatos de tela o similar, con el talón al descubierto).
- f) Guantes para quienes manipulan y sirven alimentos.

Hombres

- a) Redecilla que cubra todo el cabello.
- a) Gabacha de color blanco
- b) Pantalón preferiblemente blanco o color claro
- c) Delantal de color blanco o claro, de tela para el despacho.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- d) Delantal impermeable, para los trabajadores que desempeñan labores de recepción, almacenamiento, preparación, lavado y desinfección.
- e) Zapatos cerrados con suela antideslizante e impermeables (Por tanto no se permitirá el uso de sandalias, zapatos de tela o similar, con el talón al descubierto).
- f) Guantes para quienes manipulan y sirven alimentos.

14.8. El concesionario podrá variar algún aspecto del protocolo del uniforme mediante consulta al profesional en Salud Ambiental vía solicitud escrita a la Jefatura de la Sección Gestión de Servicios Contratados.

14.9. En caso de que cualquier persona debidamente autorizada (como por ejemplo proveedores) ingrese a las áreas de producción, también debe usar la indumentaria adecuada.

14.10. Para garantizar una calidad óptima en la prestación de los servicios, el contratista o en dado caso el administrador permanecerá en el Servicio de Alimentación durante todo el horario de servicio establecido para esta contratación.

14.11. En caso de que el concesionario nombre un administrador, éste debe ser preferiblemente un Profesional en Nutrición, en caso contrario una persona con amplias potestades y poder de decisión, así como conocimientos técnicos culinarios y de administración. Al respecto, cabe agregar que la responsabilidad contractual ante la Universidad de Costa Rica siempre será del contratista y no del administrador (a). Debe enviar por escrito a la Sección Gestión de Servicios Contratados una carta donde informe el nombre de la persona a cargo y dándole potestad y poder para asumir la responsabilidad del Servicio de Alimentación en los momentos en que el Concesionario no se encuentre en el local.

14.12. Queda totalmente prohibida la venta, distribución, propaganda y consumo de cigarrillos y licores dentro de las instalaciones. El contratista deberá exhibir un rótulo en lugar visible de la Soda, con la prohibición indicada y mantener estricta vigilancia sobre el cumplimiento de esta disposición.

14.13. El contratista deberá respetar las normas y disposiciones de seguridad y acceso vehicular de la Universidad de Costa Rica. Al campus universitario únicamente podrán ingresar camiones de hasta dos y media toneladas, lo anterior, por la seguridad de las personas y para proteger los bienes, los sistemas de control de acceso vehicular institucionales, las calles e infraestructura en general de la Institución.

14.14. El contratista no podrá abandonar el servicio sin causa o sin justificación ante la Sección de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.

15. DISPOSICIONES SOBRE PERMISOS

El adjudicatario debe gestionar la Patente ante la Municipalidad respectiva y el Permiso Sanitario de Funcionamiento ante el Ministerio de Salud. Posteriormente, debe presentar copia a la



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales de la Universidad de Costa Rica; además debe permanecer de manera visible en el local.

16. DISPOSICIONES SOBRE SALUD AMBIENTAL

16.1. OBJETO:

Con el fin de prevenir el riesgo de contaminación de los alimentos y la afectación a la salud de los usuarios, así como disminuir el impacto negativo de los aspectos ambientales, se han establecido procedimientos y técnicas de limpieza, desinfección y saneamiento, basados en buenas prácticas de manipulación y manufactura de alimentos, legislación y normativa nacional con el fin de mantener la inocuidad de las instalaciones, equipos y utensilios, estandarizar procesos, identificar plagas y manejar adecuadamente los residuos y desechos producidos.

16.2. DISPOSICIONES SANITARIAS Y DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

16.2.1. Al elaborar y manipular alimentos se deberá cumplir a cabalidad con las disposiciones legales y reglamentarias vigentes que rigen los aspectos relacionados con la salubridad, con especial apego a las normas de higiene de la Ley General de Salud y su Reglamento, así como el Reglamento de los Servicios de Alimentación al Público.

16.2.2. El contratista desde el inicio del contrato a su personal en el manejo de los equipos, las normas de higiene y procedimientos de limpieza, de seguridad, manipulación de alimentos, manejo de residuos sólidos, uso racional del agua y electricidad, servicio al cliente. Los documentos probatorios de dichas capacitaciones deberán estar en el expediente que se encuentra en el local, para su respectiva revisión.

16.2.3. La Universidad de Costa Rica por medio de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales se reservan el derecho de efectuar y solicitar análisis microbiológicos a la materia prima, productos terminados, superficies o accesorios de trabajo, manos de los manipuladores, entre otros, con el fin de verificar la calidad e higiene de los alimentos.

16.2.4. Todos los productos (materia prima y productos finales) que se expenden y se adquieren en la soda, deben contar con permiso sanitario del Ministerio de Salud, de lo contrario serán retirados.

16.2.5. Se prohíbe el uso de quesos y leche que no sean pasteurizados, para ello contarán con su debido registro sanitario.

16.2.6. Se prohíbe terminantemente, fumar (de conformidad con lo establecido en el Artículo 1 del Decreto 18216-S-TSS y el Artículo 5 de la Ley N° 9028), mascar chicle o comer dentro del área de producción y despacho de alimentos. El contratista será



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

responsable del cumplimiento de la prohibición y la exhibición de rotulación pertinente en el área de producción y de consumo.

- 16.2.7.** El equipo de la soda (refrigerador, congeladores, campana, cocina, etc.) deberá estar siempre limpio, ordenado y funcionando en excelentes condiciones.
- 16.2.8.** Se debe mantener un registro diario de las temperaturas de los equipos fríos y calientes para corroborar su buen funcionamiento y la adecuada conservación de los alimentos. En caso de detectarse fallas el contratista tomará las medidas necesarias para corregirlas, si estas impiden el funcionamiento normal del servicio deberá notificarse a la Sección Gestión de Servicios Contratados.
- 16.2.9.** El personal debe lavarse las manos con agua, jabón y cepillo de uñas (el cual debe estar en disolución de cloro), toda vez que ha utilizado el servicio sanitario, deba preparar, manipular, servir los alimentos o cambie de actividad.
- 16.2.10.** Queda terminantemente prohibido que los cajeros sirvan o manipulen alimentos no empacados.
- 16.2.11.** La persona que despache alimentos que no tengan empaque debe utilizar guantes desechables y cambiarse los guantes cada hora, cuando se le hayan ensuciado o cuando realice otra tarea
- 16.2.12.** Los lavatorios instalados en la soda-comedor, deberán mantenerse con suficiente agua, jabón líquido y papel toalla o una máquina de secado de manos, así como en perfecto estado de limpieza, de igual manera los servicios sanitarios.
- 16.2.13.** No se permitirán mesas de trabajo o cualquier superficie de madera, únicamente de acero inoxidable, el cual deberá mantener un adecuado estado de limpieza.
- 16.2.14.** No se deberá utilizar hielo, a menos que se garanticen perfectas condiciones higiénicas en su preparación, distribución, manipulación y servicio.
- 16.2.15.** Las frutas y verduras deben lavarse con abundante agua, luego, hay que dejarlas en una solución de hipoclorito de sodio al 3%, por espacio de 15 minutos.
- 16.2.16.** El contratista o administrador deberá velar porque el agua caliente de los baños maría esté siempre en contacto con las bandejas con los alimentos, para garantizar la temperatura idónea.
- 16.2.17.** En caso de ser necesario, las ventanas estarán provistas de protección contra insectos u otros animales, el sistema de protección seleccionado debe desmontarse fácilmente para El su limpieza y buena conservación.
- 16.2.18.** La iluminación podrá ser natural o artificial, esta iluminación no dará lugar a la alteración de la percepción de los colores en los alimentos. Las fuentes lumínicas deben resguardarse con protectores que eviten la contaminación del producto en caso de rotura.



**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

16.3. GESTIÓN DEL RIESGO, MANTENIMIENTO Y USO RACIONAL ENERGÉTICO.

- 16.3.1.** En caso que la Sede Regional del Atlántico no cuente con un Plan de Emergencia que incorpore al Servicio de Alimentación el concesionario deberá asesorarse y mantener un plan de evacuación en caso de emergencia; y debe dárselo a conocer a sus trabajadores. Además, deberá mantener dicho plan en un lugar visible. Este plan será elaborado por el profesional indicado y deberá presentarse una única vez después de los primeros cuatro meses de iniciado el contrato para su aprobación por el Salubrista Ambiental de la Sección Gestión de Servicios Contratados.
- 16.3.2.** La señalización de los riesgos, rutas de evacuación y el plan de emergencia deberá cumplir las especificaciones de la normativa nacional vigente y será aplicada en las áreas de personal y de consumo.
- 16.3.3.** El contratista debe mantener en las instalaciones del Servicio de Alimentación, un botiquín de primeros auxilios, según dicta la Ley de Riesgos del Trabajo y el Reglamento General de Seguridad e Higiene de Trabajo; como mínimo se contará con: apósitos de gasa estéril, esparadrapo, curitas, algodón absorbente, antiséptico de uso externo, tabletas analgésicas, tijeras, solución oftálmica, alcohol comercial u agua oxigenada, vendas elásticas, termómetro oral, guantes de látex y manual o instructivo de primeros auxilios.
- 16.3.4.** El contratista tendrá disponibles la cantidad de extintores de acuerdo con el tamaño de la soda (uno por cada 25 metros cuadrados). Los mismos serán del tipo adecuado para la actividad y deben mantenerse en buenas condiciones, recargados y ubicados, según lo que indica el **Reglamento RTCR 226:1997: Extintores Portátiles contra el Fuego, Decreto N°25986-MEIC-MTSS.**
- 16.3.5.** El contratista capacitará al inicio de la concesión a parte de su personal o cuando exista cambio del mismo en el uso de los extintores, de manera que al menos exista como mínimo dos colaboradores capacitados en cada horario de trabajo del Servicio de Alimentación. Deberá enviarse copia de la certificación de dicha capacitación a la Sección Gestión de Servicios Contratados.
- 16.3.6.** El profesional en Salud Ambiental de la Sección Gestión de Servicios Contratados verificará el cumplimiento de los requisitos en el tema de extintores por medio de las inspecciones al Servicio de Alimentación.
- 16.3.7.** En caso de utilizar gas licuado de petróleo (GLP) este deberá instalarse en un espacio ventilado, fuera del área de preparación de alimentos, lejos de peligro a la manipulación, calor o explosión. Deben mantenerse en buenas condiciones de operación las tuberías o mangueras, llaves de salida de los cilindros y de la cocina.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 16.3.8.** Todo cilindro deberá contar con las medidas de seguridad pertinentes y deberá contar con una bitácora donde se anote el mantenimiento correctivo y preventivo de las instalaciones de gas del Servicio de Alimentación de forma periódica.
- 16.3.9.** Si fueran necesarias nuevas instalaciones o modificaciones a las tuberías de gas ésta modificación debe contar con el aval de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.
- 16.3.10.** El contratista velará por el cumplimiento de las medidas necesarias de seguridad de las instalaciones eléctricas y el buen estado de los artefactos que funcionen por alimentación de las mismas.
- 16.3.11.** Cuando el contratista realice adecuaciones de espacio o instale equipos y mobiliario en el local debe tomar en cuenta la seguridad de las personas y las instalaciones, la salud ocupacional de su personal, la gestión de riesgo, la evacuación en caso de emergencias y la no interferencia con las áreas de proceso y que no dificulten el control de los puntos críticos de los diferentes productos.
- 16.3.12.** No se permite el almacenamiento de objetos de ninguna índole fuera de las instalaciones o en los alrededores del local, que de una u otra manera deterioren la estética, orden, limpieza, seguridad o que causen riesgo.
- 16.3.13.** El contratista fumigará el local por lo menos **dos veces** al año (preferiblemente antes de iniciar cada semestre) el Servicio de Alimentación. Deberán notificarse la fecha de su realización y los productos a utilizar para este efecto y sus calidades, y disponer del certificado de fumigación. Estos aspectos se verificarán por el Salubrista Ambiental de la Sección Gestión de Servicios Contratados en las inspecciones de campo.

16.4. DISPOSICIONES SOBRE ALMACENAMIENTO

- 16.4.1.** Todos los productos deben almacenarse, debidamente tapados y el contratista será responsable de darles debida rotación, para garantizar su calidad.
- 16.4.2.** La bodega de materias primas y productos secos, debe organizarse de manera tal, que cada producto se coloque en un lugar de la estantería previamente asignado y rotulado, además de evitar contaminaciones.
- 16.4.3.** Ninguna materia prima puede estar descubierta, a menos de 15 centímetros sobre el suelo o superficies de madera.
- 16.4.4.** El piso de la bodega debe permanecer limpio y seco. De la misma manera deberá mantenerse aislada correctamente de vectores y cualquier tipo de contaminación. La bodega además deberá contar con un correcto suministro de aire.
- 16.4.5.** No se deben guardar sobrantes de alimentos de un día para otro.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 16.4.6.** Materia prima y productos empacados, se verificarán sus respectivas fechas de vencimiento, y cualquier cambio en sus propiedades organolépticas (olor, color, sabor), serán retirados de inmediato.
- 16.4.7.** Los productos lácteos, derivados y similares, se verificarán sus respectivas fechas de vencimiento y cualquiera que no se encuentre vigente, será retirado de inmediato.
- 16.4.8.** Las cámaras de refrigeración, congelación y sus compartimientos, deben estar limpios, ordenados y rotulados según los alimentos que contengan.

1.1. DISPOSICIONES EN CUANTO AL MANEJO DE RESIDUOS Y DESECHOS SÓLIDOS

- 16.4.9.** Será responsabilidad del contratista y del personal contratado respetar y cumplir con los lineamientos, normas, políticas, directrices y cualquier otra indicación que se dicte como parte de los lineamientos institucionales en materia del manejo de los residuos sólidos.
- 16.4.10.** Es responsabilidad del contratista y de su personal realizar la segregación de los residuos y desechos sólidos generados dentro del establecimiento, tanto en el área de preparación de comidas como en el área de consumo de alimentos.
- 16.4.11.** Los residuos de alimentos deben depositarse en bolsas plásticas oscuras y resistentes dentro de recipientes tapados, los cuales no deben permanecer dentro del área de preparación de alimentos.
- 16.4.12.** Debe destinarse un lugar o recinto para el depósito temporal de los recipientes con residuos sólidos, con capacidad suficiente para albergar el volumen generado. Debe disponerse de manera que impida el acceso de plagas y evite la contaminación al entorno.
- 16.4.13.** En el área de lavado y procesamiento podrá existir recipientes limpios, con bolsa plástica oscura y resistente para depositar cáscaras y otros residuos típicos del proceso.
- 16.4.14.** Todos los residuos sólidos que provengan de la actividad comercial, de la preparación y consumo de alimentos serán clasificados en tres categorías: residuos biodegradables (cáscaras, restos de comida, etc.), residuos no aprovechables (no reciclables, mal llamados “basura”) y los residuos reciclables (papel, cartón, vidrio y envases de plástico, tetrabrik y aluminio).

Se entenderá como:

- a) **Residuos biodegradables:** Aquellos que a una humedad mayor de 55 % y a una temperatura superior son objetos de biodegradación microbiológica en un plazo de al menos seis semanas. Ejemplo de estos residuos son: residuos de alimentos preparados, residuos de cáscaras y demás similares generados durante la producción del alimento.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- b) **Residuos reciclables:** Aquellos que pueden ser valorizados y sometidos a un proceso de transformación para convertirse en un nuevo producto. Comprenden cuatro grupos: papel / cartón, vidrio, plásticos y aluminio. Algunos ejemplos son: botellas de bebidas de PET, bolsas de polietileno, envases de vidrio, papel de oficina limpio, periódico, guías telefónicas, envases de aluminio, cajas de cartón en el que vienen empacados materiales y todo aquel que se agregue a esta lista mediante comunicación escrita.
- c) **Residuos no aprovechables o no reciclables:** Aquellos productos que no pueden ser reutilizados o sometidos a una transformación para convertirse en un nuevo producto. Ejemplo de ellos son: servilletas con residuos de alimentos, plásticos sucios y cartón con residuos de aceite, húmedo o sucio, todo aquel que se agregue a esta lista mediante comunicación escrita.

16.4.15. Los residuos clasificados serán depositados en los lugares de almacenamiento intermedio o entregados a las personas autorizadas por la Universidad de Costa Rica o donde se tenga dispuesto por las autoridades de la Sede Regional de Atlántico.

16.4.16. En el área de cocina y procesamiento de alimentos se tiene que contar con todos los recipientes que sean necesarios.

16.4.17. Se debe tener recipientes o basureros de pedal y tener bolsa, de tal forma que el trabajador y el usuario no toquen con sus manos el basurero. Estos basureros deben lavarse y desinfectarse con regularidad, al menos dos veces por semana o la cantidad de veces que sea necesario para asegurar su limpieza y buen aspecto.

16.4.18. Cada local debe exponer sobre los recipientes de residuos, un rótulo o imagen donde se explica el tipo de materiales que deben ser depositados en cada recipiente. El rótulo debe tener mínimo el tamaño carta.

16.4.19. Los colores de los rótulos a colocar en los recipientes será determinado por la normativa universitaria vigente o la que defina la Sección Gestión de Servicios Contratados.

16.5. DISPOSICIONES SOBRE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

16.5.1. Los lavatorios instalados en el Servicio de Alimentación, deberán mantenerse con suficiente agua, jabón líquido y papel toalla o una máquina de secado de manos, así como en perfecto estado de limpieza, de igual manera los servicios sanitarios.

16.5.2. Los trabajadores deberán utilizar limpiadores color blanco, limpios y se mantendrán en solución de cloro previo a su lavado, éstos no deberán permanecer sucios o en contacto con superficies que puedan contaminarlos, sin embargo es preferible la utilización de toallas de papel desechable.

16.5.3. El contratista deberá cumplir con la limpieza adecuada de todas las áreas del local, para lo cual deberá tener por escrito un Programa de Limpieza, Desinfección, Mantenimiento Preventivo tanto



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

de las Instalaciones Físicas como del Equipo. Dicho programa podrá ser solicitado por el Salubrista Ambiental de la Sección Gestión de Servicios Contratados para su revisión.

El Programa de Higiene y Desinfección debe contemplar el artículo 60 del Reglamento de los Servicios de Alimentación al Público, Decreto N°37308-S que menciona que:

- a) Las superficies de las áreas de trabajo, los equipos y utensilios, deben limpiarse y desinfectarse cuantas veces sea necesario, tomando las precauciones adecuadas para que los detergentes y desinfectantes utilizados no contaminen los alimentos.
- b) Para el secado de superficies y equipos se podrá utilizar toallas desechables o paños de tela exclusivos para ese propósito, los cuales deben mantenerse limpios y desinfectarse luego de cada uso.
- c) Inmediatamente después de terminar la jornada de trabajo y cuando sea necesario, los pisos deben limpiarse minuciosamente y desinfectarse, incluidos los desagües y las paredes de la zona de manipulación de alimentos. Previendo que los alimentos no estén expuestos a una posible contaminación durante las operaciones de limpieza.
- d) La campana y ductos de extracción de grasas, humos y olores debe mantenerse limpia y buen estado de funcionamiento.
- e) Los servicios sanitarios deben mantenerse limpios en todo momento.
- f) Debe disponerse de un área o compartimento para el almacenamiento de los implementos de aseo, tales como escobas, escobillas, palo de piso y otros, así como los detergentes y desinfectantes, los cuales deben mantenerse y almacenarse de forma que no contaminen los alimentos, los utensilios, el equipo o la ropa.
- g) Después de la limpieza de los equipos y utensilios, el procedimiento de secado empleado puede ser secado al aire o mediante toallas desechables.
- h) Los productos para limpieza utilizados deben estar autorizados por el Ministerio de Salud y en su preferencia biodegradables o bien certificados como amigables con el ambiente.
- i) El lavado de los implementos de limpieza deben realizarse en una pileta exclusiva para esta labor.

16.5.4. Para dar cumplimiento a este programa se llevara un registro físico del programa de limpieza de forma diaria indicando qué se va limpiar (área, equipo, otros), cuándo, cómo se va a realizar y los insumos a utilizar. El mismo debe ser del conocimiento y acatamiento de todos los colaboradores y encontrarse en un lugar accesible para que pueda ser revisado por los mismos. Durante las evaluaciones sorpresivas podrá solicitársele dichos registros

16.5.5. El concesionario deberá brindar a los colaboradores todo el equipo de seguridad necesario para limpieza de equipos según lo amerite cada caso (por ejemplo guantes, lentes y otros) y asegurarse de que los colaboradores lo utilicen.

16.5.6. Se le recomienda al contratista utilizar los productos de limpieza de manera razonable y utilizar productos de limpieza biodegradables debidamente certificados.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 16.5.7.** Para todos los insumos químicos se debe tener la etiqueta respectiva que indique el producto, componente, peligros y manipulación adecuada. Para el uso de las sustancias, el contratista velará por la capacitación del personal en la dosificación y uso de los productos. Estos conocimientos y hábitos podrán ser inspeccionados por la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales.
- 16.5.8.** Los implementos de limpieza (palo piso, mecha, escoba, desinfectantes, entre otros) se deben guardar en sitio aparte y lejos del área de preparación y almacenamiento de alimentos y no deben estar en contacto con superficies que puedan estar contaminadas.
- 16.5.9.** Cuando el establecimiento cuente con tanque de almacenamiento de agua, deberá disponer de un procedimiento escrito de limpieza y desinfección que contemple los siguientes pasos:
- a) Vaciado completo del tanque por válvula de desagüe.
 - b) Cepillar paredes, tapa y fondo utilizando solo agua sin ningún producto de limpieza.
 - c) Lavar abundantemente con agua, drenando el agua de lavado por la válvula de desagüe, nunca por la cañería de distribución.
 - d) Aplicar una solución desinfectante al tanque siguiendo las instrucciones de la casa fabricante.

Este procedimiento debe incluir: frecuencia con que se va hacer, que productos va utilizar, como lo va hacer, quien lo va hacer y bajo la supervisión de quien.

16.6. DISPOSICIONES SOBRE EL USO DE VAJILLA Y CUBIERTOS

- 16.6.1.** Los equipos y utensilios para la preparación que estén en contacto directo con los alimentos, deben ser de material de fácil limpieza y desinfección, resistente a la corrosión, (preferiblemente de acero inoxidable) que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos. Además, deben resistir repetidas operaciones de limpieza y desinfección.
- 16.6.2.** No se permite la utilización de equipos o utensilios fabricados con materiales como plomo, hierro u otro elemento capaz de migrar y contaminar el alimento, ni la presencia de madera o vidrio en utensilios, superficies de trabajo o área de almacenamiento del Servicio de Alimentación.
- 16.6.3.** Las tablas de picar deben ser de material impermeable, de superficie lisa y mantenerse en buen estado de conservación e higiene. Las tablas deben estar identificadas, según su uso a fin de prevenir la contaminación cruzada, considerando la naturaleza del producto: tales como carnes crudas, (pollo, bovino y pescado), vegetales y frutas crudas y alimentos cocidos.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 16.6.4.** No se permite colocar utensilios ni recipientes con alimentos sobre el piso, a fin de evitar la contaminación a la que están expuestos.
- 16.6.5.** Para el almacenamiento y protección, el equipo debe guardarse boca abajo sobre una superficie limpia, seca y protegida de posibles contaminantes y a no menos de 15 centímetros del piso.
- 16.6.6.** Los equipos que tienen contacto con las comidas cuando no se van a utilizar inmediatamente deben estar cubiertos.
- 16.6.7.** Los equipos y utensilios deben estar alejados de desagües de aguas residuales y de recipientes con residuos.
- 16.6.8.** Para el área de consumo, se deberá utilizar vajilla de vidrio, porcelana o un material higiénicamente aceptable que permita su lavado y reutilización. Pero no se permitirá por ningún motivo cualquier tipo de material plástico o acrílico. Este tipo de vajilla no será desechable.
- 16.6.9.** La vajilla y cubiertos que se utilicen para la venta de alimentos para llevar fuera del establecimiento deberán ser desechable y preferiblemente de material biodegradable como por ejemplo de plástico oxo biodegradable, cartón o material compostable. Ésta será vendida como máximo al precio de costo. Se prohíbe totalmente el uso del estereofón.

16.7. DISPOSICIONES EN CUANTO AL MANEJO DE LAS AGUAS RESIDUALES

- 16.7.1.** Se le recuerda al contratista que debe de cumplir con los artículos que le concierne del Reglamento de Vertido y Reuso de Aguas Residuales.
- 16.7.2.** El contratista deberá desechar las grasas residuales, que se generan a raíz de la producción y elaboración de alimentos. Dicho procedimiento tiene que hacerlo de manera contenida, utilizando recipientes con cierre hermético, de preferencia deben entregarse a un gestor autorizado para una alternativa de tratamiento. Entiéndase por grasas residuales, las ya utilizadas o de desperdicio generadas en el Servicio de Alimentación bajo su administración.
- 16.7.3.** Siendo así las cosas, es totalmente prohibido verter las sustancias directamente o indirectamente en los drenajes, colectores, colectores de aguas pluviales y cualquier otro sistema de recolección de aguas, sean estas residuales o no.
- 16.7.4.** Para todos los efectos procesales y legales, estas cláusulas se catalogan como obligatorias y vinculantes para el contratista, de tal forma que, en caso de omitirla o violentarla, la Administración se reserva el derecho de, fiscalizar en cualquier momento, utilizando sus técnicos, y resolver lo que a derecho corresponda, en cuanto al daño ambiental o material que se haya ocasionado y su respectiva indemnización, en caso de ser necesario.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

16.7.5. Para lo anterior, de conformidad con el artículo 103 de la Ley Orgánica del Ambiente, se establece como instancia competente el Tribunal Administrativo Ambiental, sin excluir los órganos Administrativos tutelados por la Ley de la Contratación Administrativa.

Vinculación normativa: Artículos 50 y 46 de la Constitución Política, 2, 60 literal c), numerales 64, 65, 66, 67,68, 69 y 103 de la Ley Orgánica del Ambiente. Artículo 13, 21, de la Ley de la Contratación Administrativa en concordancia con el 210 del Reglamento de la Contratación Administrativa.

17. EVALUACIÓN ACERCA DEL CUMPLIMIENTO CONTRACTUAL Y LA CALIDAD DEL SERVICIO BRINDADO

17.1. El contratista deberá prestar un servicio eficiente. El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones estipuladas en estas cláusulas y en la oferta, facultará a la Universidad de Costa Rica para iniciar el proceso de resolución contractual.

17.2. La Universidad de Costa Rica por medio de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales inspeccionará el servicio, para verificar el cumplimiento contractual y la calidad del mismo.

17.3. Las evaluaciones se realizarán sin previo aviso para el contratista.

17.4. Para las inspecciones, se realizarán visitas in situ, y se inspeccionará el servicio de alimentación desde el punto de vista nutricional, de salud ambiental, administrativo, entre otros. También se podrá inspeccionar mediante la compra de productos, pesaje de gramajes, entre otros, de manera incógnita.

17.5. El informe integral de la evaluación será remitido por parte de la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales al contratista, el cual tendrá cinco días hábiles para pronunciarse sobre los resultados y presentar un plan de mejora. Una vez concluido dicho plazo, y de no haber corregido o no evidenciarse cambios favorables en el servicio, se iniciará el procedimiento administrativo que corresponde para determinar las medidas pertinentes, en coordinación con la Oficina de Suministros.

17.6. Se podrán aplicar encuestas a los usuarios, a partir de una muestra estadísticamente significativa o considerada representativa según las circunstancias y seleccionada al azar. La Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales, dará a conocer al contratista, los datos obtenidos a partir de estas evaluaciones, al cual se le dará un plazo para que mejore en aquellos aspectos que sean necesarios. Una vez concluido dicho plazo, de no haber mejorado o no evidenciarse cambios favorables en el servicio, se iniciará el procedimiento administrativo que corresponde para determinar las medidas pertinentes.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- 17.7.** En las evaluaciones también se verificarán otros aspectos tales como: precios, horarios visibles, servicio al cliente, entrega del tiquete por parte del cajero, uso de uniformes completos y presentación del personal en general, cumplimiento en cuanto a las gramaturas de alimentos, higiene en la producción y manipulación de alimentos, almacenamiento de los productos, higiene y cuidado general de las instalaciones y equipos, manejo de residuos sólidos, cumplimientos en cuanto a exámenes médicos y cursos mencionados en este Cartel. Igualmente se hará evidencia de cualquier ítem considerado importante por los fiscalizadores, de manera que el concesionario lo corrija en el plazo establecido.
- 17.8.** El contratista y su personal deberán facilitar la evaluación que realizará la Universidad de Costa Rica por medio de las dependencias, así mismo, deberá acatar las recomendaciones que se deriven de las evaluaciones efectuadas.
- 17.9.** Cualquier otra situación que se presente y que no esté contemplada en los artículos anteriores, será resuelto por la Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales (Tels. 2511-4115, Fax. 2234-0311).
- 17.10.** Durante la ejecución del contrato el concesionario deberá coordinar con dicha Oficina cualquier aspecto relacionado con el servicio contratado.

18. CONDICIONES INVARIABLES

18.1 Vigencia de las ofertas:

Las ofertas deberán tener una vigencia no menor de 60 días hábiles a partir del siguiente día hábil a la fecha de apertura de ofertas.

18.2 Monto y plazo de la garantía de cumplimiento:

La garantía de cumplimiento deberá depositarse dentro de los cinco días hábiles siguientes a la firmeza de la adjudicación, equivalente a una suma igual a un cinco por ciento (5% sobre el valor anual adjudicado) y con una vigencia de 2 (dos) meses, adicionales a la conclusión del contrato.

18.3 Plazo para adjudicar:

La Universidad tiene hasta 30 días hábiles para adjudicar, a partir de la fecha de apertura de las ofertas.

18.4 Orden de Inicio: La Sección Gestión de Servicios Contratados de la Oficina de Servicios Generales, determinará la fecha de inicio en coordinación con la Dirección de la Sede Regional de Atlántico, previo acuerdo con el adjudicatario.

18.5 Vigencia del contrato: La contratación que se realizará de la licitación en referencia es por un año. Dicho contrato podrá prorrogarse anualmente por un período similar, hasta un máximo de **4 años**, previo acuerdo entre las partes, por escrito, un mes antes del vencimiento del período contratado o de sus prórrogas; y una vez aprobado el nuevo canon mensual por parte de la Universidad de Costa Rica.



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Oficina de Suministros

LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

18.6 Será descalificada la oferta que se encuentre con deudas atrasadas ante La Universidad de Costa Rica, por lo que antes de participar deberá haber cancelado o aportar una notificación de arreglo de pago ante la Oficina de Administración Financiera.

18.7 El oferente deberá presentar todos los menús solicitados en el apartado 10 de este cartel, el cual será avalado por la Nutricionista de la Sección de Servicios Contratados y de no cumplir con las especificaciones requeridas será causa que la oferta quede fuera de ser evaluada.

18.8 Experiencia mínima de los oferentes:

Los oferentes deben tener como mínimo tres años de experiencia en la prestación de servicios de alimentación. En la oferta deben presentar lo siguiente:

Declaración jurada de años de experiencia en servicio de alimentación brindados ya sea en sodas, restaurantes, comedores o cafeterías a nivel de público en general incluyendo a estudiantes. Es importante señalar que deberá indicarse en años completos y no se acepta la experiencia adquirida en servicios de catering, ya que estos servicios son ocasionales.

La experiencia corresponderá exclusivamente a la empresa o persona física quién ejercerá la concesión o prestación del servicio de alimentación.

Debe adjuntar una lista de los lugares donde obtuvo la experiencia y aportar documentos probatorios de la misma y contactos telefónicos y otros.

Serán documentos probatorios para demostrar la experiencia que el oferente aporte, las constancias originales (o copias certificadas) que contengan como mínimo lo siguiente:

Fecha

Nombre de la persona física o jurídica que recibió el servicio, número de cédula y dirección.

Nombre de la persona física o jurídica que brindó el servicio, número de cédula y dirección

Tipo de servicio que brindó, ejemplo si vendía desayunos, almuerzos y cenas completas, alimentos empacados.

Período del servicio

Número de teléfono para solicitar referencias.

La experiencia en servicios de catering no se evalúa, por cuanto la prestación de estos servicios son de manera temporal y no de forma continua como se requiere para los centros de alimentación de la Institución.

19. EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS:



**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

ELEMENTOS A VALORAR	PORCENTAJE
A. Promedio de los precios de los diferentes tiempos de alimentación	50%
A. Experiencia adicional	20%
B. Precio ofertado por el local	30%
TOTAL	100%

A. FACTOR “PROMEDIO DE LOS DIFERENTES TIEMPOS DE ALIMENTACIÓN”: Correspondiente al promedio simple de la sumatoria de los precios del desayuno, meriendas (mañana y tarde), almuerzo y cena. El porcentaje se calculará aplicando la siguiente fórmula:

Porcentaje 50% “promedio precios”

$$\frac{\text{Precio Promedio de la menor oferta}}{\text{Precio Promedio de la oferta a evaluar}} * 100 * 0,50$$

B. FACTOR “EXPERIENCIA ADICIONAL”: Se evalúan los años de experiencia que tiene el oferente adicionales al requisito mínimo de años para la admisibilidad de ofertas (3 años) hasta un máximo de 10 años, en la prestación de los servicios de alimentación, a nivel de público en general, incluyendo servicio a estudiantes. La oferta que presente la mayor experiencia adicional a la mínima, se le otorgará el puntaje máximo y será la oferta base. Para el cálculo del puntaje para este factor se utilizará la siguiente fórmula:

Porcentaje 20% “experiencia”

$$\frac{\text{Oferta con experiencia a evaluar}}{\text{Oferta con mayor experiencia}} * 100 * 0,20$$

C. PRECIO A OFERTAR POR EL LOCAL: Se le asignará el puntaje máximo al oferente que ofrezca el mayor precio, siempre y cuando este cumpla con lo estipulado en el cartel, para los demás oferentes se les asignará el puntaje en forma proporcional, hasta cumplir que el oferente con menor precio obtenga el puntaje mínimo.

Fórmula: $\frac{Po}{PM} \cdot 100 \cdot 0,30$

Donde: Po= Precio de la oferta a evaluar.
PM= Mayor precio ofertado por el local.

19.1 PORCENTAJE TOTAL: El porcentaje final de cada oferta se determinará con la suma de los resultados obtenidos en cada factor de evaluación. La mejor oferta será aquella que obtiene el mayor porcentaje total.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

19.2 En caso de empate se adjudicará al oferente que ofrezca el menor precio de plato del día, básico o principal, de continuar se adjudicará al que ofrece una mayor experiencia. De persistir el empate decidirá la suerte, de acuerdo a lo estipulado en el artículo 55 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa.

20 Multas por incumplimiento del contrato

En caso de incumplimiento de las diferentes cláusulas del presente cartel, incumplimiento de las normas o procedimientos institucionales, la Universidad de Costa Rica ha realizado una clasificación de faltas leves, graves y muy graves.

20.1 Faltas y sanciones:

Leves: Se aplicará una multa de 2% calculado sobre el monto mensual del canon por cada uno de los incumplimientos verificados durante la fiscalización del contrato:

Área de Salud Ambiental:

- a) No contar con un botiquín de primeros auxilios y los artículos mínimos requeridos indicados
- a) Uso de limpiadores de colores, sucios o en exposición a la contaminación.
- b) Uso de materiales incorrectos en envases para llevar.
- c) Ausencia de extintores, certificado y curso de manejo, carga vencida, tipo o número incorrecto de los mismos o no capacitar a los colaboradores en su uso.
- d) Inadecuada limpieza, y orden de los diferentes equipos y áreas del servicio de alimentación.
- e) Uso de materiales incorrectos dentro del servicio, dentro de los señalados en este cartel, tales como: empuñaduras de madera, vidrio en el área de producción, material que no sean de fácil limpieza, impermeables o transmitan sustancias tóxicas, olores y sabores a los alimentos.
- f) Recipientes de residuos en malas condiciones, con faltantes a lo estipulado en el cartel o inadecuada limpieza.
- g) Equipos en mal estado o dañado que no se les haya dado el mantenimiento o reparación correspondiente dentro de la vida útil del bien.
- h) No contar con los registros físicos de inspecciones limpieza.
- i) No contar con los registros de temperaturas de los equipos fríos y calientes para corroborar el buen funcionamiento y preservación adecuada de los alimentos.
- j) Ausencia del registro físico de inspección de las instalaciones de gas.
- k) No mantener el orden, rotulación y protección adecuados de las materias primas dentro de las distintas áreas de almacenaje.

Área Nutricional:

- a) No entregar el listado de proveedores en un periodo de máximo 2 meses luego de iniciada la concesión o bien o no mantenerlo disponible en el momento en que sea solicitado.
- a) Se incumple que la venta de productos, aparte de la barra de servicio, corresponda a un 80% más saludable y un 20% menos saludable.
- b) Si se encuentran productos empacados sin lista de ingredientes o no se mantiene la lista de ingredientes en un documento.
- c) Desconocer la fecha de vencimiento de los productos.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- d) No se coloca el menú de manera visible para los colaboradores del servicio de alimentación
- e) Se ofrece más de un 30% de productos de pasta hojaldre.
- f) Se ofrecen preparaciones con exceso de aderezo.
- g) No mantener la bitácora de la nutricionista.

Área Administrativa

- a) No tener los expedientes debidamente completos de los trabajadores en la soda
- a) Falta de entrega de comprobante o tiquete de compra

20.2 Graves: Se aplicará una multa de 5% calculado sobre el monto mensual del canon por cada uno de los incumplimientos verificados durante la fiscalización del contrato:

Área de Salud Ambiental:

- a) Materias primas sin permiso sanitario del ministerio de salud, en mal estado, sin lista de ingredientes, etiqueta, sean de baja calidad o se encuentren caducadas.
- a) Incumplimiento del protocolo en el uso del uniforme o medidas indicadas en el presente cartel sobre la presentación por parte del personal en general.
- b) Inexistencia del plan de evacuación, las rutas no visibles, obstrucción de las vías de evacuación, puertas de salida y otras acciones que interfieran con la salida segura.
- c) Realizar instalaciones o reparaciones inadecuadas en la infraestructura y equipos, que pongan en riesgo la salud y/o el ambiente.
- d) No realizar las fumigaciones de las instalaciones de la soda conforme a lo establecido en este cartel.
- e) No proteger las posibles fuentes de contaminación de los alimentos (fluorescentes desprotegidos, ausencia de mallas de protección, entre otros).
- f) Mantener los alimentos crudos o cocinados, utensilios a nivel del suelo o efectuar prácticas que evidencien deficiente manipulación de alimentos en el Servicio de Alimentación.
- g) No realizar la segregación de los residuos sólidos generados dentro del establecimiento según lo establecido en el cartel de licitación.
- h) Permitir objetos de cualquier índole o acciones en los alrededores del local que constituyan una fuente de contaminación, deterioren la estética, orden, limpieza, seguridad o que causen riesgo de proliferación de vectores o roedores.
- i) Mantener en el área de producción o de servicio, empleados en mal estado de salud (gripe, resfrío, alergias, asma, etc) que atente contra la salud de los usuarios

Área Administrativa

- a) Ausencia del administrador durante la prestación de los servicios
- a) Incumplimiento del horario establecido



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- b) Venta, distribución y propaganda de cigarrillos y licores dentro de la soda
- c) Variar, sin la debida autorización, los precios del plato del día del almuerzo o merienda de la mañana o tarde o cena.
- d) Mantener en el área de producción o de servicio, funcionarios en mal estado de salud (gripe, resfrío, alergias, asma, etc) que atente contra la salud de los usuarios
- e) Daño de los activos pertenecientes a la Institución, por cualquier acción dolosa o culposa
- f) Cualquier infracción a las leyes conexas.

Área Nutricional:

- g) Se coloca propaganda alimenticia, incluyendo afiches, calcomanías, urnas o similares sin autorización de la Sección de Servicios Contratados.
- h) No se coloca el menú de manera visible para los usuarios, especificando los componentes que incluyen las opciones.
- i) Venta de productos preparados con manteca.
- j) Mantener productos vencidos.
- k) Uso de manteca en las preparaciones
- l) Preparaciones con exceso de grasa.
- m) Se ofrezca más de 3 frituras por inmersión en un tiempo de comida.
- n) No se toman las muestras de alimentos
- o) No mantener los registros físicos del control de los aceites utilizados para fritura (características del aceite, temperatura y limpieza) y un adecuado uso del aceite como se establece en el cartel.
- p) Se mantienen productos expuestos al ambiente sin protección.
- q) El contratista no participa en las capacitaciones convocadas por la Sección Gestión de Servicios Contratados.

20.3 Muy Graves: cualquier incumplimiento al contrato que conlleve la posibilidad de daños o pérdida material y/o humana a la Administración, se entiende cualesquiera de los siguientes incumplimientos será causal de resolución contractual, sin perjuicio de la ejecución de la garantía de cumplimiento:

Área de Salud Ambiental:

- a) No tener el certificado del curso de manipulación de alimentos y no portar el debido carné al día durante las horas de trabajo.
- a) Incumplimiento de los lineamientos, normas, políticas o directrices y cualquier indicación que se dicte como parte del Sistema de Gestión Ambiental en la Universidad de Costa Rica.
- b) Indicios o contaminación de tipo físico-microbiológico en algún alimento que pueda afectar la salud de los usuarios.
- c) Efectuar o permitir acciones que pongan en riesgo la salud de las personas o el ambiente que contravengan lo expuesto en la legislación nacional vigente o el cartel de licitación.
- d) No contar con el permiso sanitario de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud, la patente municipal o que el mismo se encuentre vencido o la patente esté pendiente de pago.
- e) Mantener residuos orgánicos en posible contacto o contaminación con las materias primas, vegetales, o frutas.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-00003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

- f) No desechar correctamente las grasas residuales de forma contenida que se generan a raíz de la producción y elaboración de alimentos.

Área Administrativa:

- a) La subcontratación total o parcial del servicio
- a) Utilizar el local para una actividad diferente, ajena al objeto de esta contratación.
- b) El abandono del servicio sin causa de justificación
- c) Incumplimiento en el pago mensual del canon
- d) Detectar que el contratista no tiene debidamente asegurado al personal a través de CCSS y/o encontrarse en mora con el pago de las cuotas obrero-patronales.
- e) Detectar que el contratista no tiene la póliza de riesgos del trabajador, que no estén incluidos sus empleados y se encuentre en mora.
- f) No cumplir con los permisos sanitarios de funcionamiento.
- g) Falta de autorización para realizar cualquier remodelación o adecuación al local.

Área Nutricional:

- a) Incumplimiento del patrón del menú avalado.
- a) Incumplimiento del ciclo de menú avalado.
- b) Incumplir con las gramaturas establecidas para los diferentes alimentos
- c) Mantener sobrantes de alimentos en el servicio de alimentación.
- d) Venta de bebidas energéticas.

La Universidad de Costa Rica valorará la eventual resolución del contrato. Tomando como fundamento de derecho el daño y perjuicio causado (ref. numerales 1045, 701 y siguientes del Código Civil).

21 Documentos a presentar:

21.1 Presentación de la oferta:

La recepción de ofertas será en la Oficina de Suministros, ubicada en Sabanilla de Montes de Oca, de las Instalaciones Deportivas, 250 metros este y 400 metros norte, en la fecha y hora que indique la invitación.

La oferta deberá presentarse por escrito, en sobre cerrado rotulado con el número y el objeto de la Licitación. Toda oferta deberá presentarse en papel corriente, en original y dos copias idénticas, con la firma del oferente o de su representante legal, sin tachaduras ni borrones. Cualquier corrección debe ser hecha mediante nota.

Igualmente se acompañaran fotocopias de los documentos complementarios de la oferta.

21.2 Debe adherir a la oferta un timbre de la Ciudad de las Niñas de ₡20,00 y un timbre de ₡200,00 del Colegio de Profesionales en Farmacia.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

21. 3 Certificación sobre la personería jurídica de la sociedad mercantil o copia de la cédula de identidad en caso de persona física.

21. 4 Cuando el oferente fuere una sociedad mercantil costarricense, deberá acompañar con su propuesta una certificación pública con la naturaleza y propiedad de sus cuotas y acciones. Si las cuotas o acciones fueran nominativas y estas pertenecieran a otra sociedad deberá igualmente aportarse certificación pública respecto a esta última en cuanto a la naturaleza de sus acciones. Las certificaciones serán emitidas: a) En cuanto a la naturaleza de las cuotas y acciones, por el Registro Público o por un Notario Público con vista en los libros de Registro, y b) En cuanto a la propiedad de las cuotas y acciones, con vista de los libros de la sociedad por un Notario Público o Contador Público autorizado. No obstante, si se tratare de una sociedad inscrita dentro del año anterior al requerimiento de la certificación, o modificada a acciones nominativas dentro del período indicado, la certificación sobre ambos extremos, podría ser extendida por el Registro Público o por un Notario Público.

21. 4 En tanto se declare en la oferta que la propiedad de las cuotas o acciones se mantiene invariable, la certificación original o una copia certificada de la misma, serán admitidas a los indicados efectos hasta un año después de su emisión. Si la certificación o copia certificada hubiere sido presentada en una diligencia anterior y el oferente lo manifieste así en su oferta, deberá indicar claramente el número de Licitación en que fue presentada o una copia del recibido por parte de la Oficina de Suministros, así como la declaración de que permanece invariable.

21. 5 El oferente debe presentar una certificación indicando que se encuentra al día con las obligaciones obrero-patronales de la C.C.S.S., o bien, que tiene un arreglo de pago aprobado por ésta, vigente al momento de la apertura de las ofertas. (Art. 65.c) Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa y 74 Ley Constitutiva de la Caja Costarricense del Seguro Social.

21. 6 El oferente debe presentar una certificación indicando que se encuentra al día con las obligaciones obrero-patronales correspondientes a FODESAF. o bien que tiene un arreglo de pago aprobado por éste, vigente al momento de la apertura de ofertas.

21. 7 El oferente debe presentar una certificación de que se encuentra al día con los pagos ante la Universidad de Costa Rica.

21.8 Declaración jurada que el oferente no está afectado por ninguna causal de prohibición.

21.9 Declaración jurada que no le alcanzan, al oferente, las prohibiciones para contratar con la Universidad de Costa Rica, a que se refiere el numeral 22 y 22 bis de la Ley de Contratación Administrativa y en los Artículos 19 y 20 del Reglamento.

21.10 Declaración jurada que el oferente se encuentra al día en el pago de todo tipo de impuestos nacionales de conformidad con lo dispuesto en el Art No. 65 a) del Reglamento.



LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

21.11 Cualesquiera otros documentos que se considere oportuno acompañar, según la naturaleza del objeto licitado y el tipo de licitación que se haya promovido.

21.12 Cuando los documentos originales vigentes, se encuentren en el Registro de Proveedores, deberá manifestarse expresamente, indicar el número de proveedor y se aportará copia simple de los documentos que se indican.

21.13 Contenido de la oferta: Debe contener por lo menos:

- Nombre del apoderado o representante legal en caso de personas jurídicas, nombre completo en caso de personas físicas, dirección del oferente.
- Número de cédula jurídica, en caso de persona físicas número de cédula.
- El oferente debe indicar en su oferta un número de fax, para recibir notificaciones, caso contrario, se tendrá por notificado en el transcurso de 24 horas.
- El precio total cotizado deberá presentarse en números y en letras coincidentes. En caso de divergencia entre ambas formas prevalecerá la consignada en letras. (Art. 25 del Reglamento a La Ley de Contratación Administrativa).

21.14 Garantía de cumplimiento.

Todo adjudicatario deberá rendir una garantía de cumplimiento con el objeto de garantizar la calidad del servicio, así como el tiempo del servicio convenido y cláusulas de la presente licitación y de la oferta adjudicada, todo esto a plena satisfacción de la Universidad. La misma deberá rendirse dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la firmeza de la adjudicación. Su inobservancia dentro de dicho plazo dejará sin efecto el acto de adjudicación y autorizará a la administración para re adjudicar el concurso a la segunda mejor oferta calificada, sin perjuicio de toda acción tendiente a resarcir los daños y perjuicios ocasionados a la Administración por el adjudicatario renuente.

21.15 Forma de rendir las garantías.

Las garantías deberán rendirse independientemente para cada negocio mediante depósito de bono de garantía de instituciones aseguradoras reconocidas en el país, o de uno de los bancos del Sistema Bancario Nacional o el Banco Popular y de Desarrollo Comunal, certificados de depósitos a plazo, bonos del Estado o de sus instituciones, cheques certificados de un banco del Sistema Bancario Nacional, en forma irrevocable y a la orden de la Administración, dinero en efectivo y en general, conforme se estipula en el artículo No. 42 del Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa.

Para realizar la transferencia Bancaria, la Universidad de Costa Rica dispone de las siguientes cuentas con el Banco Nacional (En caso de depósito en efectivo se debe respaldar con un oficio de la Oficina Financiera de las diferentes Sedes de que el depósito fue efectuado en el respectiva cuenta):



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Oficina de Suministros

**LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”**

Cuenta corriente colones: 100-01-000-083777-3

Cuenta cliente colones: 15100010010837778

Cuenta corriente dólares: 100-02-080-601688-6

Cuenta cliente dólares: 15108010026016884

El comprobante de la transferencia bancaria deberá ser presentado mediante nota dirigida a la Unidad de Ejecución Contractual de la Oficina de Suministros, incluyendo la siguiente información:

- a. Nombre de la persona física o jurídica que rinde la garantía
- a. Nombre de la persona física o jurídica que realiza la transferencia
- b. Tipo de garantía
- c. Número y nombre de la contratación
- d. Monto de la garantía
- e. Fecha de la transferencia
- f. Vigencia de la garantía (60 días naturales, a partir de la fecha probable de aceptación a satisfacción de la Universidad de Costa Rica)
- g. Número de comprobante de la transferencia.

21.15.1 Sitio donde se depositan las garantías.

Deberán ser depositadas directamente en la Oficina de Administración Financiera (OAF), ubicada en el Edificio Administrativo A, de la Sede Central de la Universidad de Costa Rica.

El recibo generado por el depósito de la garantía deberá ser entregado en la Oficina de Suministros.

21.15.2 Devolución de las garantías.

Los interesados deberán solicitar la autorización de la devolución de la garantía mediante nota dirigida a la Unidad de Ejecución Contractual, de la Oficina de Suministros de la UCR en la cual indicarán el número de concurso, número de recibo, monto y tipo de garantía. Dicha solicitud debe venir firmada por la persona que suscribió la oferta, caso contrario deberá aportar certificación de personería de quien está firmando, será devuelta dentro de los 20 días hábiles siguientes a la fecha en que la Universidad tenga por definitivamente ejecutado el contrato a satisfacción y se haya rendido el informe correspondiente.

Para efectos de devolución de garantías depositadas en efectivo, únicamente se devolverá con la presentación del recibo original del comprobante de ingreso de la Oficina de Administración Financiera.



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Oficina de Suministros

LICITACIÓN PÚBLICA 2017LN-000003-UADQ
“CONCESIÓN TEMPORAL DE UN LOCAL PARA LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN EN LA SEDE REGIONAL DEL ATLÁNTICO”

22 Formalización del contrato.

En todo lo relacionado con la formalización del contrato deberá cumplirse con lo estipulado en el artículo No.188, 189 y 190 del Reglamento de la Contratación Administrativa.

Analista Responsable:	Yalile Muñoz Caravaca jalile.munoz@ucr.ac.cr 10 de marzo del 2017	Teléfono:	2511-3314
		Fax:	2511-5520

Este cartel se rige bajo la Ley de Contratación Administrativa y su Reglamento.

ANEXO 3

Guía de Viabilidad

La Guía de Viabilidad es una herramienta para determinar la realidad actual de Agroferia con el propósito de establecer la viabilidad del proyecto *Agroferia: Sodas*.

1. Página Web

- 1.2. ¿Agroferia tiene una página web actualizada que cumpla con las características de ser responsive, catálogo de productos con calidad en su contenido?
- 1.3. ¿Tiene el apoyo de personal para administrar la página web?
- 1.4. ¿Agroferia está dispuesto agregar a la plataforma el segmento específico para los servicios de alimentación?

2. Registro de cliente

- 2.1. ¿Con la actual página web se puede modificar para que exista contenido exclusivo para los concesionarios de los servicios de alimentación, sin interferir con los actuales clientes (profesores y administrativos)?

3. Modo de pago

- 3.1. ¿Cuál es el modo de pago que implementa en la actualidad?

4. Recepción de productos de proveedor

- 4.1. ¿Cuenta con la infraestructura y los recursos (cajas, personal, entre otros) adecuados para la recepción de productos?
- 4.2. ¿Tiene disposición de personal para laborar de lunes a viernes en diversos horarios según la función que le corresponda?
- 4.3. ¿Existe un cuarto frío y bodega para almacenar los productos que lo requieran?

5. Distribución y entrega de productos

- 5.1. ¿El proyecto posee vehículo especial para transportar productos que necesiten de una cámara de frío para preservar la calidad del producto?
- 5.2. ¿Tiene disposición de personal para laborar en estas funciones de lunes a viernes?
- 5.3. ¿Cuenta con un sitio inocuo y que cumpla con normas de calidad para alistar los productos?