

ANEXOS

ANEXOS

Anexo N° 1

ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN

PLAN DE INVESTIGACIÓN

1. Antecedentes
2. Justificación
3. Planteamiento del Problema
4. Formulación del Problema
5. Planteamiento de Hipótesis
6. Objetivos de Investigación
 - 6.1. Objetivo General
 - 6.2. Objetivos Específicos
7. Metodología de Investigación
 - 7.1. Tipo de Investigación
 - 7.2. Métodos y Técnicas de Investigación
8. Delimitación de la Investigación
 - 8.1. Delimitación Geográfica
 - 8.2. Delimitación Temática
 - 8.3. Delimitación Temporal
9. Esquema de Investigación

Bibliografía

Anexos

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL MARKETING

1. DEFINICIÓN DEL MARKETING
2. IMPORTANCIA DE MARKETING
3. FUNCIONES DEL MARKETING
 - 1.1.1. El Marketing Estratégico
 - 1.1.2. El marketing Operativo
- 1.4. MARKETING SOCIAL**

CAPÍTULO II

ESTRATEGIA DE MARKETING

2.1. DEFINICION DE ESTRATEGIA

2.2. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING

2.2.1 Decisiones de estrategia de marketing

2.3. MERCADO Y SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

2.3.1. Definición de Mercado

2.3.2. Segmento de Mercado

2.3.3. Segmentación de mercados

2.3.3.1. Bases para segmentar un mercado

2.3.3.2. Para la selección de mercado meta

2.4. MARKETING MIX

2.4.1Estrategias del producto

2.4.1.1. Definición del producto

2.4.1.2. Clasificación de los productos

2.4.1.3. Atributos que conforman el producto

2.4.1.4. Línea y mezcla de productos

2.4.1.5. Estrategias de ciclo de vida de los productos

- a) Etapa de introducción
- b) Etapa de crecimiento
- c) Etapa de madurez
- d) Etapa de declinación o decadencia

2.4.2 Estrategia de precio

2.4.2.1. Definición del precio

2.4.2.2. El papel de los precios en la empresa

2.4.2.2.1. Principales estrategias de precio

2.4.3. Estrategias de plaza o distribución

2.4.2.1. Definición de plaza o distribución

2.4.3.2.1. Tipos de canales de distribución y sus características

2.4.3.2.1. Distribución de los bienes de consumo

2.4.4. Estrategias de comunicación

2.4.4.1. Definición de comunicación

2.4.4.2. Publicidad

- a) Crear los mensajes publicitarios
- b) Seleccionar los medios de comunicación

2.4.4.3. Merchadising

2.4.4.4. Promoción de ventas

- a) Estrategias para consumidores
- b) Estrategia para los comerciantes y distribuidores

2.4.4.5. Relaciones públicas

2.4.4.6. Venta personal

a) Administración de la fuerza de ventas

2.4.4.7 Marketing directo

a) Formas de marketing directo

2.5. LAS 7P's DEL MARKETING MIX

2.5.1. Persona

2.5.2. Evidencia o prueba física

2.5.3. Procesos

2.6. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

2.6.1 Estrategias de crecimiento diversificado

2.6.1.1. Estrategia de diversificación concéntrica

2.6.1.2. Estrategia de diversificación pura

CAPÍTULO III

ASPECTOS GENERALES DEL HELADO

3.1. Introducción

3.2. Ventajas del helado

3.3. Tipos de helados

3.4. Características del helado

DIAGNÓSTICO

1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.1. Análisis del Entorno

1.2. Análisis Interno

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1. Problema

2.2. Hipótesis

2.3. Objetivos

2.4. Recopilación de Datos

2.5. Análisis e Interpretación de Resultados

2.6. Conclusiones de la Investigación de mercado

3. ANÁLISIS FODA

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

Anexo N° 2

Cronograma de Gantt (Actividades de Investigación).

N°	DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO	
		2020										2021							
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
1	PERFIL																		
2	REVISIÓN DE PERFIL																		
3	PRESENTACIÓN DE PERFIL																		
4	ASIGNACIÓN DE TRIBUNALES																		
5	MARCO TEÓRICO																		
6	DIAGNÓSTICO																		
7	RECOMENDACIONES																		
8	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO																		
9	CORRECCIONES																		
10	PRESENTACIÓN FINAL																		
11	DEFENSA DEL TRABAJO																		

Anexo N° 3

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

**GOBIERNO MUNICIPAL DE TARIJA
Y LA PROVINCIA CERCADO
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
CARNET DE CONTRIBUYENTE**

CÓDIGO ACTIVIDAD O NEGOCIO: 1171376182
DIRECCIÓN: CA CREVAUX
AUTORIZACIÓN MUNICIPAL N°: 30 - 2003

**Lic. Miriam E. de Calderón
DIRECCIÓN DE INGRESOS TAM
Gobierno Municipal Tarija**

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: **FABRICA DE HIELO**
FECHA DE EMISIÓN: 11/06/2010
FECHA DE RENOVACIÓN: 11/06/2015

**GOBIERNO MUNICIPAL DE TARIJA
Y LA PROVINCIA CERCADO
DIRECCION DE INGRESOS
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO**

No DE PADRON MUNICIPAL: 19682

FABRICA DE HIELO
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

NOMBRE PROPIETARIO: ESTHANA ROCIO FERNANDEZ MERILES
DOC. IDENTIFICACION: CI 1882560 TA

CLASIFICACIÓN ACTIVIDAD O NEGOCIO: FABR. DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD: FABRICA DE HIELO
FECHA DE REGISTRO: 07/06/2010

DIRECCIÓN: CA CREVAUX 762
ZONA: SAN ROQUE

AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO
MEDIANTE ORDENANZA MUNICIPAL N°: 30 - 2003
DE FECHA: 11/08/2003

NOTA.- El cierre de toda actividad económica des TEMPORAL o DEFINITIVA, obligatoriamente deberá comunicar al Gobierno Municipal caso contrario los TRIBUTOS MUNICIPALES serán exigidos conforme a las ordenanzas en vigencia.

FECHA DE EMISIÓN: 11/06/2010
Lic. Miriam E. de Calderón
DIRECTORA DE INGRESOS
Gobierno Municipal Tarija
DIRECTOR(A) DE INGRESOS

**DIRECCION DE INGRESOS
PADRON DE CONTRIBUYENTES
Tarija - Bolivia
GOBIERNO MUNICIPAL**

FECHA DE RENOVACIÓN: 11/06/2015
CONTRIBUYENTE

Anexo N° 4

IMPUESTOS NACIONALES

Página 1 de 1

Visor Reportes

IMPUESTOS NACIONALES 

CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN Actualización de datos PBD

EL SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES CERTIFICA QUE:

REGIMEN:	REGIMEN GENERAL
TIPO CONTRIBUYENTE:	EMPRESAS UNIPERSONALES
EL NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT):	1884560018
CORRESPONDE A LA RAZON SOCIAL:	ELIANA ROCIO FERNANDEZ MERILES
MISMO QUE SE ENCUENTRA CON ESTADO:	ACTIVO
DOMICILIO FISCAL:	CREVALIX NRO. 762 - ZONA BARRIO SAN ROQUE
DEPENDENCIA:	60 - TARJIA
ALCALDIA:	TARJIA

Y CUENTA CON LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES ECONÓMICAS VIGENTES:

GRAN ACTIVIDAD:	6 - COMERCIO MINORISTA
ACTIVIDAD PRINCIPAL:	60101 - VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN ALMACENES NO ESPECIALIZADOS
ACTIVIDADES SECUNDARIAS:	
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:	

* COD IMPUESTO: 36 - COD FORM: 200 - SIGLA: IVA - DESCRIPCIÓN: IVA(F-200) AL VALOR AGREGADO
 * COD IMPUESTO: 50 - COD FORM: 400 - SIGLA: IT - DESCRIPCIÓN: IT(F-400) A LAS TRANSACCIONES
 * COD IMPUESTO: 14 - COD FORM: 500 - SIGLA: IUE - DESCRIPCIÓN: IUE(F-500) SOBRE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS

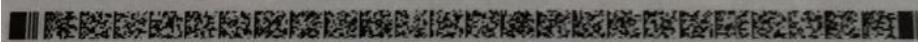
EL PRESENTE CERTIFICADO ES EMITIDO POR EL SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES EN BASE A LOS ÚLTIMOS DATOS DECLARADOS POR EL CONTRIBUYENTE A LA FECHA.

EL PRESENTE CERTIFICADO, SE GENERA A SOLICITUD EXPRESA DEL CONTRIBUYENTE, SIENDO DE SU ENTERA RESPONSABILIDAD LA PRESENTACIÓN DEL MISMO EN LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS QUE SEAN PERTINENTES.

MEDIDAS DE SEGURIDAD

Impresión con validez probatoria conforme al art. 79 de la Ley N° 2492 y 3er. Párrafo del art. 7 del D.S. N° 27310

Código de Certificación: 1004570582 Código de Seguridad: 2251221292013489 Fecha de Certificación: 02/12/2013



<http://pad000m19c18f1.com/3dMx6n8rgrg0ALUM7171RphLUPQv88LPhL30Frye#T02Pv8888y4202M8nde14Y%20G8hmed18hF0n%20u17%20H2P802Pa02a78V88e0cCg0e0e>

[://nlb2.intranet.sin/Paginas/PortalBpm/VisorPaginasExternas.aspx?gll=4gEBquzCSp...](http://nlb2.intranet.sin/Paginas/PortalBpm/VisorPaginasExternas.aspx?gll=4gEBquzCSp...) 02/12/2013

Anexo N° 5
REGISTRO DE COMERCIO

REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA



CODIGO DE TRAMITE: 0000882240
No. DE OPERACION: 06V511121032

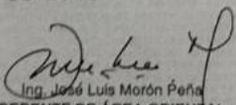
MATRICULA DE COMERCIO

EL REGISTRO DE COMERCIO, ORGANO CONCESIONADO A LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL - FUNDEMPRESA, MEDIANTE CONTRATO DE CONCESION DE FECHA 17 DE DICIEMBRE DE 2001, EN MERITO A LAS FACULTADES ESTABLECIDAS EN EL DECRETO SUPREMO 26215 Y EN CUMPLIMIENTO A LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN EL CODIGO DE COMERCIO;

OTORGA:
LA MATRICULA DE COMERCIO No 00271744 AL COMERCIANTE INDIVIDUAL O EMPRESA UNIPERSONAL, CUYOS DATOS SE DETALLAN A CONTINUACION:

NOMBRE COMERCIAL	: VENTA DE HIELO "SAN ROQUE"
OBJETO	: VENTA DE HIELO EN BARRAS PICADO Y CUBITOS
CAPITAL	: BS.20,312.00 (VEINTE MIL TRESCIENTOS DOCE 00/100 BOLIVIANOS)
DOMICILIO	: TARIJA - CALLE CREVAUX N° 762 S/N ZONA: SAN ROQUE
PROPIETARIO	: FERNANDEZ MERILES ELIANA ROCIO
CEDULA DE IDENTIDAD	: 00001884560
REPRESENTANTE LEGAL	: FERNANDEZ MERILES ELIANA ROCIO
CEDULA DE IDENTIDAD	: 00001884560
FORMULARIO	: 0020/10
LIBRO DE REGISTRO	: 80
No. DE REGISTRO	: 00290950
FECHA DE REGISTRO	: 22 DE NOVIEMBRE DE 2013

CUMPLIDAS LAS FORMALIDADES REQUERIDAS POR EL CODIGO DE COMERCIO, EL CITADO COMERCIANTE INDIVIDUAL O EMPRESA UNIPERSONAL, PODRA EJERCER ACTIVIDADES COMERCIALES EN SU RUBRO.
TARIJA, 22 DE NOVIEMBRE DE 2013


Ing. José Luis Morón Peña
GERENTE DE ÁREA ORIENTAL
REGISTRO DE COMERCIO - FUNDEMPRESA

PAGINA: 1 de 1

 **Fundempresa** Concesionaria del Registro de Comercio de Bolivia

N° 1313371 Papel vigente a partir del

Anexo N° 6

REQUISITOS PARA OBTENER EL CARNET SANITARIO EN EL SEDES

1. Que tipo de establecimiento se considera

- Elaboración y/o expendio de alimentos, en establecimientos ubicado (s) en el departamento.
- Instalación, ampliación y/o cambio de giro de un establecimiento.

2. Qué se debe hacer para obtener la resolución de autorización sanitaria en establecimientos de elaboración y expendio de alimentos

Paso 1: Solicitud

- Memorial dirigido al director del servicio departamental de salud, solicitando la inspección y autorización sanitaria especificando el rubro del establecimiento, razón social, ubicación y nombres completos del propietario, fotocopia del carnet de identidad.

Paso 2: Inspección

- Inspección del establecimiento por parte del personal acreditado de Salud Ambiental, llenado de ficha técnica de inspección.
- El establecimiento o local deberá cumplir exigencias y normas según Reglamento Sanitario y Código de Salud vigentes. Es importante que esté presente presente el dueño o representante legal del establecimiento.

Paso 3: Control de calidad

- Si la solicitud es de una fábrica (Industrial, semi-Industrial, artesanal) de alimentos y bebidas se realizará el muestreo respectivo para los análisis físico químico y microbiológico, el propietario o representante legal del establecimiento deberá cancelar por anticipado los costos del laboratorio (CIANID-U.A.J.M.S. zona el Tejar para alimentos).

Paso 4; Presentar los Resultados de Análisis (original y copia) a la repartición de inocuidad alimentaria-salud ambiental del SEDES.

Paso 5; Cancelación en sección caja del SEDES para la otorgación del número del registro sanitario y formulario de autorización de venta del producto. El arancel varía según el rubro y categorización del establecimiento. Esta obligación se debe renovar cada dos años y el número de Registro sanitario y número de análisis bromatológico era impreso en la etiqueta y/o envase del producto.

3. Para obtener el certificado sanitario se debe seguir el siguiente paso:

Paso 1; Inspección, el establecimiento o local deberá cumplir exigencias y normas según reglamento sanitario y código de salud vigentes.

4. Qué se debe hacer para obtener el carnet de manipulador

Para el personal de planta o manipuladores, expendedores de alimentos el costo del carnet manipulador es de 25 Bs.

Paso 1; El interesado deberá presentarse en oficinas de Salud Ambiental SEDES, en ayunas con su cédula de identidad previa cancelación caja de la institución, portando la situación respectiva.

Paso 2; Toma de muestras en laboratorios del SEDES durante tres días.

Paso 3; Entrega de resultados y revisión médica.

- Entrega de carnet de manipulador a personas sanas. En caso de encontrarse alguna patología infecciosa en el manipulador, el mismo tendrá que efectuar tratamiento una vez concluido se le entregará el carnet.

Anexo N° 7**REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO EN EL
SENASAG**

1. Formulario de solicitud
2. Fotocopia del NIT
3. Croquis de la ubicación de la empresa
4. Croquis de la distribución de la empresa
5. Comprobante de pago según categoría en una determinada cuenta bancaria
6. Acta de inspección (realizada por el personal de SENASAG)
7. Cancelación por el análisis de agua y por línea de productos
8. Manifiesto ambiental (industrias y mataderos)
9. Informe técnico (sujeto a inspección y resultados de análisis de laboratorio)
10. Solicitud de aprobación de modelo de etiqueta (aprobado por el SENASAG)
11. Otorgación del registro sanitario SENASAG.

Anexo N° 8

ENTREVISTA AL GERENTE PROPIETARIO DE LA EMPRESA SAN ROQUE: RENE FERNANDEZ

La entrevista realizada al gerente propietario de la empresa San Roque se realizó de manera personal, con el fin de obtener información relevante sobre la empresa.

1. ¿Cuándo fue creada la empresa?

R. La fábrica de hielo San Roque fue creada el 28 de diciembre de 1998

2. ¿posee la empresa visión y misión? ¿cuáles son?

R. La empresa San Roque, no tiene una visión y misión en forma escrita, pero se encuentra definida de la siguiente manera:

Visión: Constituir a San Roque en una empresa líder en la venta de hielo en la ciudad de Tarija.

Misión: La empresa está dedicada a la venta de hielo con la finalidad de satisfacer la demanda del mercado, buscando siempre ofertar un producto de calidad.

3. Al iniciar su actividad económica, ¿Cuál fue su capacidad de producción y cuál es la actual?

R. La empresa contó con una capacidad de producción de 4.6 toneladas métricas por día (TM/día) de hielo y actualmente cuenta con una capacidad de producción de 10 (TM/día) de hielo, sin embargo, actualmente sólo se utiliza el 40 al 80% de la capacidad instalada, dependiendo de la demanda del mercado.

4. ¿Cómo distribuía su producto al inicio y en la actualidad?

R. San Roque en sus inicios distribuía su producto mediante canales de distribución, en catorce puntos de venta, actualmente distribuye su producto a través de la venta directa y canales de distribución, contando con trecientos puntos de venta y tres carros distribuidores.

5. ¿Cómo logró ser la empresa líder en fabricación de hielo?

- R.** San Roque se logra posicionar como líder en el mercado gracias a la atención al cliente, distribución personalizada, calidad en su producto, conocimiento del mercado, y tecnología de manipuleo con las que se cuenta.

PRODUCCIÓN**6. ¿Cómo se realiza el proceso de elaboración de su producto?**

- R.** La maquinaria que se utiliza para la producción de hielo es automática, por lo cual, el proceso de elaboración del mismo es automatizado por lo que no interviene en gran medida la mano del hombre, es decir, el agua es purificada y convertida en hielo a través de diferentes máquinas llegando a un punto de congelación de 24 grados bajo cero.

7. ¿De dónde obtiene su materia prima?

- R.** La obtención de agua proviene de un pozo propio de la empresa, pagando por este beneficio los derechos correspondientes a la empresa COSAALT.

8. ¿En qué presentaciones distribuye su producto?

- R.** La producción de hielo se realiza en tres formas básicas, en barras de 60 y 70 kilogramos, en cubitos de hielo en envases de polietileno de 1 y 3 kilogramos y hielo picado en quintal.

9. ¿Realiza algún control de calidad para su producto?

- R.** Se realiza un análisis periódico en el laboratorio U.A.J.M.S, el cual brinda asesoramiento técnico en el control de calidad de alimentos y bebidas .

Asimismo, la empresa cumple con las restricciones y normas sanitarias que reglamenta el SEDES para la elaboración de productos alimenticios y cuenta con un registro sanitario otorgado por el SENASAG, los cuales garantizan que los productos salgan al mercado en las mejores condiciones de calidad e higiene, aptas para el consumo humano.

10. ¿Para el mantenimiento de su maquinaria cuenta con personal interno?

- R.** Los problemas que se presentan en la parte mecánica y de mantenimiento son atendidos mensualmente por personal externo especializado.

COMERCIALIZACIÓN

11. ¿Los precios de sus productos son iguales a los de la competencia?

R. Los precios de San Roque, respecto a los de la competencia son relativamente más altos, sin embargo, la empresa posicionó en el mercado una imagen fuerte y confiable, que de alguna manera opaca la presencia de sus competidores. El margen de diferencia de Hielo San Roque en relación a los precios de la competencia se diferencia en el precio de fábrica, ya que la mayoría de los puntos de ventas, venden este producto de diferentes empresas al mismo precio.

12. ¿Realiza algún tipo de publicidad y promoción para la empresa?

R. Actualmente, San Roque no realiza publicidades televisivas y radiales para dar a conocer su producto, así mismo, no realiza ningún tipo de promociones para motivar la compra de los consumidores.

Sin embargo, la empresa realiza publicidad escrita incluida en murales y vehículos distribuidores pintados, carteles, entre otros.

RECURSOS HUMANOS

13. ¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa?

R. La empresa cuenta actualmente con diez trabajadores permanentes y cinco trabajadores eventuales los cuales son requeridos para el mantenimiento y para realizar auditorías de la empresa.

14. ¿Podría detallar su escala salarial?

- Roberto Flores, Contador Bs. 2500
- Maribel Areco, Secretaria Bs. 2050
- Irma Gamarra, Producción Bs. 1909
- Noemi Tevez, Producción Bs. 1500
- Manuel Guerrero, Ventas Bs. 1800
- Amaly Tarraga, Ventas Bs. 1300

- Gabriel Ortega, Operario Bs 1600
- Jorge Valdivieso Bs. 1500
- Irma Aparicio, Limpieza Bs 1300

Además de cancelar estos sueldos, San Roque, cancela los diferentes beneficios sociales a los que por ley todos los empleados de la empresa tienen derecho, entre ellos la indemnización una vez cumplido los cinco años de antigüedad, que es equivalente un mes de sueldo por año de servicio, también son beneficiados de vacaciones, subsidios, etc.

15. ¿Posee un organigrama de la empresa? ¿Cuenta con manual de funciones para sus trabajadores?

R. La empresa no cuenta con un organigrama ni con un manual de funciones por escrito, sin embargo, el gerente propietario de San Roque puede definir claramente las actividades que debe desempeñar cada uno de los trabajadores.

16. ¿Qué aspectos laborales brinda a sus empleados?

R. La empresa San Roque brinda a sus empleados aspectos laborales como:

- Condiciones físicas de las instalaciones de trabajo.
- Seguro social.
- Capacitación en CAINCOTAR especialmente para el sector contable.
- Igualdad de oportunidades para todos los miembros de la empresa.

Anexo N° 9

Cuestionario

El presente cuestionario está dirigido a la población de Tarija, con el propósito de obtener información para fines investigativos, por lo tanto, solicitamos su cooperación, su ayuda será valiosa.

Se le pide amablemente que sus respuestas sean sinceras para lograr la objetividad de los datos.

1. ¿Ud. y los miembros de su familia, consume Helados?

Si ()

No ()

2. ¿En qué situaciones consume helados con más frecuencia?

En las comidas () Compartimientos con amigos ()

Después de actividades deportivas () en días soleados ()

3. ¿Dónde le gusta adquirir el producto de helados para una mayor comodidad?

Puestos de barrio () A domicilio () Otros ()

4. ¿En qué lugar compra sus productos con regularidad?

Pil Tarija () Delicia () Cabrera ()

Panda () OTROS ()

5. Marque con una (X) el producto que consume con mayor frecuencia.

Crema () de galleta () agua () Otros ()

6. ¿Cuántas veces a la semana consume helados?

1 - 2 veces () 4 - 5 veces ()

Todos los días () No consumo hielo ()

7. ¿Qué factor considera importante al momento de adquirir el producto?

Precio () Presentación ()
 Buena atención () El sabor ()

8. ¿Qué Red Social utiliza con mayor frecuencia?

Facebook () Instagram ()
 Twitter () WhatsApp ()

9. ¿Conoce la empresa “Hielos San Roque” y el producto que ofrece?

Si () No ()

10. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de lo que ofrece la empresa “*Hielos San Roque*”?

Televisión () Radio () Internet () Periódicos ()
 Publicidad Exterior (carteles, vallas, afiches, pantallas electrónicas. ()

11. ¿En qué horario lo ve más conveniente consumir helados?

Mañana () Tarde () Noche ()

12. ¿considera importante que la empresa escuche su sugerencia?

Si () No ()

13. Genero

Masculino ()

Femenino ()

14. Edad

15 – 19 ()

20 - 24 ()

25 o más ()

Anexo N° 10
FÁBRICA DE HIELO SAN ROQUE











ANEXO N° 11
UBICACIÓN DE LA FABRICA DE HIELO SAN ROQUE

