

INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO

FORMULARIO DE POSTULACION

CONVOCATORIA 2007

CHECK LIST

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

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

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

PROYECTOS	X	ESTUDIOS	X	CURSO O PASANTÍA	
-----------	----------	----------	----------	------------------	--

2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

Producción de cerveza orgánica en la Región de Aysén, su comercialización y exportación

3. SECTOR:

Agroindustria

4. RUBRO:

Cerveza Orgánica

5. REGIÓN:

XI REGION (AYSEN)

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	Noviembre 20/2007
FECHA DE TÉRMINO	Noviembre 30/2008
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	SOCIEDAD CERVECERA BEACHA LTDA
REPRESENTANTE LEGAL:	CARLOS DE SMET D' OLBECKE
FIRMA	

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

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

9.2. Nivel de ventas

Periodo	Moneda	Valor
2005	CH \$	
2006	CH \$	
Promedio (últimos 5 años)	CH \$	
Comentarios u observaciones: La empresa inició ventas en el año 2005. Por tanto el promedio es de los dos últimos años		

9.3. Descripción del proceso productivo

Se recibe la cebada malteada, se mezcla con agua y se pasa a los estanques de fermentación, donde se le adiciona el Lúpulo. Después de 27 días se envasa en botellas de vidrio de 330 cc, con etiquetas y se pauteuriza, para suspender la fermentación dentro de la botella

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)

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	VOLUMEN	AÑO INICIO DE VENTAS	MERCADOS DE DESTINO
Cerveza D'Olbek	6.000 lts	2005	Coyhaique y Reg. de Aysén
Cerveza D'Olbek	12.000 lts	2006	Temuco, Centro- Sur del País
Cerveza Orgánica	6.000 lts	2008	Santiago

9.5. Otros antecedentes

Se ha tomado contacto con empresas representantes de los productos Kosher y se estima que se podrán iniciar ventas en Estados Unidos e Israel, con despachos de al menos un contenedor de cerveza Kosher a cada destino. Esto corresponde a una venta de 66.000 lts, suponiendo que no se alcanza a repetir el pedido durante el año. La cerveza tiene una marcada estacionalidad en las ventas asociada al verano, en Chile. En USA e Israel, la diferencia entre los valles y las crestas de la curva de estacionalidad, es muchísimo menor. Por otra parte vender en USA, para el verano, eliminaría la estacionalidad de las ventas actuales. Una de las empresas que se encargará de la exportación de cerveza Kosher es "Mundo Kosher Ltda". La empresa pretende abrir mercados internacionales, participando en ferias Orgánicas en USA y Europa, con presencia directa

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

La cerveza es del tipo Lager y su sabor es ligeramente amargo, sin llegar al nivel de las cervezas tradicionales de Chile, las cuales son del tipo Pale o Ale. El aroma es el propio de la cebada malteada, que la ser un producto sin aditamentos químicos, resalta el aroma malteado. Su contenido de CO² es igual al de cualquier otra cerveza, con lo cual se obtiene el efecto burbujeante que percibe el paladar de los consumidores. La cerveza se envasa en botella de 330 CC, de vidrio color sepia. Al servirse, produce espuma en cantidad similar al de otras cervezas. El contenido de alcohol es del 5%, aunque el consumidor no lo puede detectar al primer contacto. El consumidor percibe al consumir la cerveza, que se trata de un producto higiénico, bien envasado, que no produce alergias, que es diurético y que su sabor amargo y la espuma producida al servirla garantizan la buena calidad. La duración de la cerveza en botella, es de un año, almacenada a la sombra, temperatura inferior a los 30°C. Si se almacena en lugar refrigerado, puede extenderse su duración. En la etiqueta se indica la fecha de envase y la duración o vigencia. La tapa colocada a presión no tiene impresión alguna

10.2. Calidad extrínseca (características que no pueden ser verificadas mediante la experiencia personal del consumidor. Mayores detalles son entregados en el instructivo).

Tanto en la caja de 12 botellas como en la etiqueta de cada una de las botellas se indica la fecha de envasado, con lo cual se asocia a un protocolo de producción, en el cual se indica la trazabilidad completa del producto. Esta trazabilidad se lleva en documentos internos de la empresa. En la etiqueta se indica la marca D'OLBEK, al igual que en la caja de cartón. Igualmente se indica que se trata de un producto artesanal, con un proceso natural en el cual se utiliza el agua de la Patagonia, que es la más pura del planeta. También se indican los componentes utilizados. Cebada malteada, lúpulo y levadura. Para el proyecto se pretende diseñar una nueva etiqueta que resalte la calidad de producto Orgánico en algunos casos y de producto Kosher en otros. Igualmente se pretende resaltar el origen de la Patagonia, pues esta es conocida mundialmente. En su producción se siguen todos los pasos de una producción higiénica, y se dejan registros de las precauciones tomadas, como fecha de limpieza, inspecciones, ensayos de laboratorio, etc. De cada partida se deja una muestra refrigerada que se conserva por dos años como testigo de lo producido. Actualmente la malta es comprada en el mercado chileno. El lúpulo y la levadura son importados de Europa. El agua es de la Patagonia. Los envases e insumos complementarios son de origen chileno.

La cerveza tiene características especiales que benefician al organismo. Entre ellas, es diurética, y el lúpulo como desinfectante colabora en el control de infecciones gástricas. La levadura facilita las funciones digestivas y previene el colesterol. Se adjunta en ANEXO, las características de la cerveza.

11. ANTECEDENTES DE MERCADO DEL PRODUCTO OBJETIVO

11.1. Mercado General

Actualmente, en el país, el mercado de la cerveza se encuentra controlado por la CCU, Becker y alguna otra fábrica que forma parte del grupo de empresas controladas por la CCU, la cual distribuye mas del 90% de la cerveza consumida en el país. Existen importadores de cervezas de otros países y además existe un grupo de unas 15 fábricas artesanales de cerveza con capacidad inferior a los 3.000 litros mensuales. Todas ellas producen cerveza del tipo Pale o Ale o Pale-Ale. Por tanto la intención es producir cerveza del tipo Lager, Orgánica. La CCU produce y vende más de 57 millones de litros de cerveza al mes, y tiene capacidad para procesar en su planta de Temuco 36.000 botellas por hora. La inversión efectuada en esta planta fue del orden de los 70 millones de dólares.

La demanda de cerveza en el país, se ha ido incrementando durante los últimos 10 años, principalmente entre la gente Joven, para lo cual le ha conquistado parte del mercado al pisco y al vino, con lo cual el consumidor ha sustituido licores de mas del 10% de contenido de alcohol, por cerveza, cuyo contenido de alcohol varía entre el 5 y el 7% para las cervezas Pale o Ale y entre el 4 y el 5% para las cervezas tipo Lager.

Por otra parte al abrirse el mercado de exportación, los horizontes del negocio se ven muy positivos. Actualmente, en el país se vende el litro de cerveza industrializada, a \$ 1.000, si se comercializa sin botella (Shop), tipo CCU, mientras que las cervezas artesanales se están vendiendo a \$ 1.500 el litro sin botella (Shop) y a \$800 en botella de 330 cc. (Precio al distribuidor) Se estima que el precio de la cerveza Orgánica estará alrededor de u 20% por encima del precio de las cervezas artesanales.

El mercado objetivo es el de los consumidores de productos orgánicos, tanto en el país como en el exterior. Dentro del país el consumo mensual de cerveza supera los 100 millones de litros al mes. La fábrica solamente pretende captar un 0,1% del mercado nacional al cabo de 5 años y menos del 0,005 % del mercado en Estados Unidos y una cantidad similar en Israel y Europa.

En el mundo los principales productores son Alemania y Estados Unidos. Recientemente China ha desarrollado una capacidad productiva que está creciendo a niveles que seguramente la colocará dentro de los dos primeros lugares en volumen de producción a nivel mundial. Sin embargo, su producción se destina exclusivamente al consumo interno. Bélgica es el país con mayor variedad de cervezas, pero no es el que produce mayor cantidad. Este lugar lo ocupa Alemania. En general todos los países europeos producen cerveza.

Se adjunta estudio de mercado de la cerveza, como Anexo.

11.2. Mercado Objetivo

Para EL presente proyecto se debe hablar de mercados objetivos, dado que cada uno de ellos tiene particularidades diferentes. El proyecto contempla abrir mercado en Santiago, para lo cual se pretende invertir en campañas promocionales para motivar al consumidor principalmente del estrato socio económico ABC 1, con edades entre los 25 y 45 años.

Para atender este mercado, se pretende diseñar una botella diferente que permita diferenciar visualmente a D'Olbek de las demás cervezas artesanales, pues la diferenciación que ofrece un sello de "Producto Orgánico", o un sello de "producto Kosher", sobre una botella similar no ofrece suficiente diferenciación.

Igualmente se pretende diseñar y organizar un sistema de comercialización que permita servir del barril de fermentación al Jarro d cerveza, a fin de captar mejor al consumidor mas joven.

También se pretende abrir mercado en Estados Unidos Israel, donde el mercado objetivo será el de los consumidores de productos Kosher, judíos, musulmanes y consumidores de productos Kosher inicialmente y los consumidores de productos orgánicos en una segunda etapa.

Se adjunta información sobre el mercado de los productos Kosher, y estudio de mercado para productos orgánicos.

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

El mercado de la cerveza, en el país está controlado casi en su totalidad por la CCU, que vende cerveza industrializada, a bajo precio y con calidad apenas suficiente. Dentro de sus marcas, es necesario incluir la cerveza Kutsman, que fue comprada por la CCU recientemente (95% del mercado). Adicionalmente Brahma de Brasil, Becker y Quilmas de Argentina han logrado alguna penetración en el mercado (4% del mercado) y existen algunas cervezas artesanales que han logrado una insipiente participación de mercado. (1% entre 12 empresas) Ninguna de las fábricas de cerveza artesanal produce más de 6000 litros al mes.

D'Olbek, al ser una cerveza producida en la Patagonia tiene la desventaja de que el mercado principal dentro del país, que es Santiago, se encuentra muy distante y el costo de los fletes es demasiado alto, con lo cual todas las demás marcas cuentan con una estructura de costos que les permite vender a precios mas bajos o tener mejores márgenes.

La solución que tiene D'Olbek para superar estos problemas, consiste en incrementar su producción y ventas, para que los costos fijos pasen a formar una porción mas baja del total de los costos. Adicionalmente para poder vender a un mejor precio, debe captar un público que esté dispuesto a pagar un poco más por esta marca. Por tanto la forma de diferenciarse es buscando la certificación orgánica y la Kosher.

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

- Captar el mercado local de Santiago, para lo cual debe diseñar una botella diferente y un sistema de venta del barril al vaso, y organizar la cadena de ventas en la Región Metropolitana.
- Certificarse como producto Orgánico, proceso que demorará alrededor de dos años y certificarse como producto Kosher, proceso que demorará alrededor de seis meses.

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

El primer paso que pretende dar es el de abrir mercado en la ciudad de Santiago, con lo cual se podría doblar la venta en el transcurso del primer año. Para tal efecto se requiere diseñar un sistema de venta que entregue directamente de el estanque de maduración al vaso del consumidor, pero diferenciándose del shop tradicional. Se pretende establecer alianzas especiales con Pubs y restaurantes, de tal forma que se muestre un estanque de bronce, con dosificador especial, para servir en vasos o jarros con propaganda alusiva a la marca. También se pretende desarrollar jarros especiales, fabricados en cerámica, con los escudos de DOLBEK y con material publicitario que introduzca la imagen de un producto de alta calidad, tipo gourmet o catador. Este sistema irá acompañado de los envases colapsibles para transportar la cerveza desde Coyhaique y devolverlos plegados de tal forma que el espacio que ocupen sea mínimo.

También se tiene que diseñar una botella con forma diferente a la de las demás cervezas artesanales, envase que servirá para enfatizar la diferenciación con el certificado kosher y orgánico. Se pretende iniciar una campaña promocional que se tomará sectores de restaurantes como Bellavista, Borde Río y Alonso de Córdoba, donde promotoras estarán entregando muestras muy pequeñas para dar a probar la cerveza y se ofrecerán los primeros días a precio muy bajo. Durante estos días se presentará una explicación sobre la cata de cervezas, con una duración menor a los 4 minutos. Se pretende participar en expogourmet en Santiago y en algunas ferias o exposiciones como las que se llevan a cabo en Diciembre en la Municipalidad de Vitacura, sobre la calle Alonso de Córdoba.

Instrumento 2:

Se requiere desarrollar los procedimientos adecuados para lograr la certificación Kosher, lo cual, acompañado de la botella diseñada de acuerdo con el objetivo descrito en el instrumento anterior, permitirá abrir mercados de exportación, iniciando exportaciones en un plazo muy corto (aprox. 6 meses).

Igualmente se iniciará el proceso para la certificación como producto orgánico, lo cual tomará alrededor de dos años, proceso que culminará con la participación en la feria de Chicago, para productos orgánicos

Instrumento 3:**15. RESULTADOS ESPERADOS** (Si postula a más de un instrumento, debe considerar un cuadro por instrumento)**Instrumento 1:**

Según las estimaciones que se han preparado, se espera abrir ventas en Santiago, con unos 3.000 lts. de venta el primer año y 5.000 lts. el segundo, con lo cual se incrementará la producción y ventas a 18.000 lts para el primer año.

Instrumento 2:

Con la certificación Kosher se espera abrir mercado de exportación, para lo cual se ha considerado que el primer año se exportará un contenedor de 40', bajo un escenario pesimista, lo cual equivale a una producción de 11.000 lts. En un escenario probable, la exportación será de seis contenedores de 40', lo cual equivale a una producción de 66.000 litros al año. Para lograr esta meta, además de la certificación Kosher, se requiere la certificación de producto orgánico

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

D'Olbek requiere activar el mercado de Santiago y las exportaciones, para que por la vía del incremento moderado del volumen, acompañado de la diferenciación marcada, se mejoren los márgenes.

Estas dos acciones contribuirán a que esta fábrica de cervezas, que se encuentra emplazada en la Patagonia chilena, cuente con la posibilidad de vender en el interior del país e inclusive de exportar, abriéndole posibilidades de subsistir en el mediano y largo plazo, generar empleos y contribuir al desarrollo de la XI Región

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

ITEM (a)	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
Director del Proyecto						
Coordinador						
Director comercial para Santiago						
Jefe de producción						
Jefe de Aseguramiento de la calidad						
EQUIPAMIENTO (b)						
Dotación de laboratorio de calidad						
Matriz para fabricación de botella nueva						
Dosificador especial de cerveza						
INFRAESTRUCTURA						
Adecuación de estanques de maduración						
Adecuación de pasteurisadora						
VIATICOS/MOVILIZACION						
Viajes a Santiago (4)						
Viajes para Participación en ferias internacionales (1)						
MATERIALES E INSUMOS						
Cerveza para promociones en Santiago						
Catálogos y folletos						
SERVICIOS DE TERCEROS						
Certificación Kosher						
Certificación Orgánica						
Asesoría para implementación Kosher						
Asesoría para certificación Orgánica						
Diseño de envase nuevo e imagen corporativa						
Agencia de promotoras						
Diseño de sistema de distribución a granel						
CAPACITACION						
DIFUSION						
Preparación presentación Power point						
Película de la empresa						
Publicaciones en diarios						
GASTOS GENERALES						
Arriendos oficina						
Comunicaciones						
Insumos de oficina						
Gastos de mantención oficina						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Honorarios de administración						
Gastos de patentes y otros						
SUBTOTAL						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

ANEXOS

ANEXO I: FICHA DE DATOS INSTITUCIONALES

Ficha Empresa Postulante

Nombre de la organización, institución o empresa	Sociedad cervecera Beacha Ltda		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada X
Dirección			
País	CHILE		
Región	AYSEN XI REGION		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web	WWW.DOLBEK.CL		
Tipo entidad (C)	Empresas productivas y/o de 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)

Nombres	Carlos		
Apellido Paterno	de Smet d'Olbecke		
Apellido Materno	D' Aiyeux		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	SOCIEDAD CERVECERA BEACHA LTDA		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada ☒
Cargo o actividad que desarrolla en ella	GERENTE GENERAL		
Dirección (laboral)			
País	CHILE		
Región	AYSEN XI REGION		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	WWW.DOLBEK.CL		
Género	Masculino	☒	Femenino ☐
Etnia (A)			
Tipo (B)	Productor individual pequeño		

(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

Nombres	SERGIO		
Apellido Paterno	DELGADO		
Apellido Materno	GONZALEZ		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja			
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada X
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Consultor		
Profesión	Ingeniero Civil MBA		
Especialidad	Gestión comercial		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	X	Femenino
Etnia (A)			
Tipo (B)	Profesional		

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

Ficha Participante Curso o Pasantía

(Esta ficha debe ser llenada sólo en caso de que la propuesta considera el instrumento de Curso o Pasantía)

Nombres			
Apellido Paterno			
Apellido Materno			
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja			
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada
Cargo o actividad que desarrolla en ella			
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)			
País			
Región			
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino		Femenino
Etnia (A)	Sin clasificar		
Tipo (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**

PRESUPUESTO SOCIEDAD CERVECERA BEACHA LTDA

Estructura de costos y aportes de Estudio

ITEM (a)	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
Director del Proyecto						
Coordinador						
Director comercial para Santiago						
Jefe de producción						
Jefe de Aseguramiento de la calidad						
EQUIPAMIENTO (b)						
Dotación de laboratorio de calidad						
Matriz para fabricación de botella nueva						
Dosificador especial de cerveza						
INFRAESTRUCTURA						
Adecuación de estanques de maduración						
Adecuación de pasteurizadora						
VIATICOS/MOVILIZACION						
Viajes a Santiago (4)						
Viajes para Participación en ferias internacionales (1)						
MATERIALES E INSUMOS						
Cerveza para promociones en Santiago						
Catálogos y folletos						
SERVICIOS DE TERCEROS						
Certificación Kosher						
Certificación Orgánica						
Asesoría para implementación Kosher						
Asesoría para certificación Orgánica						
Diseño de envase nuevo e imagen corporativa						
Agencia de promotoras						
Diseño de sistema de distribución a granel						
CAPACITACION						
DIFUSION						
Preparación presentación Power point						
Película de la empresa						
Publicaciones en diarios						
GASTOS GENERALES						
Arriendos oficina						
Comunicaciones						
Insumos de oficina						
Gastos de mantención oficina						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Honorarios de administración						
Gastos de patentes y otros						
SUBTOTAL						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

Cuadro: Estructura de costos y aportes de Proyecto**PRESUPUESTO SOCIEDAD CERVECERA BEACHA LTDA****Estructura de Costos y Aportes del Proyecto**

ITEM (a)	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
Director del Proyecto						
Coordinador						
Director comercial para Santiago						
Jefe de producción						
Jefe de Aseguramiento de la calidad						
EQUIPAMIENTO (b)						
Dotación de laboratorio de calidad						
Matriz para fabricación de botella nueva						
Dosificador especial de cerveza						
INFRAESTRUCTURA						
Adecuación de estanques de maduración						
Adecuación de pasteurisadora						
VIATICOS/MOVILIZACION						
Viajes a Santiago (4)						
Viajes para Participación en ferias internacionales (1)						
MATERIALES E INSUMOS						
Cerveza para promociones en Santiago						
Catálogos y folletos						
SERVICIOS DE TERCEROS						
Certificación Kosher						
Certificación Orgánica						
Asesoría para implementación Kosher						
Asesoría para certificación Orgánica						
Diseño de envase nuevo e imagen corporativa						
Agencia de promotoras						
Diseño de sistema de distribución a granel						
CAPACITACION						
DIFUSION						
Preparación presentación Power point						
Película de la empresa						
Publicaciones en diarios						
GASTOS GENERALES						
Arriendos oficina						
Comunicaciones						
Insumos de oficina						
Gastos de mantención oficina						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Honorarios de administración						
Gastos de patentes y otros						
SUBTOTAL						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

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						
TOTAL						

ANEXO IV: REPALDO A LOS ANTECEDENTES DE MERCADO

ANEXO V: ANTECEDENTES DE VENTA DE EMPRESA POSTULANTE

ANEXO VI: ANTEEDENTES LEGALES DE LA EMPRESA