



**ima**

**INNOVACION MARKETING  
AGROALIMENTARIO**

AGREGUE VALOR A SU PRODUCTO

# **INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO**

## **FORMULARIO DE POSTULACION**

---

### **CONVOCATORIA 2007**

**CHECK LIST**

- ⇒ Propuesta original completa en formulario correspondiente a la convocatoria
- ⇒ Dos copias de la propuesta original
- ⇒ Firma de Representante Legal en la propuesta original
- ⇒ Antecedentes legales de la Empresa postulante
- ⇒ Ficha de Datos Institucionales
- ⇒ Ficha de Datos del Representante Legal
- ⇒ Ficha de Datos del Coordinador
- ⇒ Cuadro con el presupuesto de costos y aportes por instrumento
- ⇒ Respaldo antecedentes de Mercado
- ⇒ Antecedentes de ventas

FOLIO BASES:		CÓDIGO (Uso interno)	FIA-		-C-2007-1		
--------------	--	-------------------------	------	--	-----------	--	--

**I. ANTECEDENTES GENERALES****1. INSTRUMENTO AL QUE POSTULA:**

PROYECTOS	<input checked="" type="checkbox"/>	ESTUDIOS	<input type="checkbox"/>	CURSO PASANTÍA	<input type="checkbox"/>
-----------	-------------------------------------	----------	--------------------------	----------------	--------------------------

**2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:**

Aumento potencial, tanto de la producción como así también de la demanda de mermelada de pepino dulce, néctar, y derivados.

**3. SECTOR:**

Agroindustrial

**4. RUBRO:**

Frutales Menores

**5. REGIÓN:**

Cuarta Región, Coquimbo

**6. PERIODO DE EJECUCION:**

FECHA DE INICIO	10 de Enero, 2008
FECHA DE TÉRMINO	10 de Enero , 2009
DURACIÓN	12 Meses

**7. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES:**

FIA	%	EMPRESA	%	COSTO TOTAL

**8. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE (Anexos I y II)**

NOMBRE EMPRESA	Carlos Hernán Bugeño Toro
REPRESENTANTE LEGAL:	Carlos Hernán Bugeño Toro
FIRMA	Nombre de Fantasía: "Productos Barbarita"

**9. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA****9.1. Tipo de actividad** (Marca con una X, una sola alternativa)

Productora, procesadora, distribuidora y comercializadora	
Productora, procesadora y comercializadora	
Productora, distribuidora y comercializadora	
Procesadora, distribuidora y comercializadora	X
Procesadora y comercializadora	

**9.2. Nivel de ventas**

Periodo	Moneda	Valor
2005		
2006 a Agosto 2007		
Promedio (últimos 5 años)		

Comentarios u observaciones: La resolución Sanitaria, fue obtenida el día 31 de Enero del año 2006, desde ése momento, las ventas aumentaron considerablemente por concepto de formalización, generando la posibilidad real de llegar a otros mercados como lo son la tercera y cuarta región del país, y nutriendo al mercado local, con los productos elaborados.

**9.3. Descripción del proceso productivo**

El proceso se inicia con la compra de insumos (pepinos de fruta) a los proveedores del sector (agricultores), tales productos se acopian, pasando posteriormente a una sala de procesos, donde se inicia el correspondiente lavado, pelado y cocido de tales productos. Posterior a ello, se inicia la etapa de selección, donde se derivan tanto a la producción de Pepinos al Jugo, Mermeladas, Jarabes y Néctar, dependiendo de un proceso de elección de consistencia, madurez y dulzura. Posteriormente, se adhieren los preservantes respectivos, pasando finalmente a la etapa de envasado y etiquetado para ser guardados a temperatura ambiente en una sala de acopio de productos terminados.

**9.4. Experiencia comercial****Cuadro: Productos exportados** (incluir el producto que es objeto de la presente propuesta)

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	VOLUMEN	AÑO INICIO DE VENTAS	MERCADOS DE DESTINO

**Cuadro: Productos vendidos en el territorio regional o nacional** (incluir el producto que es objeto de la presente propuesta)

<b>IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>VOLUMEN</b>	<b>AÑO INICIO DE VENTAS</b>	<b>MERCADOS DE DESTINO</b>
Mermelada de Pepino de Fruta	2.517 Kilos	2004	Supermercados DECA, San Juan, la Italiana y Pastelería Piandy, Ciudad de Ovalle.
Néctar de Pepino Dulce	2.812 Unidades	04/03/2006	Supermercados San Juan, la Italiana y Pastelería Piandy, Ciudad de Ovalle, Cadena de Supermercados DECA desde la tercera a la cuarta Región del país (Desde Ovalle a el Salvador)

**9.5. Otros antecedentes**

Los productos terminados, señalados previamente, son distribuidos tanto a la cadena de supermercados Rendic (deca), detallando tales productos, como así también a supermercados y Pastelerías locales de la Ciudad de Ovalle, entregándoles productos que les sirven de insumos para posteriores elaboraciones de todo tipo de repostería. En general con lo anterior, se pretende siempre el abarcar dos segmentos de clientes distintos, el dedicado a consumir el producto tal cual cómo lo elaboramos y aquél, que es cliente cautivo de los productos de repostería que son elaborados en las pastelerías, es decir, el cliente a quienes proveemos y en la cual nosotros, a través de nuestra entrega, nos constituimos en parte esencial de la cadena de valor de las empresas a quienes entregamos nuestros insumos.

**10. DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

**10.1. Calidad intrínseca** (características físicas y organolépticas como forma, color, aroma. Mayores detalles son entregados en el instructivo).

**Néctar de Pepino Dulce:** Producto sin colorantes, de un color amarillo algo oscuro, con tres cuartos de pulpa, con baja acidez, de agradable sabor y suave aroma; por su baja acidez, le da un suave sabor a pepino, con dulzor agradable al paladar, además de bajo en calorías y su forma de elaboración (esterilizado o al vacío) da plena seguridad en su consumo.

**Mermelada de Pepino Dulce:** Producto sin colorantes, preservantes ni espesantes, que posee solamente pulpa y azúcar, con trozos de fruta, de color semianaranjado, que en la cubierta de una marraqueta (pan) toma un color amarillo claro, también bajo en acidez, que lo hace ideal como producto de repostería. Tal producto en sí (Mermelada), al someterlo a altas temperaturas, no pierde sus cualidades organolépticas que la caracterizan.

**10.2. Calidad extrínseca** (características físicas y organolépticas como forma, color, aroma. Mayores detalles son entregados en el instructivo).

**Néctar de Pepino Dulce:** Producto elaborado y Envasado por Productos BARBARITA Carlos Bugueño Toro, La Torre S/N, Comuna de Ovalle, Cuarta Región. Fono (53) 622141. Res.Exenta n° 93 del 31/01/2006 S.S IV Región Coquimbo.

Porción en cucharadas (280 gr.), Porción por envase (1)

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción en cucharadas	(280 gr )	
Porción por envase	(1)	
	<b>100 gr</b>	<b>1 Porción</b>
Energía (K cal)	52	147
Proteínas (g)	0.2	0.5
Grasa Total (g)	0.2	0.6
Hidratos de Carbono		
Disponibles (g)	12.4	34.7
Sodio (mg)	24	67.2

280 gr Contenido Neto

Ingredientes: Pepino de Fruta, Azúcar, Agua, Sorbato de Potasio, Benzoato de Sodio y Ácido Cítrico.

Néctar de Pepino "Barbarita", Servir Helado. Una vez abierto, refrigerar.

Duración: 2 años a partir de la fecha de elaboración.

Fecha de Elaboración \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Código de Barras: 7804618320030

**Mermelada de Pepinos:** Producto elaborado y Envasado por Productos BARBARITA Carlos Bugueño Toro, La Torre S/N, Comuna de Ovalle, Cuarta Región. Fono (53) 622141. Res.Exenta n° 93 del 31/01/2006 S.S IV Región Coquimbo.

**INFORMACIÓN NUTRICIONAL**

Porción Cucharada (15 gr)  
Porción por Envase (33)

	<b>100 gr</b>	<b>1 Porción</b>
Energía (Kcal.)	253	38
Proteínas (gr)	0.9	0.1
Grasa Total (gr)	0.5	0.1
Hidratos de Carbono disponibles (gr)	513	9.2
Sodio (mg)	19	2.9

500 gr Contenido Neto

Ingredientes: Pepino Dulce, Azúcar. No contiene aditivos, colorantes ni saborizantes Mermelada de Pepinos "Barbarita".

Una vez abierto, refrigerar

Duración: 2 años a partir de la fecha de elaboración.

Fecha de Elaboración \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Código de Barras: 7804618320009

## 11. ANTECEDENTES DE MERCADO DEL PRODUCTO OBJETIVO

### 11.1. Mercado General

**Mermelada de Pepinos:** Se traduce como mercado general todos los segmentos de reales y potenciales consumidores existentes en el territorio nacional, tanto nacional como extranjero, de todo nivel socioeconómico. Tal segmento, encontrará el producto en centros comerciales, cadenas de retail, panaderías, pastelerías y mercados de consumo al detalle, en formatos de envase de 500 gr y sachet (Bolsa) de 250 gr

**Néctar de Pepinos:** Se traduce como mercado general todo el segmento de reales y potenciales consumidores existentes en el territorio nacional, tanto nacional como extranjero, de todo nivel socioeconómico. Tal segmento, encontrará el producto en centros comerciales, cadenas de retail, panaderías, pastelerías y mercados de consumo al detalle, en formato de envase de 280 cc y de 2000 cc.

### 11.2. Mercado Objetivo

Se traduce como mercado objetivo, aquel nicho de mercado donde los productos existentes, han presentado una excelente aceptación por parte del consumidor real, de manera de potenciar la demanda. También se traduce como mercado objetivo, aquellos segmentos de mercado que aún no han sido explotados como por ejemplo, dos grandes cadenas de supermercados a nivel nacional, donde la posibilidad de contar con stock necesarios, hacen real la posibilidad de acceder a ellos, contando con el volumen necesario de producción para cubrirla y aventajándose de las economías de escala que se pudiesen tener al contar con tales volúmenes.

**II. PROPUESTA TECNICA****12. PROBLEMA A RESOLVER (U OPORTUNIDAD)**

**Mermelada de Pepinos:** La existencia en el mercado de una competencia directa, traducida en mermelada genérica en diferentes tamaños, presenta la particularidad de poseer mercado real por concepto de internalización en las costumbres del consumidor a ingerir mermeladas. El presentar a tal mercado, la posibilidad de una mermelada con un sabor diferente a los ya existentes, genera interés por su consumo, ya sea, apoderándose del mercado genérico solamente por ser mermelada y además, captando nuevos clientes, asiduos al sabor generado por el pepino en todas sus variedades. Además de lo anterior, la presencia de formatos de envase en diferentes gramos, ya sea en frascos de 500 gr y sachet de 250 grs, genera la oportunidad de captar clientes de distinto nivel socioeconómico, dándoles la posibilidad de optar por un producto de consumo masivo.

**Néctar de Pepinos:** La posibilidad de poner en el mercado potencial el producto en cuestión, genera la necesidad de contar con una cantidad necesaria de envases de 280cc para poner a disposición el producto en el mercado. La satisfacción de tal requerimiento, traducido en un problema real del proceso productivo, genera oportunidades de mercado aún no satisfechas y que entregarán al consumidor final, características físicas de presentación, que proporcionan valor al producto en sí, en términos de consumo.

**13. OBJETIVOS (se sugiere no abordar más de 2)**

- El principal objetivo que se pretende a través de la propuesta, es generar volúmenes considerables de producción de Mermelada de Pepino para hacer frente a una potencial demanda ya que, por medio del envasado al vacío, generado por una máquina de tales características, aumentan los volúmenes de stock, el producto se mantiene en el tiempo manteniendo sus características intrínsecas y organolépticas, manteniendo la opción de compra de éste por mucho más tiempo en el mercado, incluso en periodos de estacionalidad donde el frutal (pepino) es escaso o no existe.
- También se traduce como objetivo a cumplir por la propuesta, dar solución al problema generado por la falta de envases (Botellines) que permiten agregar valor al producto embotellado en él, en términos de consumo, esto es, características físicas e higiénicas, que permiten entregar al consumidor un producto con muy buena presentación, la seguridad de mantenerlo en óptimas condiciones por un tiempo máximo de dos años a partir de la fecha de elaboración. Todo lo anterior, permite a su vez, ofertar el producto en mejores condiciones y así, lograr demanda y posicionamiento en un corto y mediano plazo.

**14. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA (Si postula a más de un instrumento, debe considerar un cuadro por instrumento)****Instrumento 1: PROYECTO**

El contar con una capacidad instalada desde hace un tiempo hasta ésta parte, me han significado poseer un nivel de ventas significativo que han permitido mi permanencia en el mercado con los productos que elaboro. El desarrollo y puesta en marcha de la propuesta técnica, requiere de un grado elevado de infraestructura e instalación que ya poseo, con la cual se dará solidez a las acciones descritas a continuación, para llegar a la consecución de los dos principales objetivos señalados en el punto II (13).

Se realizará la compra de los principales insumos para la producción de ambos productos (Mermelada de Pepino y Néctar de Pepino), esto es el insumo básico Pepino Dulce o de Fruta encontrado en la zona agrícola del sector en formato de envase cajones de 16 kg neto, como así también, la maquinaria necesaria para tal proceso productivo, esto es, una depositadora o dosificadora con agitador y tolva con calefacción (Se adjunta características en anexos, al final de la pauta de proyecto), botellines para el envasado del producto néctar, las bolsas o películas para empaques de una permeabilidad intermedia precisa, que es la clave para el éxito del envasado al vacío de la Mermelada de Pepinos en condiciones frescas y durables (Se adjunta

características en anexos, al final de la pauta de proyecto), las etiquetas para las bolsas de 250 grs y para los botellines de 280cc, también se comprarán seis fondos de aluminio de 50 litros cada uno, usados para la realización de los caldos de néctar como así también, 2000 kg de azúcar, además de 2.100 unidades de cajas de cartón de dimensiones 400x180x200, necesarias para el embalaje y la presentación de los productos a las distintas unidades de negocios. Una vez tenidos todos los insumos necesarios para la producción, pasaremos a elaborar los dos principales productos descritos en la propuesta, poniendo en él, la abultada curva de aprendizaje adquirida a lo largo de estos años como productores y la excelente ingerencia técnica y directa en el proceso productivo de un Ingeniero en Alimentos, el cual se ha constituido como un enorme apoyo a la constitución y solidez de mi negocio, en términos técnicos de asesoría. Una vez obtenidos los productos terminados y guardados en stock, se comienza a dar hincapié a un proceso ya iniciado a la par con el proceso productivo, esto es, la búsqueda de mercado y la consolidación de los ya cautivos, considerando para ello, las promociones directas en los principales puntos de venta en el país (supermercados), degustaciones en salones y ruedas de negocios (iniciando la introducción del producto a bajo costo o regalado como coffee-break) con la finalidad de dar a conocer los lugares donde se encuentran a la venta, además de ferias productivas como los es la expomundorural (donde asistiremos en una tercera oportunidad), fiestas costumbristas a nivel nacional, etc., contando para ello, con la asesoría profesional técnica a nivel de consultor de un Ingeniero Comercial, con el objetivo de dar solidez a un trabajo de marketing, promoción y ventas, traducido en la ejecución del instrumento. Como medida directa en el plan de Marketing, se contratarán los servicios de promotoras que conocen muy bien las características y las bondades de ambos productos, las cuales tendrán una ingerencia directa en la búsqueda del poder de ventas como así también en la consolidación de los productos en los gustos de los consumidores, dirigido todo ello, por tal profesional en cuestión. Además de lo anterior, se elaborarán pendones como soporte promocional de ayuda a las promotoras, que permiten la identificación del producto en distintos lugares de los puntos de venta.

**Instrumento 2:**

**Instrumento 3:**

**15. RESULTADOS ESPERADOS** (Si postula a más de un instrumento, debe considerar un cuadro por instrumento)

**Instrumento 1: PROYECTO**

Se traducen como resultados esperados, aquellos avocados a aumentar los niveles de operatividad en variados aspectos: Producción, Marketing, Promoción y Nivel de Ventas. Se pretende conseguir mediante el uso de la tecnología apropiada, conseguir fidelizar aún más a los clientes reales y potenciales, con un producto totalmente nuevo e innovador que se traduce en una posibilidad más de elección en los gustos de los éstos, acortar los tiempos de producción de manera de poseer un mayor volumen en stock y con ello, introducir mayor cantidad de productos en mercados diferentes, disminuyendo los costos productivos por concepto de

economías de escala, hacer frente a demandas potenciales, en periodos donde no exista la abundancia de materias primas o insumos básicos (Pepinos de Fruta), condición, que sólo lo permite una maquina con las características descritas en el Instrumento 1. Además de lo señalado previamente, se pretende aumentar los niveles de pedido y requerimientos para la cadena de supermercados DECA desde Ovalle hasta el Salvador, como así también, aumentar los niveles de pedido en el mercado local (Supermercados, Panaderías y Pastelerías), en síntesis, aumentar considerablemente la demanda. Con la utilización de técnicas de marketing y comercialización directa, como lo son promociones en potenciales puntos de venta o de afluencia de público objetivo, se pretende buscar nuevos mercados y con ello igualmente, aumentar la operatividad del negocio y por ende los flujos de caja de éste con el objetivo final de conseguir, en un futuro no muy lejano, contar con solidez y posicionamiento a nivel regional y nacional como el único productor de éste tipo de productos.

**Instrumento 2:****Instrumento 3:****16. JUSTIFICACION GENERAL DE LA PROPUESTA**

La consolidación de una idea que siempre estuvo presente en mi mente, traducida en realidad concreta, llamada microempresa "productos barbarita", significan el punto de inicio de un largo proceso de consolidación de mi negocio, con un alto grado de motivación, confianza y visión clara de los objetivos trazados inicialmente, significaron que una idea clara, generara un negocio rentable y con enormes expectativas de crecimiento. El ahínco puesto en mi negocio desde el primer minuto que la percepción y el sentido común de un emprendedor innato, me permitieron conocer que el negocio podía ser rentable, me significaron dedicarme con tesón a la búsqueda de financiamiento para llevarlo a cabo, fue así como comencé a elaborar productos para ponerlos a disposición de posibles clientes, logrando la agradable sorpresa que tales productos poseían una gran aceptación por parte de ellos. Lo señalado previamente, dio hincapié para comenzar a lograr recursos que me permitieran el grado de formalización y operatividad necesaria para llegar a mercados más exigentes; fue así como postulé a variados proyectos públicos, ganando en todas las convocatorias, como lo son: FOSIS ( ), SERCOTEC-MÁS REGIÓN ( ), SERCOTEC Capital Semilla ( ), PDI ( ), además del programa de etiquetado, información nutricional y código de barras, emitido por el instituto de desarrollo agropecuario (INDAP) con un monto aproximado en especies de . Tal capacidad instalada, obtenida en alto porcentaje por recursos públicos enfocados a apoyar la remoción de obstáculos al desarrollo de la micro y pequeña empresa e instauradas en políticas de estado que a partir del año 2000 se han puesto en funcionamiento en nuestro país, me han permitido contar con los recursos necesarios para poseer requisitos fundamentales de operatividad e instalación, (como lo es la creación de mi sala de ventas, ubicada a un costado de la carretera D-505 que conecta a Ovalle con el balneario de Tongoy) , y desarrollo como lo es, la Resolución Sanitaria, que una vez obtenida, permitió la expansión de mis productos a los mercados en los que actualmente se encuentran y con ello, permitió además, un significativo aumento de la demanda y el poder de venta en tales mercados. La puesta en marcha de la propuesta

presentada al fondo "Innovación y Marketing Agroalimentario" a través de la realización de mi proyecto, permite seguir el curso de acción de mi empresa con productos que gozan de una aceptación ya probada en el mercado, en términos de gustos por la Mermelada de Pepinos y Néctar de Pepinos; poner en funcionamiento nuevas formas de presentación de los mismos productos que los clientes ya han aceptado, justifican el mayor poder de flujos de caja y por ende de liquides que la empresa en cuestión puede generar, ya que permiten acrecentar la demanda existente y potencial de ellos. Además de lo anterior, la propuesta se justifica en términos de innovación, ser los únicos productores a nivel nacional de productos 100% naturales y validados por el Servicio Nacional de Salud (S.S IV Región), como los elaborados por nuestra empresa, significan poseer una enorme ventaja comparativa en términos productivos (ya que los productos-insumos básicos son propios de la región y se encuentran en volúmenes necesarios y adecuados para hacer frente a una alta demanda) que permiten un costo de producción significativamente pequeño en comparación a cualquier punto de producción similar en otras regiones o zonas del país, donde para producir en características similares a las nuestras, aumentan considerablemente los costos de transacción. Tal iniciativa además me permitirá seguir soñando con la consolidación de éste importante proyecto emprendido hace cuatro años y que ha sido el soporte económico y financiero para todas mis actividades familiares, especialmente la educación de mis hijos y contribuir a una estadística positiva en el análisis final hecho a las microempresas nacionales (PIME), sobre todo las del mundo rural (como es nuestro caso), donde generalmente las cifras de sobrevivencia y sustentabilidad a nivel de emprendimientos, son bastante negativas. Es importante además señalar que ver concretada tal propuesta, significan una inyección anímica, traducida en intangibles, que tienen directa relación con mi capacidad innata de emprender proyectos nuevos y hacer frente a grandes desafíos, que hasta el día de hoy, he logrado sortear.

**III. ESTRUCTURA DE COSTOS Y APORTES****17. PRESUPUESTO****Cuadro: Prosupuesto consolidado de la propuesta**

ITEM (a)	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO (b)						
INFRAESTRUCTURA						
VIATIVOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
<b>TOTAL</b>						

(a) La pertinencia de los ítems está asociada el 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.

# **ANEXOS**

**ANEXO I: FICHA DE DATOS INSTITUCIONALES****Ficha Empresa Postulante**

<b>Nombre de la organización, institución o empresa</b>	Carlos Hernán Bugeño Toro Productos "Barbarita"		
<b>RUT de la Organización</b>			
<b>Tipo de Organización</b>	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Dirección</b>			
<b>País</b>	Chile		
<b>Región</b>	Cuarta		
<b>Ciudad o Comuna</b>			
<b>Fono</b>			
<b>Fax</b>			
<b>Email</b>			
<b>Web</b>			
<b>Tipo entidad (C)</b>	Empresa Productiva y/o Procesamiento		

(C) Ver notas al final de este anexo

**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)

<b>Nombres</b>	Carlos Hernán		
<b>Apellido Paterno</b>	Buguño		
<b>Apellido Materno</b>	Toro		
<b>RUT Personal</b>			
<b>Nombre de la Organización o Institución donde trabaja</b>	Productos "Barbarita"		
<b>RUT de la Organización</b>			
<b>Tipo de Organización</b>	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Cargo o actividad que desarrolla en ella</b>	Gerente General		
<b>Dirección (laboral)</b>			
<b>País</b>	Chile		
<b>Región</b>	Cuarta		
<b>Ciudad o Comuna</b>			
<b>Fono</b>			
<b>Fax</b>			
<b>Celular</b>			
<b>Email</b>			
<b>Web</b>			
<b>Género</b>	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
<b>Etnia (A)</b>			
<b>Tipo (B)</b>			

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

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

**Ficha Coordinador**

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

<b>Nombres</b>			
<b>Apellido Paterno</b>			
<b>Apellido Materno</b>			
<b>RUT Personal</b>			
<b>Nombre de la Organización o Institución donde trabaja</b>			
<b>RUT de la Organización</b>			
<b>Tipo de Organización</b>	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada
<b>Cargo o actividad que desarrolla en ella</b>			
<b>Profesión</b>			
<b>Especialidad</b>			
<b>Dirección (laboral)</b>			
<b>País</b>			
<b>Región</b>			
<b>Ciudad o Comuna</b>			
<b>Fono</b>			
<b>Fax</b>			
<b>Celular</b>			
<b>Email</b>			
<b>Web</b>			
<b>Género</b>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino
<b>Etnia (A)</b>			
<b>Tipo (B)</b>			

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

**(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

**ANEXO III: Estructura de costos y aportes por instrumento****Cuadro: Estructura de costos y aportes de Estudio**

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATIVOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
<b>TOTAL</b>						

Nota: Las celdas ennegrecidas indican que no es posible presupuestar aportes FIA en dichos ítems.

**Cuadro: Estructura de costos y aportes de Proyecto**

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATIVOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
<b>TOTAL</b>						

Nota: Las celdas ennegrecidas indican que no es posible presupuestar aportes FIA en dichos ítems.

**Cuadro: Estructura de costos y aportes de Curso o Pasantía**

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATIVOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
<b>TOTAL</b>						

Nota: Las celdas ennegrecidas indican que no es posible presupuestar aportes FIA en dichos ítems.

**ANEXO IV: REPALDO A LOS ANTECEDENTES DE MERCADO**

**Cotización y características principales de los Insumos cajas para embalaje, descritas en la propuesta técnica de proyecto II (12).**

**Cotización y características principales de los Insumos bolsas necesarias, descritas en la propuesta técnica de proyecto II (12).**

**Cotización de venta y características principales de botellines para envasado de néctar de pepino dulce, descritas en la propuesta técnica de proyecto II (12).**

---

**Cotización de venta y características principales de las etiquetas adhesivas, necesarias para la descripción de los productos elaborados, descritos en la propuesta técnica de proyecto II (12).**

---

**Cotización de venta del insumo base Azúcar, necesaria para la elaboración de los productos, descritos en la propuesta técnica de proyecto II (12).**

**Cotización de venta y características de materiales necesarios (fondos de aluminio 50x50) necesarios en la producción de los productos elaborados, descritos en la propuesta técnica de proyecto II (12).**

**ANEXO V: ANTECEDENTES DE VENTA DE EMPRESA POSTULANTE**  
**Facturas Propias del Giro Comercial**

---

**ANEXO V: ANTECEDENTES ANEXOS LEGALES Y TRIBUTARIOS PROPIOS DEL GIRO COMERCIAL DEL NEGOCIO.**

**Resolución de Alcantarillado**

**Ampliación de Giro**

**Resolución Sanitaria**