



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

PLAN OPERATIVO F UPP 73 01

NOMBRE INICIATIVA:	Introducción Masiva de Carne y Subproductos del Avestruz en el Mercado Nacional e Internacional.
EJECUTOR:	Sociedad Agrícola Las Cañas Ltda..
CODIGO:	<u>IMA-2007-0038</u>
FECHA	29 de Septiembre de 2008

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA


EJECUTOR


Fundo Graneros - Parcela 2a
Punitaqui - IV Región

PROGRAMA DE TRABAJO del PROYECTO



**CONVOCATORIA 2007
IMA 0038-2007**



Fundo Graneros - Parcela 23
Punataqui - IV Región

TABLA DE CONTENIDOS

A. GENERAL DE LA PROPUESTA

- I. ANTECEDENTES GENERALES
- II. OBJETIVOS
- III. CARTA GANTT
- IV. HITOS
- V. PRESUPUESTO CONSOLIDADO

B. PARA CADA INSTRUMENTO

B1. ESTUDIO Y PROYECTO

- I. TIPO
- II. ANTECEDENTES GENERALES
- III. OBJETIVOS
- IV. METODOLOGIA
- V. RESULTADOS E INDICADORES
- VI. COSTOS Y APORTES
- VII. EQUIPO PROFESIONAL



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

FOLIO BASES:		CÓDIGO (Uso interno)	FIA-	Ima-2007-0038		
--------------	--	----------------------	------	---------------	--	--

A. GENERAL DE LA PROPUESTA IMA 0038/2007



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

I. ANTECEDENTES GENERALES

1. NOMBRE DE LA PROPUESTA:	
Introducción masiva de carne y subproductos del Avestruz en el mercado nacional, e internacional.	
2. SECTOR:	Pecuario
3. PRODUCTO:	Carne y subproductos del Avestruz
4. REGIÓN:	Coquimbo
5. PERIODO DE EJECUCION:	
FECHA DE INICIO	01/10/2008
FECHA DE TÉRMINO	30/03/2009
DURACIÓN	06 meses
6. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE (Anexos I y II)	
NOMBRE EMPRESA	Sociedad Agrícola Las Cañas
REPRESENTANTE LEGAL:	Luis Alfonso Sánchez Barrera
FIRMA	

II. OBJETIVOS

<p>Objetivo general</p> <p><i>Objetivo general</i></p> <p>Lograr la introducción masiva de carne y subproductos de avestruz en el mercado nacional, e internacional. (plazo; un año)</p>

III. CARTA GANTT (Presentado en Anexo III)

IV. HITOS

Instrumento: Proyecto

	Hito	Descripción breve	Fecha
1	Mejoramiento imagen corporativa y de productos.	Materialización de la nueva imagen corporativa, etiquetado, desarrollo de <i>packaging</i> , entre otros.	En proceso
2	Puesta en marcha de la acción promocional.	Puesta en acción de la estrategia promocional itinerante, en las salas de venta de los supermercados donde está presente Agrícola Las Cañas. (D&S, DECA)	Desde Oct. 2008
3	Desarrollo de nuevos productos.	Producto de las alianzas estratégicas, se espera el desarrollo de nuevos productos con mayor valor agregado, que amplíen el portfolio de la empresa.	Desde Oct. 2008
4	Adquisición de software de gestión, levantamiento de página web, y adquisición de Activos.	Puesta en marcha del software de gestión, habilitación, y difusión de la página web.	Desde Oct. 2008



V. PRESUPUESTO CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA

ITEM (a)	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH	0	0%	0	0%	0	0%
EQUIPAMIENTO (b)	9.498,0	25,3%	0	0%	9.498,0	16.4%
INFRAESTRUCTURA			0	0%	0	0 %
VIATICOS/MOVILIZACION	1.499,8	4.0%	526,1	2.6%	2.025,9	3.5%
MATERIALES E INSUMOS	3.822,9	10.2%	9.455,3	46.2%	13.278,2	22.9%
SERVICIOS DE TERCEROS	4.998,5	13.3%	7.734,5	37.8%	12.733,0	22.0%
CAPACITACION	2.000,1	5.3%	294,9	1.4%	2.295,0	4.0%
DIFUSION	13.677,6	36.5%	500,5	2.4%	14.178,1	24.5%
GASTOS GENERALES	1007,6	2.7%	259,9	1.3%	1.260,3	2.2%
GASTOS DE ADMINISTRACION			1.700,0	8.3%	1.700,0	2.9%
IMPREVISTOS	1.000,0	2.7%	0	0%	1000,0	1.6%
TOTAL	37.504,5	100%	20.471,1	100%	57.975,6	100%
(%)	65%		35%		100%	

(a) La pertinencia de los ítems está asociada al tipo de instrumento. A excepción de infraestructura, la que no se puede financiar con aportes en ninguno de los instrumentos que componen la convocatoria.

(b) En cualquier caso, los aportes FIA sólo permiten financiar equipamiento menor.

NOTA

- Es preciso destacar que del ítem equipamiento sólo se han asignado para el proyecto M\$ 9.498,0 de un total de M\$ 23.000 aprobados en la propuesta original. El cambio se ha debido a dos factores; a) uno derivado de las prioridades surgidas como resultado del proyecto en que la difusión pasa a ser parte clave para el posicionamiento productor-marca de la empresa en el mercado objetivo, y el otro factor que ha incidido en este cambio b) es el tiempo transcurrido entre la aprobación inicial de la propuesta (hace un año atrás), y las actuales necesidades que se concentran en la implementación de la acción promocional para dar a conocer y difundir la gama de productos de la empresa, con el fin de lograr el posicionamiento base que se busca lograr. En forma análoga el presupuesto de infraestructura con aporte de 100% de la empresa, se ha reasignado a las partidas de materiales e insumos, y servicios a terceros cuyo fin es potenciar la puesta en acción de la estrategia de difusión y promoción de la gama de productos de la empresa.

2. Reasignación Ítem Equipamiento

Inicialmente aprobado : M\$ 23.000
Asignado en el Proyecto : M\$ 9.498
Saldo por reasignar : M\$ 13.502

Reasignaciones

a) Difusión : M\$ 12.178,1
b) Materiales e Insumos : M\$ 1.323,9
c) Total Reasignaciones : M\$ 13.502



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

3. B. PARA CADA INSTRUMENTO



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

B1. ESTUDIO Y PROYECTO

I. TIPO

Proyecto

II. OBJETIVOS

Objetivo Instrumento: PROYECTO

Objetivo general

Lograr la introducción masiva de carne y subproductos de avestruz en el mercado nacional, e internacional. (plazo; un año)

Nº	Instrumento	Objetivos específicos (priorizar no más de 5 objetivos por instrumento)
1	Proyecto	Establecimiento de un cambio en la imagen corporativa, y de producto-marca, en concordancia con los estándares vigentes en el visual en la industria del <i>retail</i> .
2		Puesta en acción de la estrategia promocional en salas de venta de los supermercados donde está presente Las Cañas. <ul style="list-style-type: none"> • Esto permitirá un crecimiento de las ventas asociado a la campaña de promoción y ventas puesta en acción en supermercados tales como, Lider, Deca-Unimarc, Korlaet, entre otros. • Compra de equipamiento para la puesta en acción del <i>team</i> promocional.
3		Consolidación de alianzas estratégicas en las áreas de faenamamiento, procesamiento, y distribución de producto, las que permitirán incrementar la incorporación de valor agregado, y consolidación del actual portfolio de negocios de la empresa.
4		<p><u>Integración Tecnológica</u></p> <p>4.1 Introducción de tecnologías de información para lograr mejoras en la integración de sistemas destinados a optimizar los</p>

		<p>sistemas de planificación y gestión de la empresa, como asimismo, dar a conocer la empresa por medio de la web. (desarrollo de una página web)</p> <p>4.2 Integración de tecnología complementaria a la existente en la empresa que cumple con el faenamiento de los productos. (Winter)</p> <p>Se requiere de una máquina escalopera, y una selladora, máquinas que no están disponibles, que mejorarán la calidad de los cortes y los sellados de los productos terminados.</p>
--	--	--

III. METODOLOGIA



Instrumento 2: PROYECTO

Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

- *Descripción de la metodología a utilizar:*

La metodología a utilizar considera los siguientes puntos:

4.1 Ajuste del visual de la gama de productos al estándar de la industria del retail.

Se hace necesario el diseño, y confección de etiquetas, cajas, y contenedores donde se agrupan las cajas, para mejorar la presentación, a los actuales productos, y aquellos en desarrollo. El ajuste del visual apunta a desarrollar presentaciones que estén sobre el estándar de la industria del retail, y estar así, en condiciones de equivalencia competitiva con los demás productos de competencia directa, o indirecta.

4.2 Desarrollo de nuevas presentaciones de productos para ampliar la actual variedad, y así reducir el riesgo comercial de contar con una variedad restringida de productos. (control del riesgo comercial)

Se precisa del desarrollo de nuevos productos para ampliar la gama existente, y con ello, desarrollar una diversificación controlada mediante la cual, se evite el alto riesgo que significa operar con un *portfolio* extremadamente concentrado.

4.3 Desarrollo de alianzas estratégicas, necesarias para el desarrollo de nueva variedad de productos (procesamiento), y la realización de mejoras en la logística de almacenamiento, y distribución.

Las alianzas estratégicas vienen en subsidio de las actuales falencias de la empresa, un camino intermedio para suplir deficiencias que se localizan en el almacenamiento, la distribución, el procesamiento, y desarrollo de nuevos productos.

4.4 Implementación de una campaña promocional itinerante (difusión), para dar a conocer toda la gama de productos de la empresa.

De no contar con la publicidad tradicional, se hace imprescindible, el desarrollo de una campaña promocional mediante la cual dar a conocer un producto no tradicional. Por ello, la realización de promociones de venta donde la degustación es un paso para el acercamiento entre el producto y el potencial consumidor, resulta clave.

La campaña promocional se plantea que sea itinerante para consolidar cobertura geográfica, así, con el objeto de estar presente en las salas de venta más emblemáticas de los supermercados donde se participa, para mejorar su impacto y efectividad.

Dentro del contexto de difusión alterna, se cuenta con la necesidad de desarrollar una página *web*, para mantener un contacto con los clientes, y los potenciales compradores. La presencia que da la página *web*, está más allá de ser un lugar en el ciberespacio, para pasar a ser un medio de contacto permanente entre la empresa, sus productos, sus promociones, y el cliente mismo.

4.5 Integración tecnológica en los ámbitos de gestión, promoción y presencia corporativa, y procesos.

La incorporación de tecnologías de información por una parte, y por la otra, tecnología dura para la optimización y control de procesos, será clave para optimizar la funcionalidad operacional, y corporativa de la empresa en su conjunto.

La adquisición de software administrativo para la integración y convergencia de los procesos de control de gestión, resolverá el actual estado de fragmentación de los sistemas de información existentes.

El área de procesos mejorará en cuanto a la calidad de los cortes y el aseguramiento de calidad en la fase de sellado, con la adquisición de una escalopera, y una selladora.

Finalmente, el levantamiento de un sitio *web* permitirá a la empresa contar con un medio de contacto y difusión corporativa con los actuales, y potenciales clientes.



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

IV. RESULTADOS E INDICADORES

Resultado o producto		Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
Nº	Nombre			
1	Cambio Imagen producto-marca	<i>Desarrollo de diseños de nuevo logo, etiquetas, y cajas para su posterior confección.</i>	1. Manual corporativo, el que incluye el desarrollo de nuevos diseños de logo, etiquetas, cajas. 2. Confección de nuevas cajas, envases, packs de promoción, y etiquetas.	1
2	Puesta en acción de la campaña promocional	<i>Materialización de la campaña promocional destinada a dar a conocer y posicionar el producto-marca de la empresa.</i>	1. Adquisición del equipamiento, e implementación de los medios de apoyo para usar en las promociones itinerantes. 2. Compra de los implementos necesarios para la difusión. (merchandising promocional y corporativo, y en salas de venta) 3. Desarrollo de capacitación para la realización exitosa de las degustaciones. 4. Disponer de un coordinador, y controlador del proyecto.	2
3	Consolidación alianzas estratégicas	Aplicable a las áreas de faenado, procesamiento, y almacenamiento y distribución.	1. Contrato con procesadora, y con empresa de logística con cobertura nacional. 2. Elaboración de nuevos productos; filete, salame, paté nueva variedad.	3
4	Integración tecnológica	<i>La integración de tecnología se aplica a las áreas de control de gestión, promoción corporativa de la empresa (website), y al control crítico de la calidad en el área de procesamiento (cortes, y sellado)</i>	1. Compra software administrativo. 2. Desarrollo y promoción de página Web. 3. Adquisición de escalopera, y máquina de sellado.	4



V. ESTRUCTURA DE COSTOS Y APORTES

En el archivo Excel que se adjunta, "Estructura de Costos y Aportes.xls" deben completarse los siguientes cuadros:

Flujo mensual de Aportes FIA de cada instrumento

Flujo mensual de Aportes Empresa de cada instrumento

Flujo mensual total (Aportes FIA y Empresa) de cada instrumento

Para completar dichos cuadros, se debe usar una **Memoria de cálculo**, la cual también está incluida en el archivo Excel mencionado.

Los flujos y presupuesto consolidado, como se indica, vienen adjuntos en CD junto a esta presentación.

Flujo mensual de Aportes FIA Instrumento 2: (En M\$ = Millones de pesos chilenos)
PROYECTO

ITEM	Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
RRHH	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EQUIPAMIENTO	9498,0	4500,0	4998,0	0,0	0,0	0,0
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION	1499,8	0,0	405,0	405,0	405,0	284,8
MATERIALES E INSUMOS	3822,9	3822,9	0,0	0,0	0,0	0,0
SERVICIOS DE TERCEROS	4998,5	4998,5	0,0	0,0	0,0	0,0
CAPACITACION	2000,1	0,0	2000,1	0,0	0,0	0,0
DIFUSION	13677,6	0,0	13677,6	0,0	0,0	0,0
GASTOS GENERALES	1007,6	0,0	1007,6	0,0	0,0	0,0
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS	1000,0	1000,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL	37504,5	14321,4	22088,3	405,0	405,0	284,8

The image shows a handwritten signature in black ink above a circular logo. The logo contains the text "Las cañas" in a cursive font and "Ostrich" in a smaller, simpler font below it.

Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

Presupuesto consolidado Propuesta (En M\$ = Millones de pesos chilenos)

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%(1)	M\$	%(1)	M\$	%(1)
RRHH	0,0	0%	0,0	0%	0,0	0%
EQUIPAMIENTO	9.498,0	25%	0,0	0%	9.498,0	16%
INFRAESTRUCTURA			0,0	0%	0,0	0%
VIATICOS/MOVILIZACION	1.499,8	4%	526,1	3%	2.025,9	3%
MATERIALES E INSUMOS	3.822,9	10%	9.455,3	46%	13.278,2	23%
SERVICIOS DE TERCEROS	4.998,5	13%	7.734,5	38%	12.733,0	22%
CAPACITACION	2.000,1	5%	294,9	1%	2.295,0	4%
DIFUSION	13.677,6	36%	500,5	2%	14.178,1	24%
GASTOS GENERALES	1.007,6	3%	259,8	1%	1.267,4	2%
GASTOS DE ADMINISTRACION			1.700,0	8%	1.700,0	3%
IMPREVISTOS	1.000,0	3%	0,0	0%	1.000,0	2%
TOTAL	37.504,5	100%	20.471,1	100%	57.975,6	100%
%(2)	65%		35%		100%	



Las cañas
Ostrich

Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

VI. EQUIPO PROFESIONAL (Debe adjuntar en Anexo IV y V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros)

Para completar el cuadro refiérase a los siguientes tipos:

1. Coordinador
2. Asesor o consultor externo
3. Técnico de apoyo
4. Administrativo
5. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)



Fundo Graneros - Parcela 2a
Punitaqui - IV Región

Nombre	Tipo	Función o tarea a desarrollar	Instrumento
Luis Alfonso Sánchez	Dirección y coordinación del Proyecto	Dirección y coordinación general del proyecto.	Proyecto
Patricio Saavedra L.	Asesor	Desarrollo y articulación general del proyecto.	Proyecto
Sofía Corral	Coordinadora del Proyecto	Coordinación operacional.	Proyecto
Luis Enrique Muñoz G.	Publicista	Desarrollo de imagen, packaging, asociado al producto-marca.	Proyecto



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

ANEXOS



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

ANEXO I: FICHA DE DATOS INSTITUCIONALES

Ficha Empresa Postulante

Nombre de la organización, institución o empresa	Sociedad Agrícola Las Cañas Ltda.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	Coquimbo		
Ciudad o Comuna	Ovalle		
Fono			
Fax			
Email			
Web	www.lascagnas.cl		
Tipo entidad (C)	Productiva y de procesamiento		

(C) Ver notas al final de este anexo



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES

Ficha Representante(s) Legal (es)

(Esta ficha debe ser llenada tanto por el Representante Legal de la Empresa que postula)

Nombres	Luis Alfonso		
Apellido Paterno	Sánchez		
Apellido Materno	Barrera		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Soc. Agrícola La Cañas Ltda.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Socio Gerente		
Dirección (laboral)	Augusto D'Halmar 730		
País	Chile		
Región	Coquimbo		
Ciudad o Comuna	Ovalle		
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	www.lascagnas.cl		
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
Etnia (A)			
Tipo (B)	Profesional		

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

Nota: Se deberá repetir esta información tantas veces como números de representantes legales participen

Las cañas
Ostricia

Fundo Graneros - Parcela
Punitaqui - IV Región

Ficha Coordinador

(Esta ficha debe ser llenada tanto por el Coordinador de la propuesta)

Nombres	Sofía		
Apellido Paterno	Corral		
Apellido Materno	Alonso		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Soc. Agrícola La Cañas Ltda.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	<input type="checkbox"/> Pública	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Privada
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Operaciones		
Profesión	Ing. Ejec. Agrícola		
Especialidad			
Dirección (laboral)	Augusto D'Halmar 730		
País	Chile		
Región	Coquimbo		
Ciudad o Comuna	Ovalle		
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	www.lascagnas.cl		
Género	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Femenino
Etnia (A)			
Tipo (B)	Profesional		

(A), (B): Ver notas al final de este anexo



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

(C) Tipo de entidad

Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores pequeños
Organización o Asociación de Productores mediano-grande
Empresas productivas y/o de procesamiento
Sin clasificar



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región



Fundo Graneros - Parcela 23
Puntaqui - IV Región



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

(VER FORMATO SUGERIDO EN ARCHIVO EXCEL "FORMATO CARTA GANTT.XLS")

CARTA GANTT GENERAL DEL PROYECTO

Fecha inicio del Proyecto:
30/10/2008

Fecha de Término:
30/03/2009

Instrumento	Act_ N°	Actividad	Meses																		
			Oc t.	No v.	Di c.	En e.	Fe b.	Ma r.	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
	1	Rediseño de cajas, envases, etiquetas	■																		
	2	Confección de cajas, envases, etiquetas	■																		
	3	Consolidación de alianzas estratégicas	■																		
	4	Integración tecnológica	■																		
	5	Activación de alianzas estratégicas	■																		
	6	Puesta en acción de campaña promocional																			
	6,1	Promoción en Supermercados II Región																			
		Antofagasta 6 locales: (Korlaet 4, Líder 1, Jumbo 1)	■																		
		Calama: Korlaet 1		■																	



Fundo Graneros - Parcela 23
Punitaqui - IV Región

Mercado General

El mercado mundial tiende al consumo alimentario más sano y seguro para las personas, esto se ha debido en parte a la inestabilidad biosanitaria surgida de la crisis de las vacas locas que afectó Europa a inicios de esta década, tal como la gripe aviar también estuvo presente en los mercados mundiales a mediados de los 90's. De ello, los mercados han derivado la búsqueda de carnes alter natives lo que explica un consumo de carnes más seguras, y a su vez más sanas, con menor contenido graso. A estos cambios se adicionan los nuevos estilos de vida que buscan una dieta alimentaria en armonía con la estética, así, salud y estética van configurando una tendencia de la cual Chile no se excluye, acorde a la mayor integración global derivada de la movilidad física de las personas entre países, la cada vez mayor conexión tecnológica (internet), las comunicaciones, el transporte de carga en general, entre otros factores.

Por otra parte el mercado de los productos alimentarios, es un mercado que está, y estará en crecimiento en la medida que la tasa de sobrevivencia de la población mundial está excediendo los 70 años debido a los avances experimentados por la medicina, y la tasa de crecimiento de la natalidad se mantenga. De esta forma este mercado se caracterizará por una diversidad de oportunidades, mediante fórmulas tradicionales, y otras alternativas.



Mercado Objetivo

Mercado nacional

El mercado objetivo abarca los segmentos ABC1, C2 y sus mixturas, donde el nivel de ingresos C2 está por sobre los M\$ 2.000, y en adelante. En el caso del ABC1, para el gran Santiago, representa aproximadamente un 10% de la población, unos 400.000 consumidores, pero dado que la cobertura geográfica es nacional, el mercado objetivo será superior a esa cifra que sí sirve como un referente base para la cuantificación del mercado objetivo.

Algunas de las características asociadas al mercado objetivo, se adjuntan más abajo, se tiene más información con mayor grado de detalle respecto al estilo de vida del target relevante para la empresa.

Caracterización general del mercado objetivo

Segmento	Origen	Nivel de ingresos	Vehiculos
AB	Distintos profesionales, empresarios, gerentes de grandes empresas, etc.	> M\$ 6.000	> 2 de las marcas más caras
BC1	Distintos profesionales, empresarios, gerentes de grandes y medianas empresas, etc.	> M\$ 6.000	> 1 de buenas marcas
C1	Familiares de profesionales, gerentes, y subgerentes	entre 3.000 a 6.000	al menos uno de buena marca y del año
C2C1	Familiares de profesionales, gerentes, y subgerentes de empresas medianas y pequeñas	entre 2.000 y 3.000	1 o dos de marcas intermedias