



**UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS
DEPARTAMENTO DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

**PLAN DE NEGOCIO PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE MARCAS PROPIAS EN CHILE**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGISTER EN GESTION Y DIRECCION DE
EMPRESAS**

DOUGLAS EUGENIO FERNÁNDEZ ACEVEDO

**PROFESOR GUIA:
JORGE LARA BACCIGALUPPI**

**MIEMBROS DE LA COMISION:
ANTONIO HOLGADO SAN MARTIN
RODRIGO MARTÍNEZ GAMBOA**

**SANTIAGO DE CHILE
Agosto, 2012**

RESUMEN

El presente trabajo, tiene como objeto la realización de un plan de negocios para la comercialización e incorporación de marcas propias en una cadena de retailers de supermercados y una cadena de farmacias, además de explorar un nuevo nicho de mercado “marcas propias para hoteles o clínicas”.

El origen de este proyecto surge de las oportunidades existentes en el mercado del retail (supermercados y farmacias) por contar con marcas propias o blancas, lo que hace atractiva la creación de una empresa focalizada a este rubro.

Para iniciar con este proyecto se incorporará en este mercado productos como las pastas dentales. Este mercado está dominado por 3 actores, quienes manejan el 90% del mercado y que traen sus productos desde el exterior y no tienen interés de desarrollar marcas propias para los principales retailers del país, lo que va en contra de las necesidades y requerimientos de ese sector, de hecho la cadena CENCOSUD, quiere tener en sus góndolas sólo 5 marcas por líneas de productos y contar con al menos una marca propia, lo que se traduce en una oportunidad clara de negocio.

Para desarrollar este estudio, se parte realizando una revisión del mercado de las marcas propias en Chile como en el mundo, el que ha estado en constante crecimiento y evolución, capturando de la misma forma a fabricantes, retailers y consumidores. El término “Marcas Propias”, crea una variedad de imágenes en la mente del consumidor, de manera tradicional existe la percepción que son marcas alternativas y de menor calidad, sin embargo en el mercado actual existen marcas propias Premium, lo que ofrece a los consumidores una opción de marcas de calidad a un buen precio, entregando a los retailers un punto de venta único para comercializarlos dentro de sus negocios.

Para seguir se realiza un estudio de mercado de las pastas dentales en Chile, la que nos llevará a obtener las competencias centrales y ventajas competitivas para el negocio, el que se basará en 4 aspectos centrales:

- i) Mercado, productos y precios.
- ii) Potenciales clientes (retail).
- iii) Gustos de la gente.
- iv) Estudio de proveedores.

Conocido lo anterior, se optará por entrar al negocio con una estrategia de liderazgo en costo y seguidor de los líderes, con una propuesta de valor que satisfaga las necesidades de los clientes: “entregar la más completa protección bucal al mejor precio, lo que el consumidor chileno estaba esperando”.

Finalmente se puede concluir que con este plan de negocio a 5 años, esperamos llegar a una participación del 5% en nuestros clientes, considerando únicamente el canal de ventas del Retail a través de marcas propias y llegar a ser el cuarto proveedor de pastas dentales en Chile, lo que a su vez servirá de apalancamiento para incorporar nuevos productos en los años venideros.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Antecedentes generales	5
1.2 Descripción del negocio	9
2. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y MARCO CONCEPTUAL	10
2.1 Objetivos	10
2.2 Metodología	12
2.3 Marco conceptual	17
3 ANÁLISIS DEL ENTORNO, MERCADO Y COMPETENCIA	20
3.1 Análisis del entorno	20
3.1.1 Marcas propias y Retail	20
3.1.2 Competencia	22
3.1.3 Proveedores extranjeros	24
3.2 Descripción del mercado	26
3.2.1 Mercado Chileno	26
3.2.2 Segmentación	27
3.3 Tendencias y Fuerzas competitivas de la empresa	31
3.3.1 Poder de negociación Retail	31
3.3.2 Poder de negociación Fabricantes	32
3.3.3 Poder de negociación de clientes	32
4 PLAN DE NEGOCIO	33
4.1 Elección del modelo de negocio	33
4.2 Obtener competencias centrales	36
4.3 Desarrollar las ventajas competitivas	36
5 PLAN DE MARKETING Y VENTAS	38
5.1 Análisis de la situación actual (FODA)	38

5.2	Fuerzas de Porter	39
5.3	Estrategia de Marketing	43
5.3.1	Marketing Estratégico	43
5.3.2	Marketing Táctico	44
5.3.3	Planificación Estratégica	48
5.3.4	Cuadro de Mando (BSC)	49
5.3.5	Plan de Ventas	50
6	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	51
6.1	Descripción de sueldos	52
6.2	Estructura Organizacional	53
7	PLAN DE OPERACIONES	54
7.1	Cadena de Valor	54
7.2	Outsourcing	55
8	PLAN FINANCIERO	56
8.1	Requerimientos de inversión	56
8.2	Análisis de sensibilidad (VAN y TIR)	58
8.3	Financiamiento	60
8.4	Análisis de riesgo	60
9	CONCLUSIONES	61
10	BIBLIOGRAFÍA	63
	ANEXOS	65
1	Puntos de Venta CENCOSUD	66
2	Puntos de Venta CRUZ VERDE	66
3	Estadísticas de importaciones de pastas dentales	68
4	Venta de CRUZ VERDE año 2010	112
5	Definición y Cálculo de GMROI	117
6	Descripción detallada del mercado de pastas dentales	120
7	Cotización de proveedores	121
8	Estimación de flujo de caja	122

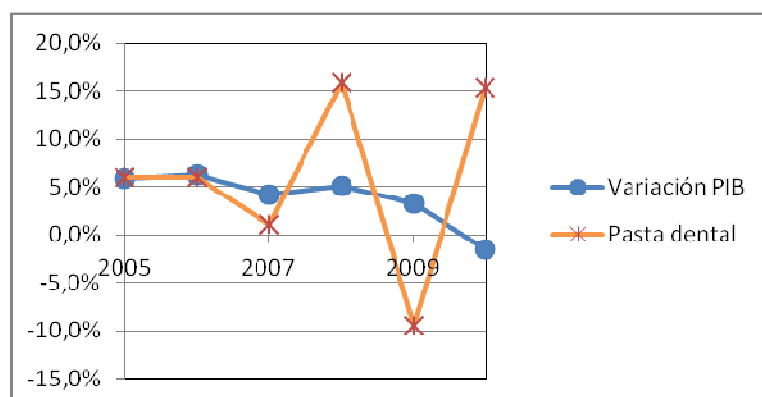
1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes Generales

Producto:

El mercado total de pastas dentales en Chile es de US\$130.000.000 anuales y está dominado en un 90% por 3 proveedores (Unilever con un 47%, Colgate con un 26% y Glaxo Smithkline con un 17%).

El sector comercial de las pastas dentales, es un mercado maduro, con crecimientos alrededor de un 2% por sobre el PIB del país, en promedio los últimos 5 años el PIB ha crecido un 3,9% y el mercado de las pastas dentales lo ha hecho en un 5,9%, ver gráfico N°1. Por otro lado es un producto que no presenta periodos estacionales, lo que implica ventas estables durante el año, lo que ayuda bastante a los procesos logísticos, tanto en el transporte como almacenamiento.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Banco Central (PIB) y de Penta Transaction para datos de variación de importaciones de pasta dental en Chile

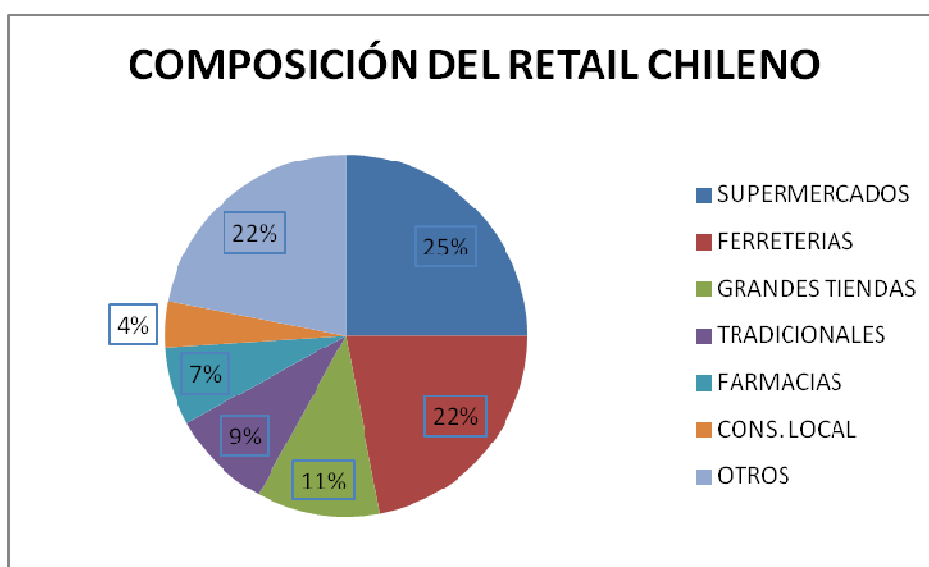
Gráfico N°1: Crecimiento de mercado en los últimos años

A nivel político - económico, Chile tiene ventajas competitivas y la ventaja fundamental, para el desarrollo exitoso del negocio, es que presenta una economía abierta, lo que se traduce en poder traer productos del extranjero sin impuestos de internación, especialmente de países como Brasil, Colombia, Ecuador y Estados Unidos, en cambio si se traen pastas dentales de Perú, China e India, la disminución del impuesto de internación es sólo parcial. Considerando esto como un punto importante en el análisis

del negocio, se centrará la estrategia en países en los cuales no se pague este impuesto, lo que se traducirá en una variable importante a la hora de elegir al socio estratégico para la elaboración de los productos a comercializar.

Retail:

La composición del mercado del Retail en Chile corresponde a un 15% en supermercados equivalente a US\$28.000 millones y a un 7% en farmacias, equivalente a US\$2.000 millones.

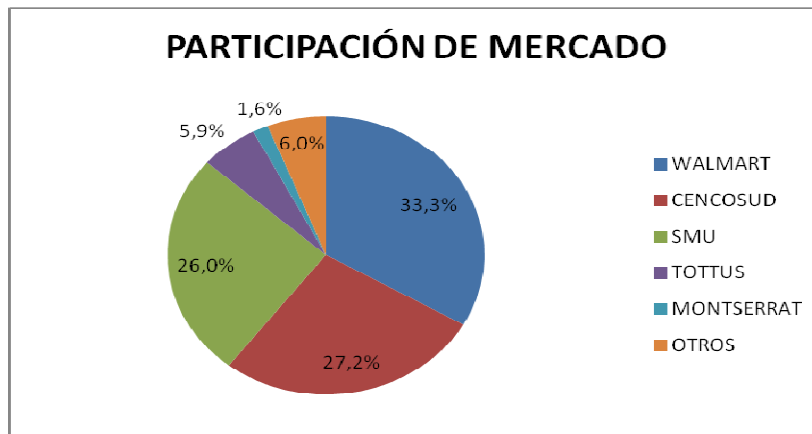


Fuente: Elaborada con datos de la memoria de Francisco Muñoz, "METODOLOGÍA PARA CUANTIFICAR MOTIVACIÓN Y DISEÑAR BENEFICIOS NO MONETARIOS EN TIENDAS POR DEPARTAMENTO"
Gráfico N°2: Composición del retail Chileno

Si se llega hasta el nivel micro de la participación de mercado, se obtiene que el 1,2% de las ventas en los supermercados corresponden a pastas dentales y el 0,8% de las ventas en farmacias corresponde a la misma categoría.

Supermercados:

Este sector está dominado también por 3 actores principales, lo que son WALMART, CENCOSUD y SMU (Cadena UNIMARC), los que poseen un 86,5% del mercado.

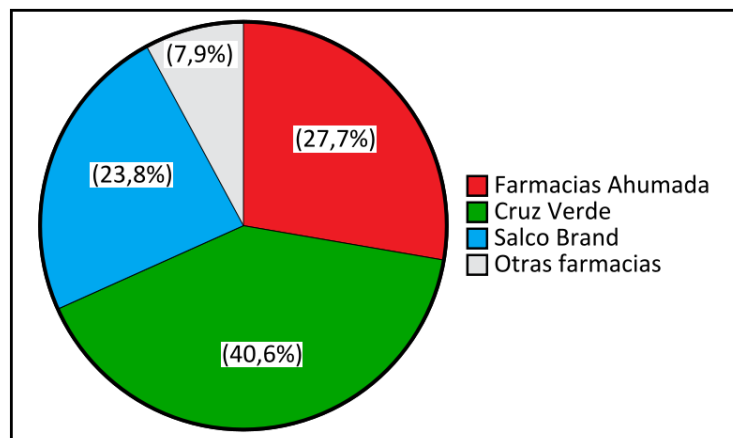


Fuente: Elaboración propia con datos tomados del INE, ROL TDLC NC 397-11, Rol FNE N°1814-11

Gráfico N°3: Participación de mercado de supermercados en Chile

Farmacias:

Nuevamente se observa un sector dominado en un 92,1% por 3 actores.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de

http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Requerimiento_FNE..pdf National Economic Attorney

Gráfico N°4: Participación de mercado de farmacias en Chile

Comercialización:

En cuanto a la comercialización del producto, este se centra principalmente a través del gran retail en un 95% (grandes superficies y farmacias) y el otro canal de venta es a través de almacenes de barrio, estos últimos compran los productos a los grandes retailers (aprovechando las promociones) los que luego revenden, y por tal efecto no existe venta directa de productor a consumidor final.

Segmentos por productos:

Los principales segmentos de mercado para las pastas dentales que se abordará en este negocio, son cuatro:

- i) Triple acción: Pasta dental que mezcla prevención de caries, frescura intensa y dientes blancos.
- ii) Máxima prevención caries: Pasta dental con flúor y calcio, que ayuda al fortalecimiento de los dientes, logra una limpieza profunda, brillante y protege el esmalte dental.
- iii) Frescura intensa: Pasta dental que entrega frescura a la boca, previene las caries y entrega limpieza profunda.
- iv) Sensitive: Pasta dental que alivia el dolor de dientes y entrega máxima protección.

Estos se obtienen después de analizar las importaciones y productos más comercializados en el mercado minorista. Por otro lado, se dejará de lado el mercado de pastas dentales para niños en la primera etapa de este proyecto.

Bases del tema:

Un tema base de este proyecto es que cada día los retailers están incorporando mas marcas propias a su paleta de productos, lo que da una ventaja competitiva a quien apueste por un negocio directo con ellos.

Ante las características del mercado señaladas anteriormente, existe un ambiente propicio para generar un proyecto de esta envergadura, consistente y ambicioso, el que llevará al cabo de 5 años llegar a tener el 5% de participación de mercado, gracias a la consolidación en ventas en la principal cadena de retailers de Chile, Cencosud, con la incorporación de marcas propias en los supermercados Jumbo y Santa Isabel, además de la venta en la cadena Cruz Verde y la posición en 2 cadenas de hoteles o clínicas.

En el presente trabajo se deja afuera al resto de las cadenas del retail del sector supermercado, primero por ser WALMART una cadena estadounidense que ya cuenta con marcas propias en otros países, en esta categoría de productos, lo que restringe el

rango de acción de este negocio, por otro lado la cadena CENCOSUD da la ventaja de ser una compañía local con sucursales en varios países de Latinoamérica, aumentando la probabilidad de venta a través de sus sucursales en otros países, por lo que es un socio muy estratégico para este negocio. Por último, es importante señalar que debido a que el mercado del retail es muy concentrado en Chile, esto no permite que un fabricante o representante pueda cerrar negocios con más de una cadena de competidores, lo que limita la cantidad de posibles clientes y en eso hay que ser muy asertivos en la selección de los socios comerciales.

1.2. Descripción del negocio

El fin de esta sección es el de realizar una descripción de la compañía que llevará a cabo el proyecto empresarial, en este punto se desarrollarán los siguientes aspectos:

- i) Denominación del nombre de la empresa
 - a. MAPRO Chile
- ii) Elección de la forma jurídica
 - a. Se iniciará como una empresa de responsabilidad limitada, la que estará compuesta por 2 socios, uno capitalista (70%) y el otro que pondrá trabajo (30%).
- iii) Visión, Misión y Propuesta de valor
 - a. Visión:
Ser reconocidos como la principal empresa de marcas propias en el área de pastas dentales por nuestros clientes, en los próximos 5 años, llegando a cubrir un 5% de venta en nuestros clientes.
 - b. Misión:
Servicio de excelencia con un alto grado de estrechamiento de relaciones con nuestros clientes.
 - c. Propuesta de Valor:
Entregar la más completa protección bucal, al mejor precio.
- iv) Localización del emprendimiento
 - a. En la región metropolitana, en un barrio industrial de la zona norte.

2. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y MARCO CONCEPTUAL

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo General

Realizar un plan de negocio para una empresa comercializadora de marcas propias en Chile, partiendo con la incorporación de pastas dentales, para entregar una propuesta nueva y fresca a los consumidores y el retail.

Para los consumidores:

Entregar la más completa protección bucal al mejor precio, lo que el consumidor chileno estaba esperando, a través de una gran promoción en tiendas en concordancia con las cadenas de retail.

Para el retail:

Ser una alternativa de nuevos negocios en marcas propias para el retail.

2.1.2. Objetivos Específicos, Resultados esperados y Factores críticos de éxito

2.1.2.1. Objetivos específicos

Para cumplir con lo anterior es necesario desarrollar diversos objetivos específicos:

- i) Analizar la industria de las pastas dentales en Chile.
- ii) Determinar mercado potencial en Chile.
- iii) Determinar principales suppliers, clientes y forma de compra de los clientes finales.
- iv) Definir mercado objetivo, dilucidar posibles clientes y analizar su localización.

- v) Definir estrategia de la compañía.
- vi) Desarrollar plan estratégico.
- vii) Definir plan de marketing que va a realizar la empresa.
- viii) Realizar una evaluación económica y financiera del proyecto para determinar la inversión necesaria y su rentabilidad.
- ix) Definir un plan de ventas y servicio para planificar este negocio y sus ventas.
- x) Definir qué áreas serán externalizadas.

2.1.2.2. Resultados esperados

Desarrollar este Trabajo de Título permitirá evaluar la posibilidad de crear una empresa independiente que comercializará productos denominados de “Marcas Propias”.

Se debe llegar a contar finalmente con una clara descripción de la industria y del negocio de las pastas dentales, además se espera que una vez terminado el proyecto se cuente con un plan de negocio, con todos sus puntos debidamente detallados, y así se permitan tomar decisiones para la puesta o no en marcha del proyecto.

La expectativa es que el estudio arroje como resultado, obtener utilidades por sobre un 5% después de intereses e impuestos.

A nivel de indicadores tangibles, se espera:

- i) Alcanzar un 5% de participación de mercado en 5 años.
- ii) Concretar negocios con una cadena de supermercados (CENCOSUD) y una cadena de farmacias (Cruz Verde).
- iii) Desarrollar el negocio de marcas propias en 2 cadenas hoteleras o clínicas privadas de Chile.

2.1.3. Factores críticos de éxito

Los Factores Críticos de Éxito son el conjunto de puntos determinantes en las cuales si se obtienen resultados satisfactorios se asegura un desempeño exitoso para una organización. Desde la perspectiva gerencial nos dice que 'Son variables que la gerencia puede influenciar a través de sus decisiones y que pueden afectar significativamente la posición competitiva global de la organización en una industria. Es así como puede decirse que los Factores Críticos del Éxito son precisamente elementos constitutivos claves de una organización, transformados en variables donde sus valores en cierto momento son considerados críticos o inaceptables en cuyo caso afectan lo que se considera como exitoso o aceptable

De acuerdo con esto se definen los siguientes FCE:

- 1) Rentabilidad y Crecimiento
- 2) Retención y Satisfacción de Clientes
- 3) Liderazgo en Costos
- 4) Diversificación de Productos
- 5) Organización y Personas
- 6) Innovación en presentación de productos

2.2. Metodología

La metodología se expone con el fin de poseer una idea inicial de lo que abarcará este plan de negocios. En tanto el marco conceptual en el que se basa esta metodología se expone más adelante.

Para el cumplimiento de los objetivos es necesario utilizar las herramientas adecuadas, alineadas con los respectivos objetivos y temas a tratar. A continuación se propone la metodología a seguir en el desarrollo del Trabajo de Título.

2.2.1. Planificación

Descripción del Negocio, Identificar Clientes y Motivación

Definir claramente qué abordará el negocio, qué productos venderá, a quién se los venderá. Finalmente qué motivación y justificación me lleva a realizar este proyecto, que ventajas comparativas se tienen con respecto al mercado.

Descripción del negocio:

Describir claramente que puntos va a tener este negocio.

- Estudios de fabricantes de pastas dentales en el extranjero.
- Estudio del mercado: Análisis general del mercado actual de las pastas dentales, proveedores, clientes y consumidores.
- Identificar los precios que se cobran en los diferentes puntos de venta.
- Identificar y seleccionar los mejores partners para el éxito de este proyecto.

2.2.2. Situación actual

Análisis Interno y Externo

Se hará un análisis debidamente detallado de la industria, de manera de contextualizarse en el mercado en el cual se está inserto.

i) Análisis FODA:

Fortalezas y Debilidades: Se analizarán tomando en cuenta el mercado existente, las barreras de entrada y el conocimiento de la industria.

Oportunidades y Amenazas: Se tomará en cuenta las empresas actuales que comercializan pastas dentales, además ver la posibilidad de que exista una demanda insatisfecha y la factibilidad de crecimiento de esta compañía.

ii) Poder de negociación de los proveedores:

En este caso se investigará a los proveedores de todos los insumos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

iii) Análisis de mercado:

Estudio de mercado, estudio de la competencia, definir competidores y buscar proveedores.

2.2.3. Modelo Futuro

Plan de Marketing

El objetivo del plan de marketing es definir nuestra situación e intentar responder a las siguientes preguntas:

- i) ¿Dónde estamos?, a través de un análisis de la situación (FODA).
- ii) ¿Dónde queremos ir?, a través de la fijación de objetivos cualitativos y cuantitativos.
- iii) ¿Cómo vamos a llegar?, a través de la elección de una estrategia y un plan de acción, utilizando diferentes tácticas dentro de nuestro marketing mix, dentro de esto los puntos importantes son:

Marketing Estratégico: Definir una imagen corporativa para la empresa.

Marketing Táctico: Se deben analizar cada una de las cuatro variables del marketing mix.

Producto: Definir los productos que se comercializarán.

Precio: Estos estarán definidos por las estrategias que definan cada uno de los retailers.

Plaza: Definir la forma en que se venderá este producto.

Promoción: Definir una estrategia clara y atractiva de manera que el cliente prefiera nuestros productos por sobre otros.

Por último elaborando un presupuesto para llevar a cabo nuestro plan de acción, basado en el plan estratégico de la compañía y desarrollando un sistema de control y seguimiento para comprobar si se van cumpliendo los objetivos, a través de un modelo de control de gestión basado en el Balanced Score Card (BSC), con el fin de aplicar medidas correctivas a tiempo.

Plan de Ventas

Tiene relación con el proceso de vender el producto en los mercados de destinos.
Para lograr un posicionamiento de la marca en dichos mercados.

Plan Operacional

Para el correcto funcionamiento de la empresa, es necesario definir los procesos que la empresa realizará. Conjuntamente con los activos necesarios para su correcto andar. También detallar los aspectos claves de la logística y abastecimiento de los productos y los procedimientos necesarios para la prestación de un servicio de excelencia.

Estructura Organizacional (Recursos Humanos)

Importante es definir cuáles son los procesos de mayor relevancia dentro de esta organización, aparte de cada tarea específica. Cada proceso y tarea debe tener asignado una persona que se haga responsable de todo lo que ello conlleva. Para lograr esto se construirá un organigrama, detallando las relaciones y dependencias pertinentes.

Plan Financiero

Esta es una de las secciones claves de un plan de negocio, ya que puede demostrar el potencial económico y la viabilidad del proyecto empresarial, tanto a nosotros mismos como a terceros (inversores y entidades de capital de riesgo)

Este plan trata de ofrecer una respuesta a las inquietudes generales de los emprendedores de cara a la puesta en marcha del proyecto empresarial:

- i) ¿A cuánto asciende la inversión inicial?
- ii) ¿Cómo vamos a financiar esta inversión?
- iii) ¿Cuándo alcanzaremos el punto de equilibrio?
- iv) ¿Qué rentabilidad vamos a alcanzar?
- v) ¿Es este un proyecto viable?, etc....

El estudio económico deberá aportar la siguiente información:

- i) Plan de inversiones iniciales
 - Costo legal y de iniciación de actividades.
 - Financiamiento

ii) Plan Financiero

Determinación de ingresos

Determinar costos

Costo planilla RR.HH.

Costo equipos.

iii) Flujo de Caja

Se ejecutará en función a los datos ya recopilados en esta evaluación financiera. Al mismo tiempo para este ítem es necesario definir el horizonte de evaluación. Luego se analizarán los indicadores, como VAN y TIR. Puntos a considerar:

Balance de situación inicial y final

Análisis Financiero

Análisis de inversión

Valorización de riesgos y plan de contingencia

El objetivo de este ítem es determinar los riesgos que nos podemos encontrar y sus posibles consecuencias y la propuesta de un plan de contingencia.

Presentación Final

Carta Gantt:

Las principales actividades que se deben hacer y que son neurálgicas para el desarrollo exitoso de este plan de negocio, son las citadas en el cuadro de arriba.

CARTA GANTT DEL NEGOCIO																								
Actividades	Semanas																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Estudio de Importaciones	■	■																						
Estudio de precios de mercado	■	■	■	■																				
Análisis de otros proveedores	■	■	■	■																				
Estudio de la competencia y entorno externo	■	■	■	■																				
Constitución y estructura legal de la empresa			■	■	■	■																		
Definición del Modelo Negocio			■	■	■	■																		
Análisis FODA					■	■	■																	
Cadena de Valor de Porter							■	■	■															
Plan estratégico del negocio									■	■	■	■	■	■	■	■								
Plan de Marketing																	■	■	■	■	■			
Plan de Finanzas																					■	■	■	■
Plan de RR.HH.																	■	■	■	■				
Plan de Operaciones (Logística)																					■	■	■	■
Confección del informe final																							■	■

Fuente: Elaboración propia con los hitos más importantes del proyecto

Cuadro N°1: Carta Gantt del proyecto

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Introducción

Todo proyecto valioso requiere planificación. La planeación y el desarrollo del plan de negocios ayudarán a diseñar un plan de acción para el nuevo negocio que se desea realizar. Hay que saber lo que se está haciendo (para esto es importante los análisis previos), de otro modo no se seguirá el camino correcto.

El plan de negocio es un documento escrito que define con claridad los objetivos del negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos. Sirve como el mapa con el que se guía la compañía.

2.3.2 Plan de Negocio

Es un documento estratégico que recoge todas las actividades a desarrollar por la empresa y la planificación de los medios necesarios para llevarlas a cabo.

El propósito de un plan de negocio es muy claro: demostrar que tenemos una idea que puede generar una oportunidad de negocio que merece la pena explotar, y describir los pasos necesarios para convertirla en un proyecto empresarial.

Este nos sirve de herramienta para defender nuestra idea frente a terceros (inversores, socios, clientes, entidades financieras y gubernamentales).

Por otro lado, explica en forma específica cómo va a funcionar el negocio y los detalles sobre cómo capitalizar, dirigir y hacer publicidad al negocio.

2.3.3 Descripción del Negocio

En esta sección, se deberá proporcionar una descripción detallada del negocio a realizar.

Para ejecutar esto, es conveniente hacerse la siguiente pregunta: "¿En qué negocio estoy yo?", además de describir los productos y el mercado.

Se deben identificar las metas y objetivos. Dilucidar por qué se va a tener este negocio.

2.3.4 Productos

En esta sección hay que describir lo que se desea vender. Hay que tener claro los beneficios del producto desde la perspectiva del cliente. Los empresarios que tienen éxito entienden las necesidades y expectativas de los clientes.

2.3.5 Ventas y Marketing

Una de las claves para tener buenas ventas es conocer a los clientes, lo que les gusta, disgusta, sus necesidades y expectativas. Cuando se identifican estos factores, se puede desarrollar una estrategia de ventas que le permitirá entender y satisfacer sus necesidades.

Hay que conocer a la competencia, considerar estrategias de ventas y precios de mercado. Si se llega a entender porque la competencia tiene éxito, entonces se estará en mejor situación para competir.

Planificar la estrategia de precios. Antes que nada, establecer una política, ya sean con precios más caros o más baratos que la competencia. Luego, se podrá controlar los precios y costos y hacer los ajustes necesarios para garantizar una ganancia. En el caso de las pastas dentales como marca propia, se deben analizar otras estrategias, que ayuden a generar ganancias, ya que los precios vienen dados por la política de precios y calidad de producto que manejan los retailers.

2.3.6 Requisitos de Operación

Explicar la forma en que se maneja la empresa día a día. Hablar sobre el personal necesario, sobre acuerdos de arriendo, externalización de servicios, requisitos legales y operativos que se deben cumplir.

Tomar en cuenta todo el equipo necesario para entregar el mejor servicio en el despacho del producto y evitar quiebres de stock en los clientes.

2.3.7 Administración Financiera

Una de las mejores formas de que el negocio se mantenga solvente y lucrativo es con una administración financiera sólida. Para administrar las finanzas en forma efectiva, escribir un presupuesto sólido y realista.

Asimismo determinar la cantidad de dinero real que se va a necesitar para abrir el negocio (costos iniciales) y la cantidad necesaria para mantenerlo abierto (costos de operación). Se deberá preparar proyecciones de ventas, de flujo de efectivo, etc.

2.3.8 Perfil del Personal Administrativo

El capital más importante del negocio, son los recursos humanos. Para esto es importante identificar las habilidades que se necesitan, ya que se deberá contratar personal calificado para un trabajo determinado.

En esta sección se identificarán los empleados clave. Explicar habilidades, experiencia y competencias que deberán tener.

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO, MERCADO Y COMPETENCIA

En esta parte de la tesis, se debe describir el sector donde se desarrollará la actividad, su evolución y oportunidades de acceso para nuevas empresas, junto con estudiar y definir el mercado al que será dirigido el producto.

3.1. Análisis del entorno

3.1.1. Marcas propias y retail

El desarrollo de las marcas propias en el mundo ha generado incertezas al momento de definir las estrategias de competencia de muchos de sus proveedores, esto radica fundamentalmente al alto grado de negociación que tienen las grandes cadenas y en el caso particular de Chile además se conjuga el tema de estar en áreas muy concentradas (con pocas cadenas), generando un ambiente de mayor compromiso del cliente con las marcas propias.

Para lograr esto, es necesario definir claramente el concepto de marca propia: (Según Octavio Ibarra)

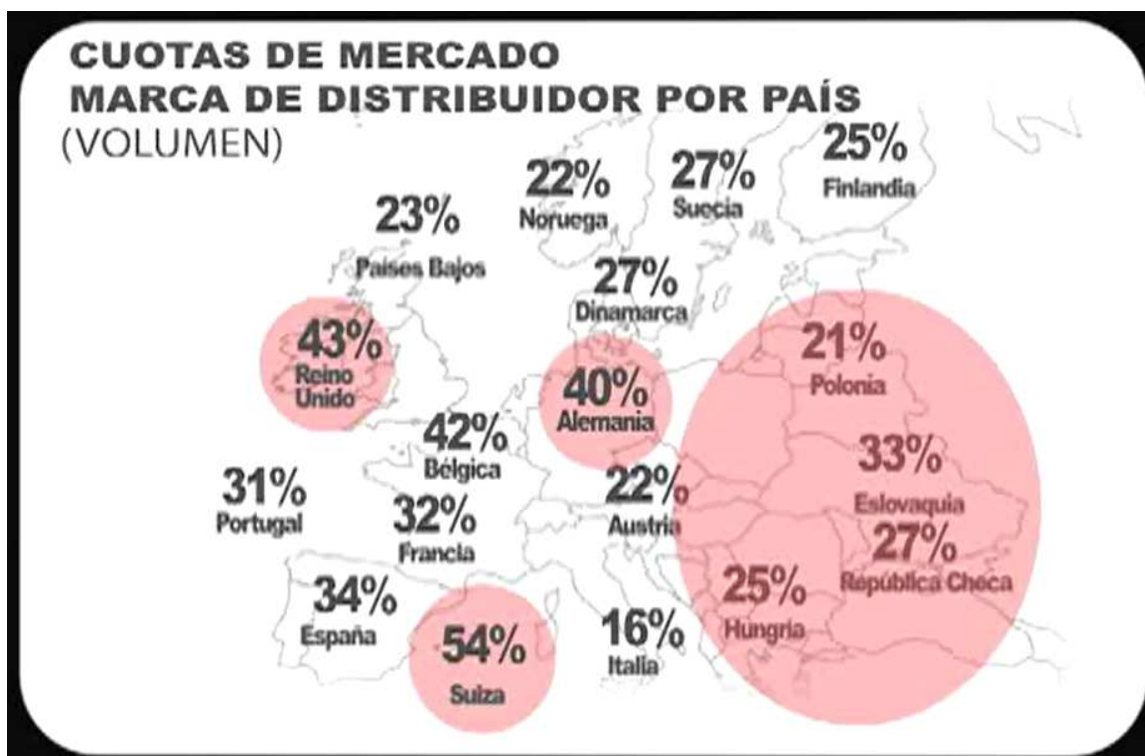
"Las marcas propias se pueden definir como cualquier producto con el nombre del autoservicio, y se clasifican de la siguiente forma:

Marcas blancas: Son productos que se comercializan en el autoservicio y se caracterizan por llevar el nombre de la tienda.

Marcas privadas: Son productos que se comercializan en el autoservicio y se caracterizan por llevar un nombre diferente al de la tienda, pero son manejadas como marcas nacionales."

Como se puede observar en el cuadro de abajo las marcas blancas están continuamente expandiéndose, esto se logra incorporando nuevas categorías de

productos, gracias a esta expansión, cada día aumenta más la aceptación por parte de los consumidores. A nivel europeo las cuotas de penetración de las marcas propias son las siguientes:



Fuente: Obtenido de video corporativo de Marcas Propias para Proveedores

Cuadro N°2: participación de Mercado en Marcas Propias en Europa.

La tendencia anterior permite a los consumidores mirar con otros ojos las marcas propias, ya que al crecer su presencia aumenta el gusto de estos frente a un producto de marca más caro.

Por otro lado como lo indica Stanley et. All, en su libro Marketing Management, **"En un mundo de escasos recursos, los consumidores optarán por el producto que tenga el precio más bajo siempre que los demás factores sean constantes. El hecho de que la empresa tenga información exacta acerca de sus costos y de la demanda carece de importancia. La empresa que escoge la mejor combinación de calidades, cantidades y precios de producción finalmente sobrevivirá, forzando a**

las otras empresas a imitada, cuando menos, si desean sobrevivir también. Esto se denomina principio de supervivencia".

Lo indicado por Stanley ha llevado a una lucha permanente entre algunos fabricantes locales y las grandes cadenas que buscan obtener los mejores lugares dentro de las góndolas para tener una mayor cercanía y preferencia de los consumidores, al final este negocio se traduce en mayor rotación de productos y mejor utilidad por metro cuadrado.

Tomando en cuenta este escenario es claro que este concepto le permite a las grandes cadenas de almacenes ofrecer a los consumidores una alternativa diferente de productos con el respaldo de proveedores reconocidos como líderes del mercado.

La situación en el mercado chileno hoy dista bastante de las realidades Europeas, ya que su nivel de penetración es aún muy bajo, concentrándose en un 6%, donde los productos que lideran dicha penetración son el arroz y los aceites, por lo tanto aún existe mucho por crecer.

3.1.2. Competencia

Un valor importante a reconocer en cualquier estudio de mercado, es la competencia y su comportamiento y sus productos, es así como en Chile hay alrededor de 15 empresas que comercializan productos de cuidado oral (pastas dentales), de estas sólo 3 abarcan el 90% del mercado Chileno, luego la siguen con porcentajes inferiores al 2,5%, Dento con un 2,2%, Klenzo con un 0,9% y P&G con un 0,5%.

Las 3 principales empresas son:

UNILEVER, con su marca PEPSODENT.

La marca Pepsodent inicia sus actividades cerca del año 1920 comunicando de forma novedosa la eliminación de la película amarilla que a veces aparecía en los dientes. Una vez que fue reconocida como marca de pastas dentales, y generó las credenciales funcionales en la mente del consumidor, fue desarrollando una relación más emocional con los consumidores. Hasta el día de hoy son recordadas las campañas de "La Chica

Pep” o de “Sonrisa Pep”, que comunicaban los beneficios de una dentadura sana desde un punto de vista muy distinto, focalizándose en el optimismo, seguridad y disfrute. Por todo esto, hoy Pepsodent es la marca más nombrada cuando se pregunta sobre pastas dentales y es una marca arraigada en la cultura chilena y reconocida como parte de la tradición chilena.

Durante más de 80 años, Pepsodent ha estado presente en el mercado chileno, siendo actualmente la marca número uno del mercado. La marca ha construido su imagen sobre la base de una “Sonrisa Sana” y el constante desarrollo de productos orientados a satisfacer las distintas necesidades de cada uno de los integrantes de la familia. Hoy en día la marca es reconocida por sus consumidores como una marca confiable y cercana a la gente, que se distingue por su permanente interés por la innovación en pro de mayores y mejores beneficios para todos los consumidores. Prueba de esto son sus recientes lanzamientos: Pepsodent Protección Prolongada que gracias a su fórmula protege los dientes del ataque de las caries por hasta 12 horas y Pepsodent Xtra Whitening, pasta dental que deja los dientes más blancos en sólo 2 semanas.

COLGATE, con su marca COLGATE.

Compañía global de productos con presencia en más de 200 países, ofreciendo al consumidor algunas de las marcas más reconocidas y en la que confían millones de consumidores, todos los días.

De acuerdo con la declaración de principios de Colgate, el que se encuentra en su página web, señala: **“Nuestro compromiso es proveer productos seguros, que son manufacturados bajo los más altos estándares de calidad y que contribuyen a mejorar la vida de nuestros apreciados consumidores”.**

Colgate Palmolive inició operaciones en Chile en 1992 cuando adquirió la empresa Mennen de Chile Limitada, establecida en nuestro país desde el año 1980. Han pasado dieciocho años desde que se lanzó el primer producto de Higiene Bucal en el mercado chileno, los Cepillos Dentales Colgate. En la actualidad, están presentes en la gran mayoría de los hogares de Chile, con una amplia gama de productos de Higiene Bucal,

como lo son la Crema Dental Colgate, el Enjuague Bucal Plax, la Seda Dental Colgate y los productos Profesionales de recomendación por parte de la profesión Odontológica, como Colgate Visible White y Duraphat.

También cuentan con un amplio portafolio de productos de Cuidado Personal con reconocidas marcas como lo son los jabones Palmolive y Protex, los desodorantes Speed Stick y Lady Speed Stick y la línea especializada de alimentos para mascotas felinas y caninas, Hill´s Science Diet.

GSK, con sus marcas AQUAFRESH y SENSODYNE.

Una organización global, con oficinas en más de 100 países y su oficina central ubicada en Inglaterra. Esta compañía es una de las líderes mundiales en investigaciones farmacéuticas y de cuidado de la salud.

En Chile cuenta con 2 marcas comerciales, Aquafresh y Sensodyne, la primera para uso general y la segunda para aplicaciones que requieren mayor complejidad.

A modo de corolario del mercado nacional, ninguna de estas 3 empresas, debido al éxito de sus productos y su porcentaje de participación a nivel nacional, no están interesadas en desarrollar productos blancos o de marcas propias.

3.1.3. Proveedores extranjeros

En la búsqueda de un buen “partner” productivo, que cuente con las competencias, certificaciones, productos de calidad, que deseen desarrollar marcas blancas y por sobre todo con productos estándar que puedan ser comercializados en Chile es que se han mirado 3 mercados dentro de la región: Perú, Ecuador y Colombia.

En Perú: existe la empresa INTRADEVCO, líder en su país en comercialización de productos de cuidado del hogar y personal, en Chile cuenta con la marca Klenzo quien comercializa sus pastas dentales con la marca IPANA.

En Ecuador: existe la empresa BLENASTOR, especializada en productos de cuidado oral específicos para ciertas enfermedades bucales, con el tiempo ha ido desarrollando

productos estándar que son sólo comercializados en su país. Hoy no cuentan con la capacidad instalada necesaria para abarcar otros mercados, su marca comercial es BLENDAS.

En Colombia: existen 2 posibles candidatos, QUALA y JGB.

QUALA, segundo comercializador pastas dentales en Colombia, con una participación de mercado del 15%, dentro de su estrategia de expansión, por el momento no está interesado en el mercado Chileno y tampoco desarrollar marcas propias, ellos quieren ingresar directos con su marca FORTIDENT en un futuro.

JGB, inicia sus labores como un laboratorio fabricando productos médicos, luego ingresó en el negocio del cuidado personal y en la década del 90 entraron al mercado de las pastas dentales con su producto FLUOCARDENT, que cuenta además con una línea de cepillos de dientes y seda dental. Esta compañía está interesada en desarrollar marcas propias y ampliar sus mercados a otros países, por lo que quedaron muy interesados en el proyecto propuesto.

Proveedor	Interesados MP	Tipo de Productos	Certificaciones	Cuenta con Cap. de prod.	Observaciones
INTRADEVCO	No	Estándar	Si	Si	Cuenta con producto en Chile
BLENASTOR	Si	Estándar	Si	No	Debe hacer inversiones
QUALA	No	Estándar	Si	Si	No le interesan marcas propias
JGB	Si	Estándar	Si	Si	Proveedor escogido

Cabe señalar que sólo entre los países de América del Sur, existen acuerdos de libre comercio, con aranceles de internación iguales a cero, tanto de Europa como de Asia se debe pagar entre un 4 a un 7% de internación sobre el valor F.O.B., por lo cual no se analizarán fabricantes de otros países.

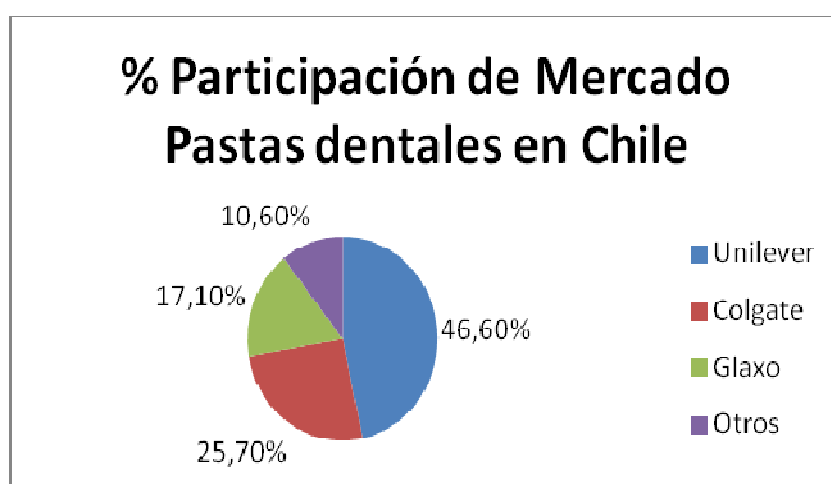
Todas las empresas mencionadas anteriormente, presentan en la actualidad una capacidad productiva entre el 60 al 85% de su capacidad, siendo Blenastor la empresa que se encuentra más ajustada en su producción, no pudiendo ofertar maquila de productos a otros mercados, salvo haciendo nuevas inversiones.

Al revisar el cuadro anterior, se optará por contar con el apoyo de un proveedor Colombiano para llevar a cabo el proyecto empresarial, JGB.

3.2. Descripción del mercado

3.2.1. Mercado Chileno

El mercado de las pastas dentales en Chile se maneja a través del retail, con mucha publicidad en medios televisivos. La estrategia comercial que han tomado los 3 grandes proveedores es tener una o dos marcas paraguas y de ahí tener distintos modelos de pasta dental, y que cada cierto tiempo van rotando en avisaje para generar en la gente recordación e incentivar la venta de cierto tipo de pasta dental.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Banco Central (PIB) y de Penta Transaction para datos de variación de importaciones de pasta dental en Chile

Gráfico N°5: Participación de mercado por proveedor .

Como es un producto de consumo necesario y no es de especialización, ya se encuentra en su etapa de madurez, creciendo anualmente un par de puntos sobre el IPC.

No existe mucha innovación en los productos nuevos, es el mismo producto, sólo resaltan un atributo que no lo habían hecho antes. Terreno fértil para poder entregar una propuesta atractiva y novedosa, por ejemplo con un cambio en el tipo de envase o un nuevo formato de gramaje o incluso una innovación para el viajero, un cepillo de dientes con pasta de dientes incluida (MAPRO Chile tiene intenciones de comprar la patente para comercializar este producto en el mercado chileno).

Con relación a los precios que se encuentran en el mercado, estos son parejos y bastante estables (en el retail, entiéndase Supermercados y Farmacias), ya sea por zona geográfica, por productos o por cadena de supermercado y farmacia, lo que una clara señal de estabilidad.

En cuanto al consumidor chileno no es fiel a un tipo de pasta dental, por eso la estrategia de marcas paraguas, las personas son fieles a la marca paraguas, léase “Pepsodent, Colgate o GlaxoSmith”, por eso las campañas tan abundantes y claras con respecto a la marca.

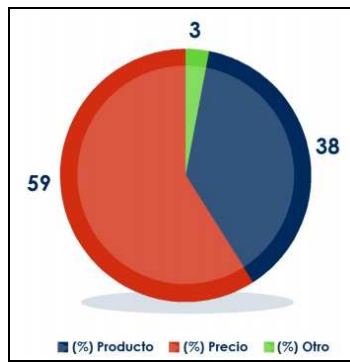
3.2.2. Segmentación

El foco estará orientado a personas de clase media y baja, es decir segmentos C2, C3, D y E, esto es porque estos segmentos representan el 85% del total del poder de compra de todo el retail (Estudio realizado por ACNielsen), ver cuadro N°3, además si se analiza en más detalle los estratos socioeconómicos bajos la elección o decisión de compra está basada principalmente en el precio, ver cuadro N°4, por otro lado en la medida que se sube en el NSE, se hace más relevante la relación precio/calidad, que es justamente la propuesta de valor que se desea entregar con el producto.



Fuente: Estudio realizado en Chile por AC Nielsen

Cuadro N°3: Número de hogares por Nivel de estrato socioeconómico (NSE) y el poder de compra de estos hogares a través del retail.

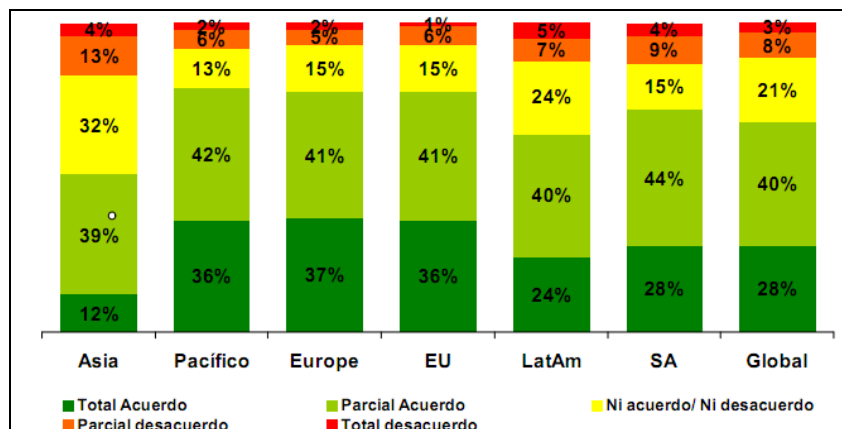


Fuente: Estudio realizado en Chile por AC Nielsen

Cuadro N°4: Que mueve a los compradores de los NSE bajos a decidir sus compras

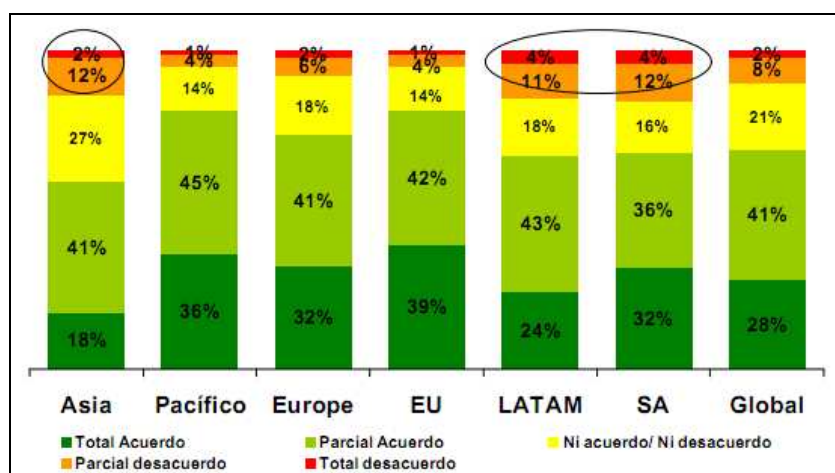
Estos segmentos de consumidores son muy exigentes, buscan atributos de cercanía, variedad, servicio, precio y crédito, por otro lado no está al margen de las tendencias de los otros grupos de mayores ingresos. Entendiendo lo anterior se hace crucial la elección de un buen socio comercial, que comercialice estos productos en sus puntos de ventas.

Siguiendo con el entendimiento del consumidor, cabe rescatar un estudio realizado por ACNielsen acerca de la percepción de las personas sobre las marcas propias y el estudio arrojó que en Latinoamérica hay un 88% de potencial de personas que encuentran que son buenas alternativas, ver cuadro N°5, por otro lado, observamos que sólo un 15% considera que las marcas propias no brindan una excelente relación precio/calidad, ver cuadro N°6.



Fuente: Estudio realizado en Chile por AC Nielsen

Cuadro N°5: ¿Son una buena alternativa las marcas p ropias?



Fuente: Estudio realizado en Chile por AC Nielsen

Cuadro N°6: ¿Las marcas propias brindan una excelente relación precio calidad?

Por último, es importante la elección del fabricante de pastas dentales que suministrará los productos acá en Chile, teniendo hoy 2 candidatos, productores Colombianos, con precios competitivos y con una estrategia orientada al precio, por lo que cumplen con los requerimientos necesarios para escoger a uno de ellos, la elección radicará en la disponibilidad de ellos para hacer pastas dentales con una marca que no sea la de ellos.

En cuanto a los atributos de los productos que se deben comercializar, la población de los segmentos D y E, en su mayoría se interesa por productos económicos, que dejen los dientes blancos en el menor tiempo posible, que estén en promoción y que les alivie el dolor de dientes. En cambio los segmentos C2 y C3 los atributos que resaltan en los productos son que contenga chips de limpieza, gran frescura y que mezcle protección, frescura y dientes blancos.

En Chile las clases económicas se analizan desde dos puntos de vistas, el primero no está definido estrictamente como un grupo, sino como una categoría de hogares o personas con ingresos similares. No obstante esta limitación, constituye un punto de partida necesario. Si se parte de la afirmación que la clase media chilena comprende las personas u hogares que tienen ingresos alrededor del centro de la distribución nacional. Según cifras de la Encuesta CASEN 2006, el ingreso del grupo familiar que se ubica en la mediana de la distribución de ingreso equivale a \$ 450 mil pesos (US\$ 900).

Estrato	Porcentaje hogares por estrato	Jefe de hogar Mayor 60 años	Promedio edad jefe hogar	Hogares que perciben ingresos del trabajo	Porcentaje mujeres jefas de hogar
Bajo	36,0	24,8	49,7	84,2	31,5
Medio Bajo	24,4	32,8	53,3	87,6	30,4
Medio Alto	20,2	28,7	52,1	92,2	28,5
Alto	19,4	23,4	50,1	93,9	26,7
Total	100	27,3	51,2	88,5	29,7

Fuente: Vicente Espinoza y Emmanuelle Bazoret.

Tabla N°1: Descriptores económicos, según sector social

De la Tabla N°1, se evidencia que el 60% de los hogares chilenos se encuentran en los sectores medio bajo a bajo.

Otros estudios de marketing para el caso chileno, establecen grupos de consumo en función del nivel educacional del jefe del hogar. En este caso, se suele usar la siguiente categorización, que determina 5 grupos:

- ABC1 Élite y clase media alta
- C2 Clase media-media
- C3 Clase media baja
- D Sectores populares
- E Sectores pobres

Esta clasificación, ampliamente usada a nivel internacional, no establece sin embargo grupos consistentes en términos de identidad, pues sólo reparte las personas en distintos sectores en función de umbrales predefinidos de consumo.

Estratos socio-económicos (ESOMAR)	Porcentaje de la población en cada estrato	Porcentaje del ingreso de cada estrato en relación con ingreso total nacional (*)
ABC1	7,2	30,7
C2	15,4	25,9
C3	22,4	19,6
D	34,8	18,6
E	20,3	5,3

Fuente: Vicente Espinoza y Emmanuelle Bazoret.

Tabla N°2: Porcentaje de la población por estratos socioeconómico

En este caso, la clase media quedaría integrada por los sectores C2 y C3. En vista a lo señalado anteriormente el foco de este proyecto se orientará en los segmentos de mercado de los estratos sociales C2 al E.

3.3. Tendencias y fuerzas competitivas

3.3.1. Poder de negociación del Retail

La estrategia de marca propia en el largo plazo podría dar como resultado el incremento de poder del canal de distribución (autoservicios) sobre las empresas productoras de marcas nacionales. Por lo tanto, en el largo plazo los retailers podrían cambiar las condiciones de negociación por el hecho de haber posicionado su marca en la mente del consumidor, lo cual le permitiría negociar con diferentes proveedores para buscar beneficios económicos. Es decir, los proveedores tendrían que acomodarse a unas nuevas condiciones económicas, debido al posicionamiento de la marca propia.

El hecho de que las marcas propias generen mayores beneficios económicos a las empresas productoras por efecto de mayores volúmenes de ventas, no necesariamente lleva a construir marca a largo plazo. El consumidor final fijaría un lugar en su mente para la marca propia y no para la empresa que elabora dicha marca. Por lo tanto, un cambio en la empresa productora de la marca propia no tendría relevancia, ya que en el largo plazo se construye una imagen de la marca propia relacionada con el autoservicio y no con la empresa productora.

Los siguientes son los beneficios de las marcas propias para la cadena de retail:

- i) Las cadenas obtienen márgenes entre un 25% y 30% con la comercialización de marcas nacionales. Con las marcas propias esos márgenes oscilan en un rango entre 30% y 50%.
- ii) Las cadenas pueden llegar a segmentos de mercados no atendidos por las marcas nacionales.
- iii) Crecimiento de la categoría como resultado del incremento del volumen de unidades vendidas de las marcas nacionales y de las marcas propias.
- iv) El desarrollo de las marcas propias permite a las cadenas reforzar su imagen ante el consumidor final.

3.3.2. Poder de negociación de Fabricantes

Si bien es cierto que podemos esperar beneficios para las empresas productoras, como los siguientes:

- i) Fortalecimiento de la relación de socios comerciales con la cadena.
- ii) Incremento del uso de la capacidad instalada.
- iii) Incremento en el volumen de ventas de la empresa como resultado de las unidades adicionales de marca propia.
- iv) Los recursos destinados inicialmente a ganar mayor espacio en las góndolas de la cadena no son necesarios, ya que el hecho de ser un socio comercial de marca propia le otorga ventajas en términos de ubicación en las góndolas y la participación en los eventos promocionales del autoservicio.

No es más cierto además, que en este sentido el fabricante pierde fuerza versus el distribuidor, ya que este último, quien tiene la cercanía con el consumidor final y en posesión de su marca privada puede cambiar de fabricantes sin que el cliente se entere.

3.3.3. Poder de negociación de clientes

En esta pugna, quien gana siempre es el cliente, porque hoy recibe productos de calidad similar a los productos de las marcas tradicionales o nacionales, pero a un menor precio, por lo que su poder de negociación se inclina hacia los distribuidores o retailers, lo que ocasiona una mayor desigualdad con las marcas tradicionales.

4. PLAN DE NEGOCIO

Un modelo de negocio nos describe la forma en que una compañía crea, entrega y captura valor.

4.1 Elección del modelo de negocio

De acuerdo al estudio a realizar se usará el modelo de negocio CANVAS, el que define los siguientes componentes.

Segmentos de clientes
Propuesta de valor
Canales
Relaciones con clientes
Flujos de Ingresos
Recursos claves
Actividades centrales
Alianzas claves
Estructura de costos

Segmentación de clientes

Corazón del modelo.

Segmentación define foco(s).

- Las necesidades requieren oferta específica.
- Se accesan por diferentes canales o requieren diferentes tipos de relaciones.
- Su disposición a pagar es diferente.
- Tienen rentabilidades distintas.
- Entendiendo estos segmentos, el negocio se focaliza en generar valor para ellos.

Propuesta de Valor

Describe la configuración de servicios y productos que crean valor a un segmento específico de clientes.

Está en la esencia del vínculo con el cliente (segmento) a través de la necesidad o el problema que se le resuelve.

Canales

Son las interfaces – puntos de contacto - con el cliente.

- ¿Cómo el cliente sabe de nosotros?
- ¿Cómo evalúa nuestra propuesta de valor?
- ¿Cómo compra/contrata nuestros productos/servicios?
- ¿Cómo se entregan la propuesta de valor?
- ¿Cómo soportamos al cliente en la post-venta?

Relaciones con clientes

Define el tipo de relación que la compañía establece con cada segmento de cliente.

Definir el tipo de relación que se busca es clave en la viabilidad y coherencia del modelo de negocio generado.

Flujos de ingresos

Forma de los Ingresos generados por la compañía desde los segmentos de clientes.

Son las arterias del modelo de negocio.

Cada flujo de ingreso puede tener asociados distintos mecanismos de precio y volumen.

Recursos claves

Los activos más relevantes para que el modelo de negocio funcione.

Pueden ser físicos, financieros, intelectuales, humanos.

Pueden ser propios o de terceros.

Actividades centrales

Lo esencial que la compañía debe realizar para que funcione el modelo de negocio.

Alianzas claves

Red de proveedores y socios que se requieren para que opere el modelo.

Algunos tipos

- Alianzas estratégicas.
- Relaciones de cooperación.
- Joint ventures.
- Cliente – proveedor.

Estructura de costos

Todos los costos necesarios para hacer el negocio.

Resumiendo los puntos anteriores, se obtiene el modelo de negocio para este proyecto empresarial.

MODELO DE NEGOCIO PASTA DENTAL				
INFRAESTRUCTURA		OFERTA	CLIENTES	
ALIADOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE	SEGMENTOS DE CLIENTE
Proveedores JGB (Colombia) QUALA (Colombia)	Gestión Comercial Primer contacto Seguimiento visitas Chequeo stock cliente Innovación en atención Imagen empresa Estudios de precios Cobranza	General 1) Productos de Calidad estándar a precios competitivos por segmento de producto 2) Atención personalizada 3) Ampliar la gama de productos en clientes de retail que posean marcas propias	Manejo de Software Base de datos	Masivo A través del Retail Acuerdos comerciales con Jumbo, Líder y Falabella
Logístico Ag. Aduana Embarcador	Gestión Operacional Contacto Bancos Aplicaciones TI	LA MAS COMPLETA PROTECCIÓN AL MEJOR PRECIO LO QUE EL CONSUMIDOR CHILENO ESTABA ESPERANDO	Tipo de Venta Directa Personalizada Tecnología IPAD Seguimiento telefónico	Segmento por cliente Estratos socioeconómicos C2, C3, D y E Clase media a baja
Operacionales Bancos Contabilidad	Gestión Logística Bodegaje Contacto Proveedor Entrega a tiempo Reparto a Cross-Docking	Por línea de productos Triple acción Mejor relación precio / Calidad	CANALES ¿Cómo hacemos conocidos nuestra imagen y productos? MKTG Servicio de calidad Alta cobertura Visitas continuas Soporte Post-Venta	Segmento por producto Triple acción Máxima prevención caries Frescura Sensitiva
Otros Soporte TI Telecomunicaciones	RECURSOS CLAVES RR.HH. Vendedores Reponedores Promotoras	Máxima prevención caries Mejor relación precio / Calidad		
	Operacionales Stock de producto Capital monetario	Frescura Mejor relación precio / Calidad		
	Comercial Merchandising	Sensitiva Mejor relación precio / Calidad		
	Infraestructura Oficina/Bodega			
ESTRUCTURA DE COSTOS			FLUJOS DE INGRESO	
Oficina Arriendo Of/Bod Teléfono Luz Agua Sueldos Contador Internet	Comercial Promotoras Flyer Muestras Comisiones	Operacionales Stock Créditos Bancarios Comercio Exterior	Comercial Venta directa Producto en consignación	Lista de Precios Única Interna Gestión del precio
FINANCIERO				

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N°7: Modelo de negocio para el emprendimiento de pastas dentales

4.2 Obtener competencias centrales

Conocimiento del sector Retail.

- Conocer al personal involucrado en las decisiones de compra y evaluación de proveedores.
- Entender la forma de negociación con los retailers.

Conocimiento de fabricantes de pastas dentales en el extranjero.

- Conocer al personal involucrado en las áreas comerciales y técnicas de los distintos fabricantes de pastas dentales en la región.

Claridad de propósito

- Entender la totalidad de una situación, fijar clara y acertadamente los objetivos; visualizar el impacto de los eventos y cómo afectan los resultados.

Organización y seguimiento

- Realizar el trabajo siguiendo un ordenamiento secuencial en las actividades y hacer seguimiento sistemático con verificación aleatoria para garantizar la obtención de los resultados eficientemente.

4.3 Desarrollar las ventajas competitivas

Liderazgo en costos

- Desarrollar un modelo de negocio, que implique actividades eficientes y a bajo costo, con el fin de entregar un servicio de calidad

Transparencia e integridad

- Actúa permanentemente de acuerdo con sus convicciones y valores que son coherentes con los de la Organización, aún en situaciones difíciles, generando confianza y credibilidad tanto a nivel interno como externo.

Manejo óptimo de recursos

- Posee el criterio que le permite optimizar la relación costo beneficio, haciendo un manejo efectivo, racional y responsable de los recursos, logrando obtener permanentemente el máximo provecho de los mismos.

Análisis de Problemas

- Identificar proactivamente en todos los eventos, problemas y oportunidades de mejoramiento, con un permanente sentido crítico, estableciendo los factores claves, considerando y relacionando diversas variables.

5. PLAN DE MARKETING Y VENTAS

5.1. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso, que admita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

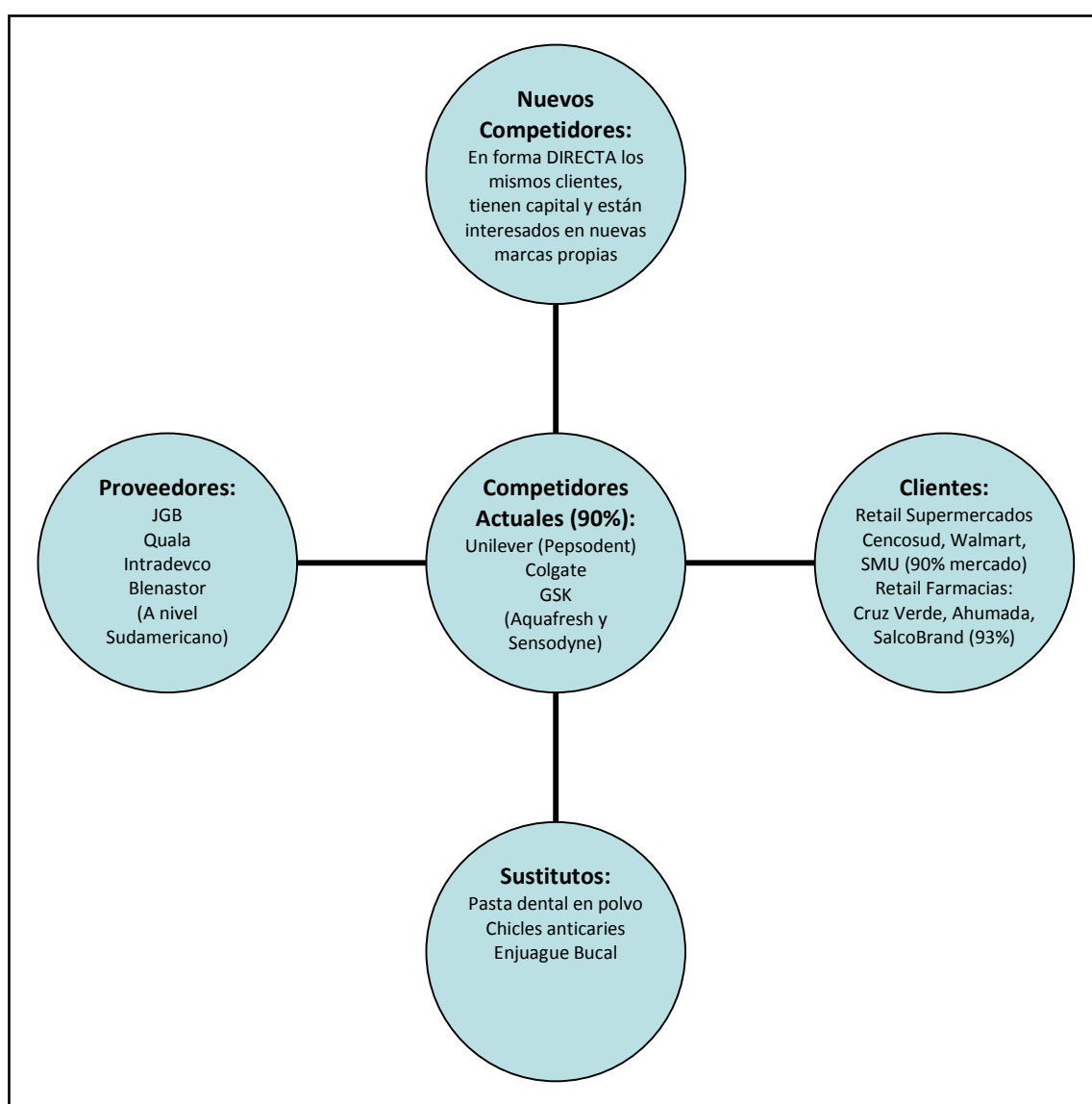
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ FODA	Se tiene el "know how" acerca de la fabricación, comercialización y tipos de pastas dentales que se comercializan en el mercado.	No se cuenta con el capital necesario para iniciar este emprendimiento, ni la infraestructura necesaria para almacenaje y distribución.
	Se conoce al personal involucrado en la toma de decisiones tanto para conseguir proveedores y clientes.	No se cuenta con la cobertura adecuada para abastecer todo el mercado nacional.
	Productos económicos y con igual performance que los actuales.	No es una empresa reconocida en el mercado, por lo que los clientes pueden tener dudas acerca de realizar este negocio.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIAS DO
No existen marcas propias en el mercado de pastas dentales.	Diferenciación con base en el costo / beneficio y calidad en el servicio.	Obtener financiamiento con un socio inversionista.
Necesidad de los retailers de aumentar sus productos con marcas propias.	Desarrollar nuevos productos en un mercado concentrado y dominado por 3 actores.	Incorporar nuevos productos como marcas propias al mercado chileno.
Necesidad de un productor extranjero de ampliar su venta a nivel regional.	Ampliación de mercado para productores estrategicos que requieren cubrir la capacidad instalada que tienen ociosa.	Traer producto como marca blanca, asociado a uno de los principales retailers en supermercados y farmacias.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Contar sólo con la comercialización de un tipo de producto, lo que deja a la empresa muy complicada si no se logran los retornos esperados.	Diferenciación con base en el costo / beneficio y calidad en el servicio.	Conseguir un socio estratégico a nivel nacional, que sea experto en almacenaje, distribución y reparto de productos.
Los retailers, tienen el control de este negocio, lo que implica que en cualquier momento pueden cambiarse a otro fabricante para que les hagan sus marcas propias.	Capacitación en venta y promoción de productos, a través de capacitación y asesoría en promoción y venta.	Diversificar la paleta inicial de productos, con el fin de minimizar el alto poder de negociación de los retailers.
Mercado muy concentrado, pocos actores tienen casi el 100% del mercado.	Desarrollar nuevos productos en un mercado concentrado y dominado por 3 actores.	En un horizonte de 5 años, juntar el capital necesario para montar una fabrica productora de pastas dentales.
Existe una alta fidelidad de los consumidores por los productos tradicionales.	Iniciar con productos similares a los que actualmente se comercializan y no requieran gran inversión.	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N°8: FODA del emprendimiento

5.2. Fuerzas de Porter

Existe otro método de análisis llamado Fuerzas de Porter, que evalúa cinco fuerzas, de acuerdo con la teoría estas fuerzas influyen en la estrategia competitiva de una compañía. Cuatro fuerzas– el poder de negociación de los consumidores, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de los nuevos actores y la amenaza de los productos sustitutos– se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°1: Atractivo por dimensión según Porter.

La amenaza de nuevos participantes:

Existe la posibilidad cierta que entren nuevos participantes al negocio señalado, ya sea a través de otros emprendimientos nacionales o los actuales clientes de reatil, que pueden cerrar un acuerdo de marca propia, en forma directa con alguna empresa productora de pastas dentales en el exterior, todo va a depender de las condiciones que se den ya sea por parte de la necesidad de los retailers y la necesidad de cubrir nuevos mercados por empresas extranjeras.

Una barrera importante para las empresas extranjeras es el ISP, ya que todo producto farmacéutico o de cuidado oral debe pasar por la autorización y aprobación de este Instituto y si las empresas extranjeras no tienen un socio comercial chileno les costará más poder pasar esta barrera.

Ventaja de costos, el hecho de ser los primeros en llegar a un sector, unido a otros factores como el abastecimiento de una materia prima o las economías de aprendizaje, provocan que la empresa que ya está dentro del sector tenga ventajas en costos, lo que supone un impedimento importante para aquellas empresas que quieren formar parte de ese sector.

Otra barrera importante es la relacionada con la imagen, credibilidad, seriedad y fiabilidad que la empresa tiene en el mercado como consecuencia de una forma de actuar y de las características de su producto, que puede llevar al comprador a identificar el producto con la marca

Lo anterior nos lleva a concluir acerca de la amenaza de nuevos competidores es media.

El poder negociador de los compradores:

El producto es un commodity, lo que significa que el precio está fijado de antemano, al ser un bien homogéneo. El valor de venta es será fijado por cada retail, por lo que el cliente no tiene mucho poder de decisión, se hará importante en la medida que cada cadena entregue propuestas de marcas propias más completas.

Identificar el número de clientes que demanda la mayor parte de las ventas del sector. Si el número de clientes existentes no es elevado se afecta la palanca de negociación puesto que pueden exigir más y este mercado es muy concentrado (3 cadenas de

supermercado tienen el 90% del mercado y 3 cadenas de farmacias, presentan la misma participación).

Con todo lo anterior se puede decir que el poder negociador de los compradores es medio-alto.

La amenaza de sustitutos del producto:

Por el momento la amenaza de bienes sustitutos para el mercado de las pastas dentales en gel, viene dada por las pastas dentales en polvo, pero aún su penetración no es elevada, ya sea por desconocimiento o porque hasta hoy sus aplicaciones en Chile está dada para blanquear los dientes de las personas fumadoras y que toman demasiado café.

Por lo tanto la amenaza de sustitutos es baja.

El poder negociador de los proveedores:

Con respecto al productor de pastas dental, este presenta el nivel más bajo de decisión en esta cadena, ya que puede verse influenciado por 2 aspectos, por un lado que el retail cambie de fabricante y por otro que la empresa que comercialice sus productos haga lo mismo.

Por eso toma importancia el volumen de compra para los proveedores, si este volumen es alto y el proveedor no tiene como llegar al mercado, le es indispensable contar con un trader en el país.

Por otro lado, si no hay diferenciación en productos y estos son estándar, el representante tiene en su mano la negociación versus el proveedor.

Lo que implica que el poder de negociación de los proveedores es bajo.

La intensidad de rivalidad entre los competidores:

La rivalidad entre competidores está en el centro de las fuerzas y es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector.

Existen actualmente alrededor de 15 empresas que comercializan pastas dentales en Chile, por otro lado existen 3 cadenas importantes de retail en el rubro supermercados y

3 en el rubro farmacéutico, a nivel de clínicas existen alrededor de 8, en la región metropolitana, que entregan a sus pacientes pastas dentales como marca propio de la clínica y sólo 2 empresas que cubren este rubro. Por otro lado a nivel de cadenas de supermercados y farmacias no existe ninguna empresa que les fabrique o proporcione productos como marcas propias a estos clientes.

Diferenciación del producto: En este caso, son las características del producto que lo hacen diferente, incluso hasta ser percibido como único en el mercado por su uso o aplicación. Puede ser por características propias del diseño, de la presentación, del servicio al cliente, etc. La tendencia por parte de los consumidores a sustituir un producto por otro será mayor cuanto más se parezcan los productos que ofertan las empresas, esto obliga a reducir los precios de los mismos con el fin de incrementar las ventas, lo que se traduce en una competencia por precio.

Debido a lo anterior, se concluye que hay una oportunidad de desarrollar un emprendimiento atractivo y el grado de competencia es alto.

DIMENSIÓN	ATRACTIVO	NO ATRACTIVO
Nuevos Competidores	Producto estándar	Autorización ISP
	Poseen canales de distribución	Curva de experiencia
	Poseen imagen de marca	
Compradores	Producto estándar	Clientes muy concentrados
	Alto volumen de compra	Información respecto al proveedor
	Poseen imagen de marca	
Productos Sustitutos	Rendimiento igual	Disponibilidad de producto
	Calidad igual	No es la misma aplicación
Proveedores	Nuevo mercado	Entrar con una marca distinta
	Satisfacer capacidad ociosa	No entra directo al mercado
Rivalidad entre Competidores	Bajos costos de operación	Mercado Concentrado
		No hay variedad de segmentos
		Grupos empresariales potentes

Fuente: Elaboración propia.

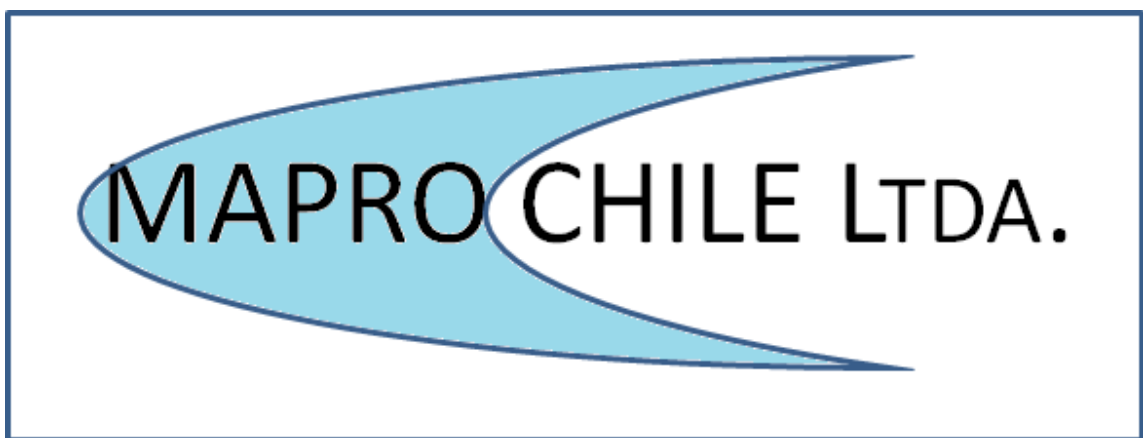
Tabla N°3: Resumen Porter: Atractivo/No atractivo p or Dimensión.

5.3. Estrategia de Marketing

La implementación de la estrategia es la suma total de actividades y opciones requeridas para ejecutar un plan estratégico, estas se ejecutan a través del desarrollo de programas, presupuestos, procedimientos y controles. Aunque la implementación se contempla generalmente después de que la estrategia ha sido formulada, constituye una parte clave de la administración estratégica.

5.3.1. Marketing Estratégico

Está definido por la imagen que queremos dar como empresa, en el caso de este proyecto se define la imagen como una empresa comercializadora de productos para marcas propias en Chile, llevando a cabo un marketing relacional (uno a uno) donde el cliente, sus gustos, sus necesidades y sus deben ser cubiertos por la atención otorgada y el producto ofrecido.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°2: Logotipo de la empresa MAPRO Chile Ltda .

Este logo, remarca la globalidad de la empresa, una empresa joven y cercana a los clientes.

5.3.2. Marketing Táctico

La estrategia simboliza el pensamiento que deseamos llevar a cabo. La táctica es la acción que transforma el pensamiento en hechos reales. Una vez definida y desarrollada la estrategia que habrá de seguir la empresa en un determinado periodo de tiempo, es necesario convertirla en acción.

Para analizar la táctica es necesario evaluar el marketing mix, que en este caso será el de 4P + P:

PRODUCTO

- Serán los que más se comercializan hoy, esta empresa venderá sólo productos que ya están probados en el mercado y que tienen alta venta.

- Triple acción: Pasta dental que mezcla prevención de caries, frescura intensa y dientes blancos.

Atributos:

Previene las caries

Combate los gérmenes

Disminuye la formación y acumulación de placa bacteriana

- Máxima prevención caries: Pasta dental con flúor y calcio, que ayuda al fortalecimiento de los dientes, logra una limpieza profunda, brillante y protege el esmalte dental.

Atributos:

Máxima prevención contra las caries (Flúor)

Dientes fuertes (Calcio)

Limpieza profunda

Contiene partículas blanqueadoras

- Frescura intensa: Pasta dental que entrega frescura a la boca, previene las caries y entrega limpieza profunda.

Atributos:

Aliento fresco, sabor menta

Previene las caries

Limpieza profunda

- Sensitive: Pasta dental que alivia el dolor de dientes y entrega máxima protección.

Atributos:

Alivia el dolor

Previene la sensibilidad

Contiene partículas blanqueadoras

Máxima prevención contra las caries

Características

- Empaque tradicional
- Contenido: 90 grs.
- Etiqueta en color corporativo del cliente.

Ciclo de Vida

El producto que será lanzado, se introducirá en un mercado que se encuentra maduro y la estrategia de marketing irá en conjunto con el resto de los productos de marca propia que tienen los clientes, con una rápida reposición de góndolas.

Producto Innovador

Una forma de ganar más mercado, es incorporando nuevos productos y tanto la tecnología, como la imaginación nos ayuda a eso, es así como se solicitará la licencia del producto Twist & Brush, de la empresa KAWAMURA GANJAVIAN, para que a contar del quinto año se inicie la comercialización de este producto.



Fuente: Página web www.studio-kg.com/twistbrush/

Figura N°3: Cepillo con pasta incluido.

PRECIO

- Viene dado por el mercado y los retailers, en el caso de los productos para marcas propias este será de un 20% más barato que el líder de mercado.

Producto	Precio medio de mercado		Precio venta al público propuesto	
	Neto	Con IVA	Neto	Con IVA
Triple Protección	873	1.039	1.083	1.289
Prevención Caries	942	1.121	785	934
Frescura Intensa	1.082	1.288	902	1.073
Sensitive	1.661	1.976	1.384	1.647

Fuente: Elaboración propia, obtenido de los datos incluidos en anexos 1 y 2.

Tabla N°4: Precios de mercado y propuestos a los clientes en sus puntos de venta

PLAZA

- Está definido por los puntos de ventas de los retailers, en total hay 647 puntos de ventas en el país.

ZONA GEOGRÁFICA	CANTIDAD DE PUNTOS DE VENTAS			
	JUMBO	SANTA ISABEL	CRUZ VERDE	TOTAL
Norte	4	8	42	54
Centro Norte	5	32	85	122
Centro	14	64	250	328
Centro Sur	3	21	57	81
Sur	2	6	54	62
TOTAL	28	131	488	647

Fuente: Elaboración propia, obtenido de los datos incluidos en anexos 1 y 2.

Tabla N°5: Puntos de venta de los clientes elegidos

Ubicación y Distribución

El producto que será lanzado, será distribuido en cada uno de los puntos de venta que tienen los clientes, con una estrategia Pull, donde el consumidor será orientado a consumir el producto.

PROMOCIÓN

- Esta se hará en conjunto con los retailers, y no debe sobrepasar el 5% del valor de compra del cliente por año.

Copy strategy

Estrategia de creación, es una técnica útil para definir con claridad y precisión la comunicación del producto. Busca definir cómo el mensaje en sí será desarrollado para alcanzar los objetivos del plan de marketing. Todas las piezas de comunicación (el comercial de televisión, los anuncios impresos, los folletos y cualquier otro material similar) se crean con base en el copy strategy, el que será definido en conjunto con el cliente, ya que debe ajustarse a la estrategia de marcas propias que tiene implementadas. Ambas partes pondrá un 5% del valor total de las ventas estimadas para el primer año.

PERSONAS

- Variable importante que nos dará el valor agregado y la diferenciación con la competencia, la estructura y sueldos se verán en el plan de recursos humanos.

RESUMIENDO

El plan de marketing se basará en los siguientes puntos:

Estrategia:

- Seguidor de los líderes
- Costos de operación más bajos y precios de venta un 20% menos que el mercado.
- Mercado maduro, con estrategia Pull en los puntos de venta.
- En promoción una estrategia de creación.
- Inversión para campañas, será de 10% en total, aportado en partes iguales por el cliente (cadena de retail) y MAPRO Chile.
- Innovación: Introducción de producto "Twistbrush", realizar estudio de mercado y compra de licencia para venta de este producto en Chile.

5.3.3. Planificación Estratégica

Todo proceso de implementación de estrategias, debe ser diseñado, evaluado y controlado.

Dentro de la etapa de diseño, es importante definir los factores críticos para el éxito de nuestro proyecto, es así que usando el modelo de gestión del Balanced scored card (BSC), se definen 4 ámbitos importantes que deben ser satisfechos y a su vez los factores críticos de éxito deben estar alineados con la misión, visión y estrategia planificada, para la empresa MAPRO Chile Ltda., se definen los siguientes factores críticos de éxitos y sus desafíos estratégicos.

AMBITO	FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO	DEFINICIÓN	DESAFÍO ESTRATEGICOS
FINANCIERO	Crecimiento	Crecer en forma sostenida y constante hasta alcanzar la cuarta ubicación en ventas en el mercado de cuidado oral.	Alcanzar un 5% de participación en los 2 principales clientes de retail. Lograr una penetración del 5% como mínimo de productos en los segmentos C2, C3, D y E.
	Rentabilidad	Alcanzar un 20% de Margen bruto operacional, para asegurar las actividades de gestión de la empresa.	Asegurar un margen bruto de un 20% en cadenas de supermercados y farmacias.
CLIENTES	Retención y Satisfacción de clientes	Disponer de un portafolio de productos que entreguen una propuesta de valor superior a la competencia y que nos permita lograr la preferencia de los consumidores.	Ser la cuarta marca preferida por el consumidor.
			Asegurar un contrato a largo plazo con los clientes, que permita la incorporación de nuevos productos. Tener una gestión de excelencia en el punto de venta, que favorezca el crecimiento según la estrategia de Marketing.
PROCESOS INTERNOS	Liderazgo en costos	Contar con procesos de gestión que aseguren el liderazgo en costos, además de las actividades comerciales, operativas y administrativas.	Revisar constantemente los costos operativos de toda la cadena de valor para seguir innovando en reducción de costos. No tener quiebres de stock en puntos de ventas, que nos hagan aumentar los costos de envío y reposición.
	Diversificación de productos	Contar con una paleta de productos mas amplia, con el fin de no quedar en una posición demasiado asimétrica con respecto a los clientes.	Buscar productos y proveedores complementarios en la industria cosmética. Obtener la patente de invención para el mercado chileno del cepillo dental con pasta incluida.
APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO	Organización y Personas	Contar con la mejor estructura organizacional y con equipos efectivos, comprometidos, motivados y con las capacidades a la altura de los desafíos de la organización.	Contar con una estructura organizacional liviana pero eficiente y capacitada.
			Contar con planes de capacitación tanto al personal interno como los de terceros.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°6: Planificación Estratégica MAPRO Chile Lt da.

5.3.4. Cuadro de mando (BSC)

En todo proceso no basta sólo con generar un plan estratégico, estos deben ser controlados y la mejor forma de aterrizarlos es relacionando cada desafío estratégico con un indicador, el cual debe ser controlado durante todo el proceso de implementación de la estrategia.

AMBITO	DESAFÍO ESTRATEGICOS	METAS	ACCIONES	INDICADORES	REVISIÓN
FINANCIERO	Alcanzar un 5% de participación en los 2 principales clientes de retail.	Crecer un 1% anual en cada cliente, hasta alcanzar el 5% en 5 años.	Introducir los productos con una campaña de marketing relacional	Venta MAPRO >= 1% Ventas de la categoría de cada cliente para el año 1.	Mensual
	Lograr una penetración del 5% como mínimo de productos en los segmentos C2, C3, D y E.	Asegurar costos de comercialización mas bajos que el resto de la industria.	Optimizar estructura comercial para alcanzar margen solicitado	Margen Bruto MAPRO >= 20%	Mensual
	Asegurar un margen bruto de un 20% en cadenas de supermercados y farmacias.	Margen Bruto sobre el retorno de la inversión sea mayor que 140%	Aumentar el margen o Disminuir la cantidad de compra de cada producto	GMROI >= 140%	Mensual
CLIENTES	Ser la cuarta marca preferida por el consumidor.	Crecer con preferencia de los clientes	Fuerte campaña en el punto de venta, promocionando los productos en conjunto con el cliente	Ventas MAPRO equivalen a ser el cuarto proveedor de pastas dentales en Chile	Trimestral
	Asegurar un contrato a largo plazo con los clientes, que permita la incorporación de nuevos productos.	Lograr acuerdos de largo plazo con los clientes	Prometer fidelidad y exclusividad	Cerrar contratos por 3 años como mínimo	Anual
	Tener una gestión de excelencia en el punto de venta, que favorezca el crecimiento según la estrategia de Marketing.	Ser los primeros en servicios en los puntos de venta.	Visitar constantemente los puntos de venta y bodegas de los clientes.	Cumplir con programa de atención a clientes.	Semanal
PROCESOS INTERNOS	Revisar constantemente los costos operativos de toda la cadena de valor para seguir innovando en reducción de costos.	Siempre ser los líderes en costos.	Revisar constantemente la gestión integral de la cadena de valor	No incrementar en más de un 5% los costos operacionales por año.	Anual
	No tener quiebres de stock en puntos de ventas, que nos hagan aumentar los costos de envío y reposición.	No generar problemas de desabastecimiento en los puntos de venta de los clientes	Visitas periódicas a puntos de venta de los clientes	Mínimo visitar cada punto de venta una vez a la semana.	Semanal
	Buscar productos y proveedores complementarios en la industria cosmética.	Lograr diversificar productos que se ofrecerán a los clientes.	Viajar 3 veces al año a ferias internacionales para conseguir nuevos representados.	Conseguir la incorporación de un nuevo producto a la venta de MAPRO Chile.	Semestral
	Obtener la patente de invención para el mercado chileno del cepillo dental con pasta incluida.	Ser los únicos en Chile que comercialicen el producto cepillo con pasta dental incluida.	Comprar la patente de invención y comercialización en Chile	Ser los únicos en Chile que puedan comercializar este producto.	Anual
APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO	Contar con una estructura organizacional liviana pero eficiente y capacitada.	Contar con las personas más capacitadas y honestas que se puedan encontrar en el mercado.	Efectuar buen proceso de selección.	Rendimiento personal de cada trabajador, nota sobre 5,5 en evaluación de desempeño, con escala de 1 a 7.	Anual
	Contar con planes de capacitación tanto al personal interno como los de terceros.				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°7: Cuadro de Mando MAPRO Chile Ltda.

5.3.5. Plan de Ventas

El plan de ventas debe estar acorde con los planes estratégicos de la compañía y el sentido que se le quiere dar a esta empresa.

En el caso de MAPRO Chile Ltda., esta empresa está orientada a la comercialización de marcas blancas o propias para el sector retail, durante los 5 primeros años, se considerará sólo la introducción de 4 productos de la misma categoría, pastas dentales, para luego este negocio servir de apalancamiento para la incorporación de nuevos productos a partir del sexto año.

El plan de venta propuesta para los 5 siguientes años es el siguiente:

Venta en unidades	Producto	Cliente	Primer año				Total 1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
			1 Trimestre	2 Trimestre	3 Trimestre	4 Trimestre					
	Triple Protección	CENCOSUD	28.492	56.985	85.477	113.969	284.923	569.846	854.769	1.139.693	1.424.616
		CRUZ VERDE	2.145	4.289	6.434	8.578	21.446	42.892	64.337	85.783	107.229
	Prevección Caries	CENCOSUD	37.990	75.980	113.969	151.959	379.898	759.795	1.139.693	1.519.590	1.899.488
		CRUZ VERDE	2.859	5.719	8.578	11.438	28.594	57.189	85.783	114.378	142.972
	Frescura Intensa	CENCOSUD	14.246	28.492	42.738	56.985	142.462	284.923	427.385	569.846	712.308
		CRUZ VERDE	1.072	2.145	3.217	4.289	10.723	21.446	32.169	42.892	53.615
	Sensitive	CENCOSUD	14.246	28.492	42.738	56.985	142.462	284.923	427.385	569.846	712.308
		CRUZ VERDE	1.072	2.145	3.217	4.289	10.723	21.446	32.169	42.892	53.615
	TOTAL		102.123	204.246	306.369	408.492	1.021.230	2.042.460	3.063.690	4.084.919	5.106.149

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°8: Plan de Ventas MAPRO Chile Ltda.

Ciclo de Venta del producto

El producto pasta dental tiene un ciclo de venta semanal, es un producto que por tener un volumen pequeño, cubre poco espacio en las góndolas y se puede tener en gran cantidad, por lo que la reposición en vitrina debiese ser en forma semanal en los puntos de venta normales y en los puntos de venta con mayor movimiento se debiese hacer dos reposiciones a la semana.

En cuanto al pago del producto por parte del cliente, este se efectúa cada 90 días, lo cual produce que se deba tener un umbral de capital de trabajo para cubrir 4 meses de operación.

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Un aspecto clave para la implementación de una estrategia es el recurso humano (contratación y promoción de personas) en puestos claves.

La Política de Recursos Humanos, debe reconocer a sus trabajadores como el capital de trabajo fundamental, quién es el responsable del cumplimiento de las metas comerciales y del servicio de excelencia que la empresa propone, en este sentido, los esfuerzos orientados en esta área, buscan generar en los trabajadores un espíritu de confianza y pertenencia a la empresa, factor considerado esencial para el logro de las metas.

Esta Política de Recursos Humanos está basada sobre los siguientes principios:

- **Personal de Excelencia.**

Los requerimientos de los clientes constituyen un desafío permanente para la empresa. Esto insta a privilegiar la incorporación del mejor personal disponible en el mercado, procurando retener el talento humano a través de:

Condiciones laborales de nivel superior.

Sentido de pertenencia a la empresa.

Capacitación continua.

Estabilidad laboral

Cada uno de estos puntos es el resultado de los diferentes procedimientos, planes y programas de actividades y de las herramientas de gestión de RRHH desarrollados en toda la empresa.

- **Relaciones Laborales Positivas.**

La empresa reconoce como base esencial de una Política de Recursos Humanos, la existencia de relaciones laborales sustentadas en el respeto mutuo y la cooperación, por esto se busca mantener una relación positiva con sus trabajadores y con los clientes, manteniendo una posición de

apertura y claridad en la política de empresa y toma de decisiones por parte de la Gerencia.

- **Liderazgo y Supervisión Participativa.**

Se considera que un Liderazgo efectivo y participativo es esencial para lograr un ambiente de trabajo en equipo, grato, sano y seguro.

La administración del Recurso Humano es una función ineludible del Gerente General quien debe participar junto al personal de las actividades comerciales, generando en su desarrollo instancias de comunicación y retroalimentación positiva.

Para llevar a cabo este emprendimiento, debido a la estrategia adoptada es necesario contar con una estructura organizacional liviana, capacitada y muy eficiente y una descripción de sueldos detallada y clara.

6.1. Descripción de sueldos

Como el recurso humano se considera un factor crítico de éxito, es que se ha considerado la siguiente escala de sueldos.

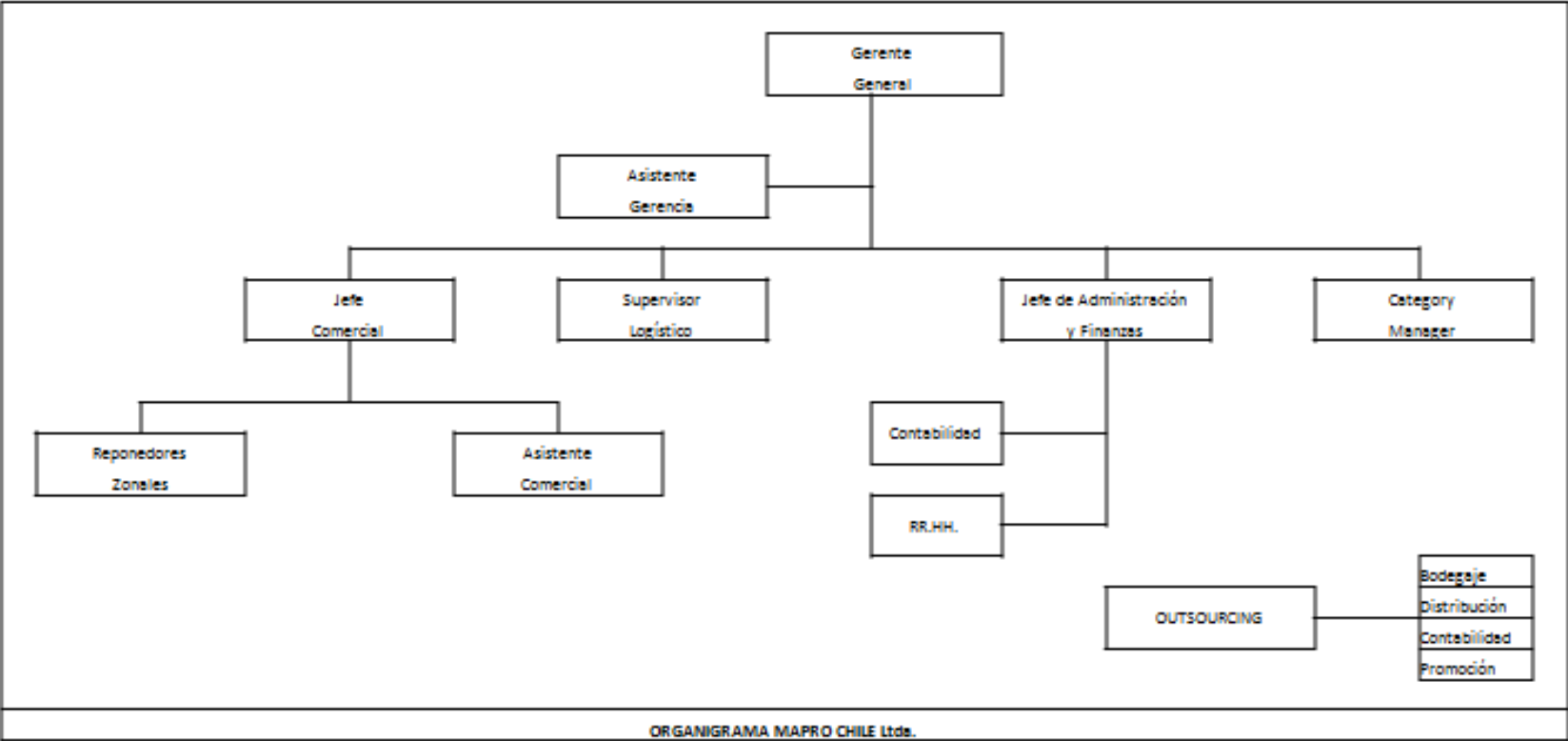
Los sueldos se consideraron, de acuerdo a lo que cancelan empresas que ya comercializan productos para empresas de retail.

	Gerente	Asistente	Jefe	Supervisor	Category	Reponed.	Asistente	Jefe	Contador
Años	General	Gerencia	Comercial	Logístico	Manager		Comercial	Ad. Y Finan.	
1	2.500.000	550.000				600.000			
2	2.500.000	600.000				600.000			
3	3.000.000	650.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	650.000			
4	3.000.000	650.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	650.000	450.000	1.200.000	350.000
5	3.500.000	700.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	700.000	450.000	1.200.000	350.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°9: Escala de sueldos de MAPRO Chile Ltda.

6.2. Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración propia.

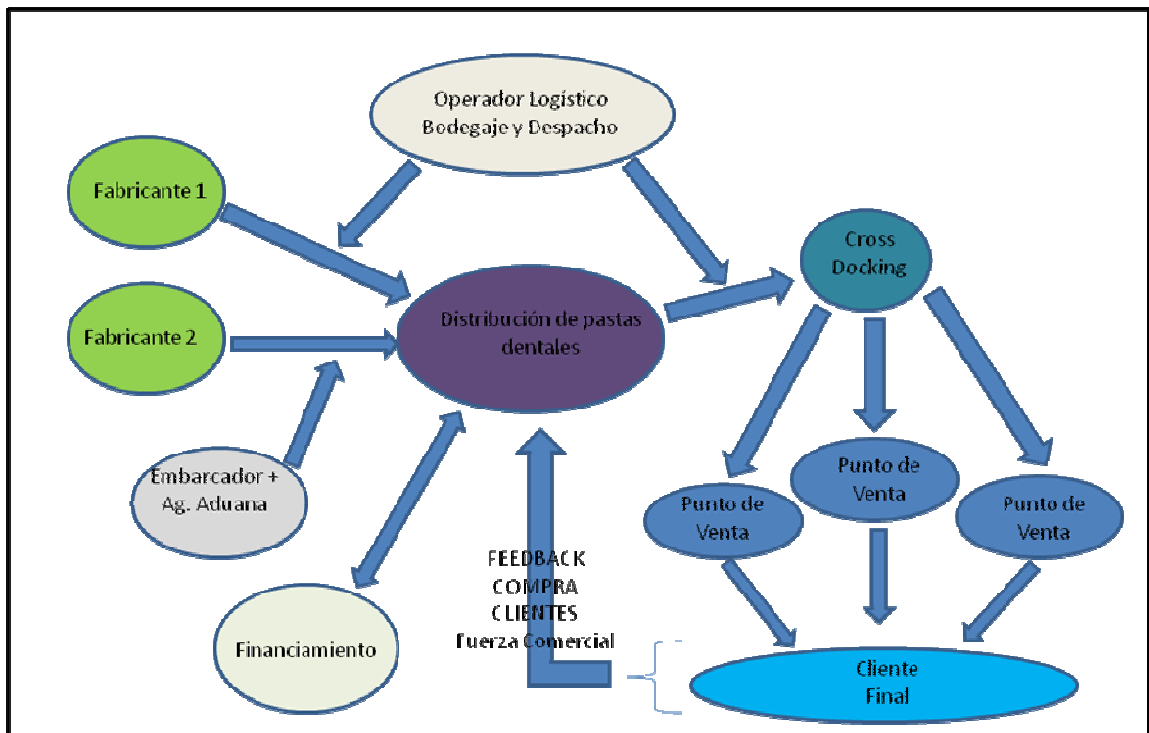
Cuadro N°9: Organigrama de MAPRO Chile Ltda.

7. PLAN DE OPERACIONES

El objetivo de esta sección es detallar la cadena de valor de la empresa y ver qué recursos operacionales se requieren para cumplir con la estrategia.

7.1. Cadena de valor

La figura que vemos abajo, muestra las principales interacciones del negocio, con la cual se puede llevar a cabo una buena gestión integral de la cadena de valor.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°4: Cadena de Valor de MAPRO Chile Ltda.

El esquema nos muestra como ruta crítica la retroalimentación que debe haber entre los puntos de venta y la empresa, lo cual es el corazón del negocio y no debe ser externalizado, en el análisis financiero se detallarán lo que cuesta a la empresa este punto.

Al revisar el esquema anterior, se ve que los puntos críticos del proceso son los siguientes:

- Los fabricantes externos
Será la parte medular y crítica que debe considerar este emprendimiento, es parte de lo que genera valor a los dueños y a los clientes, por lo que no puede ser externalizado.
- La logística interna y externa
Con relación a la logística, se puede señalar que no es crítica para la empresa y se debe buscar en el mercado al mejor embarcador que satisfaga los requerimientos y necesidades de este negocio.
- Reponedores en puntos de venta
Esta operación puede ser interna o externa, es una variable que tiene la empresa para poder disminuir costos operacionales, si se entra en una guerra de precios con los competidores.

7.2. Outsourcing

Dentro del esquema de la cadena de valor de la operación, existen áreas en que otras empresas son especialistas, es así que las siguientes operaciones serán externalizadas:

- Formación de la empresa y contabilidad, con la contadora Julieta Romero.
- Almacenaje y Transporte, se hará con la empresa especializada YOBEL SCM S.A. (Detalles de los cobros están en anexo 7)
- Arriendo de vehículos con mantención incluida, se hará con la empresa HERTZ Rent a car. (Detalles de los cobros están en anexo 7)
- Para los trámites de importación se harán con la agencia de aduana Juan Basta.

8. PLAN FINANCIERO

Una de las grandes preocupaciones de los emprendedores, antes de crear una empresa, es la búsqueda y obtención de los recursos financieros para desarrollar dicha actividad. La imposibilidad de tenerlos supone una gran barrera, que frena a los emprendedores en la puesta en marcha del proyecto.

8.1. Requerimientos de inversión

Para conocer los requerimientos de inversión se hace indispensable conocer la estructura operacional, como estará constituida la empresa, los recursos humanos y de infraestructura que se requieren.

La tabla número 10, nos muestra la cantidad de personas que se requieren por puesto y por año en la compañía.

Años	Gerente	Asistente	Jefe	Supervisor	Category	Reponed.	Asistente	Jefe	Contador
	General	Gerencia	Comercial	Logístico	Manager		Comercial	Ad. Y Finan.	
1	1	1				5			
2	1	1				5			
3	1	1	1	1	1	6			
4	1	1	1	1	1	6	1	1	1
5	1	1	1	1	1	8	1	1	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°10: Recursos humanos requeridos por MAPRO C hile Ltda.

Cada reponedor requiere de un vehículo para movilizarse y un celular.

Para conocer los requerimientos de inversión, requerimos conocer el flujo de caja del negocio a 5 años, y además saber que para tener holgura en la operación se debe partir financiando 4 meses, al revisar la tabla de abajo, se requiere un financiamiento equivalente a \$178.593.169.

Nota: Todos los activos serán arrendados o comprados vía leasing, por lo cual no hay depreciación.

FLUJO DE CAJA					
	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Venta Unidades	1.021.231	2.042.462	3.063.693	4.084.923	5.106.154
Ingresos	526.571.647	1.053.143.293	1.579.714.940	2.106.286.586	2.632.858.233
Costo MP	382.961.198	765.922.395	1.148.883.593	1.531.844.790	1.914.805.988
Utilidad Bruta	143.610.449	287.220.898	430.831.347	574.441.796	718.052.245
Gastos de Administración	133.670.249	141.138.544	210.286.839	237.615.134	286.543.429
Gastos de Promoción 5%	19.148.060	38.296.120	57.444.180	76.592.240	95.740.299
Depreciación					
Utilidad Antes de Impuestos	- 9.207.860	107.786.235	163.100.329	260.234.423	335.768.517
Impuestos (19%)	-	20.479.385	30.989.062	49.444.540	63.796.018
UTILIDAD NETA	- 9.207.860	87.306.850	132.111.266	210.789.883	271.972.499
Depreciación					
EBITDA	- 9.207.860	87.306.850	132.111.266	210.789.883	271.972.499

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°11: Flujo de caja para MAPRO Chile Ltda.

	Año 0	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Inversión	- 178.593.169					
EBITDA		- 9.207.860	87.306.850	132.111.266	210.789.883	271.972.499
Recuperación			78.098.990	210.210.257	421.000.140	692.972.639

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°12: Flujo de caja para MAPRO Chile Ltda.

8.2. Análisis de sensibilidad (VAN y TIR)

i) Condición Propuesta:

Debido a que el mercado en que se encuentra este negocio es muy exigente en rentabilidades es que se trabajará con una tasa de descuento del 30%.

VAN: \$73.170.794

TIR: 42,72%

Tasa de descuento			Flujo en años				
	VAN Esperado	Inversión	1	2	3	4	5
30,00%	73.170.794	- 178.593.169	- 9.207.860	87.306.850	132.111.266	210.789.883	271.972.499
	TIR Esperada	42,72%					

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°13: Para condiciones actuales, VAN y TIR esperados.

Para las condiciones actuales, bajo que tasa de descuento me da un VAN igual a cero.

Tasa de descuento			Flujo en años				
	VAN Esperado	Inversión	1	2	3	4	5
42,72%	0	- 178.593.169	- 9.207.860	87.306.850	132.111.266	210.789.883	271.972.499
	TIR Esperada	42,72%					

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°14: Para condiciones actuales VAN=0

Lo anterior me indica que para una Tasa de descuento de mercado igual a la TIR esperada, obtengo un VAN igual a cero, lo que se traduce en que la tasa mínima requerida para el negocio en estas condiciones debe ser de 42,72%.

ii) Condición conservadora:

Para hacer este análisis se considerará la condición que coloca el inversionista, es decir, recuperar la inversión al cabo del cuarto año, con esto se sabrá cuales son las condiciones mínimas para realizar el proyecto.

Para un nivel de venta equivalente al 73% de la venta estimada, se satisface la condición solicitada por el inversionista, ver flujo de caja de abajo.

FLUJO DE CAJA					
	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Venta Unidades	745.483	1.490.967	2.236.450	2.981.934	3.727.417
Ingresos	384.389.889	768.779.778	1.153.169.667	1.537.559.557	1.921.949.446
Costo MP	279.556.283	559.112.566	838.668.849	1.118.225.132	1.397.781.415
Util. Bruta	104.833.606	209.667.212	314.500.818	419.334.425	524.168.031
Gastos de Administración	133.670.249	141.138.544	210.286.839	237.615.134	286.543.429
Gastos de Promoción 5%	13.977.814	27.955.628	41.933.442	55.911.257	69.889.071
Depreciación					
UTILIDAD	- 42.814.457	40.573.040	62.280.537	125.808.034	167.735.531
Impuestos (19%)	-	7.708.878	11.833.302	23.903.527	31.869.751
UTILIDAD NETA	- 42.814.457	32.864.163	50.447.235	101.904.508	135.865.780
Depreciación					
EBITDA	- 42.814.457	32.864.163	50.447.235	101.904.508	135.865.780

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°14: Para qué condiciones el inversionista recupera su capital al cuarto año

Se observa en la tabla de abajo que la recuperación ocurre al cuarto año.

	Año 0	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Inversión	- 142.401.449					
EBITDA		- 42.814.457	32.864.163	50.447.235	101.904.508	135.865.780
Recuperación			- 9.950.294	40.496.941	142.401.449	278.267.229

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°15: Para qué condiciones el inversionista recupera su capital al cuarto año

Con los datos anteriores el nivel mínimo de comercialización por año debe ser el siguiente:

Venta en Unidades						
Producto	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Triple Protección	Unidades	223.645	447.290	670.935	894.580	1.118.225
Prevección Caries	Unidades	298.193	596.387	894.580	1.192.773	1.490.967
Frescura Intensa	Unidades	111.823	223.645	335.468	447.290	559.113
Sensitive	Unidades	111.823	223.645	335.468	447.290	559.113
TOTAL	Unidades	745.483	1.490.967	2.236.450	2.981.934	3.727.417

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°16: Mínima cantidad de pasta por producto que deben comercializarse

8.3. Obtención del financiamiento

En cuanto al financiamiento se conseguirá a través de la incorporación de un socio capitalista a este negocio, recuperando su inversión al tercer año de operación.

La sociedad está integrada por un socio capitalista, que es quien entrega el capital para iniciar el emprendimiento, esta persona ya es un empresario y busca colaboradores para generar nuevos emprendimientos, este emprendedor por cada negocio que inicia, pide ser dueño del 70% de la sociedad, y cómo máximo busca retornos al cuarto año de operación.

8.4. Análisis de riesgo

Los principales riesgos a los que se verá afectado este proyecto son 3:

- El retail en forma directa quiera importar sus marcas propias.
- El fabricante de pastas dentales quiera penetrar en forma directa el mercado.
- Pelea de Precios.

Los 2 primeros riesgos se minimizan al lograr diversificar la oferta de productos que deba manejar la empresa.

El tercero, es el más difícil de evitar y minimizar, pero una forma eficiente de hacerlo, es logrando un buen acuerdo con el cliente (cadena de retail), con el fin de enfrentar en conjunto dicha amenaza, lo cual ya realiza el retail.

9. CONCLUSIONES

- En vista de los hechos obtenidos, este emprendimiento se ve con una rentabilidad muy atractiva, lo que permite conseguir inversionistas de forma más fácil o vender el proyecto.
- A pesar de lo exigente que es la tasa de descuento empleada, equivalente a un 30% la tasa interna de retorno del proyecto igual es superior al 42%.
- La mínima comercialización, en unidades, de pastas dentales que debe comercializarse para conseguir al inversionista capitalista y que se concrete el proyecto debe ser el siguiente:

Venta en Unidades						
Producto	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Triple Protección	Unidades	223.645	447.290	670.935	894.580	1.118.225
Prevección Caries	Unidades	298.193	596.387	894.580	1.192.773	1.490.967
Frescura Intensa	Unidades	111.823	223.645	335.468	447.290	559.113
Sensitive	Unidades	111.823	223.645	335.468	447.290	559.113
TOTAL	Unidades	745.483	1.490.967	2.236.450	2.981.934	3.727.417

- Con los recursos obtenidos es factible lograr el apalancamiento de otros productos en menos de 5 años y así lograr mayor variedad de comercialización de productos.
- La debilidad de este proyecto es que se juega el todo o nada, debido a que se es monoproducción, el retail puede desligarse pronto de una empresa así y buscar directo otros proveedores.
- Aumentar la cantidad de productos que la empresa debe comercializar, con el fin de minimizar un riesgo latente que pueda ejercer el retail o el proveedor.

- A pesar de que el mercado es maduro y concentrado, permite el ingreso de nuevos actores al mercado, y la ventaja de traer productos de Colombia es su más expedita aprobación por el ISP, ya que existen relaciones entre este instituto Chileno y su par Colombiano (INVIMA).
- La estrategia de liderazgo en costo y seguidor del líder es una buena herramienta para concretar un negocio en el sector retail, ya que no existen altas inversiones en desarrollo de productos y se procede a trabajar con productos que ya tienen éxito en el mercado.
- La pasta de diente es un producto transversal que cruza todos los estratos sociales, siendo un buen producto para iniciar este emprendimiento.
- Lograr un buen acuerdo comercial y de cooperación con los clientes (retail) con el fin de enfrentar juntos una posible guerra de precios que pueda ser provocada por el ingreso de esta marca propia.
- Si la respuesta del mercado se pone muy agresiva, hay que buscar caminos alternativos para minimizar los costos de operación, en este caso una alternativa viable sería externalizar los reponedores o generar sinergismos con otras empresas de marcas propias para prorratear estos costos.
- Como conclusión final, bajo las actuales condiciones de mercado y con el apoyo del socio capitalista, se recomienda concretar este proyecto en un nuevo “start up”.

10. BIBLIOGRAFÍA

- DAVIES, G; "The two ways in which retailers can be brands". Workingpapn-, C2, Oxford Institute of Retailing Management.
- FRIEND G., ZEHLE S.; "Como diseñar un Plan de Negocios", segunda edición, 2009.
- HITT M., IRELAND, D., HOSKINSONS, R.; "Administración estratégica"; séptima edición 2008; pgs. 15-26, 37-61, 75-96, 107-131, 139-159.
- SÁNCHEZ I., CANTERO, G.; "MBA del Siglo XXI"; primera edición 2008; pgs. 143-628.
- STANLEY, F., DORNBUSCH, R. MILLER ROGER L.R., KOTLER, P., (1984), Marketing Management, S" ed., Prentic,~Hall, p. 482.
- BLENASTOR; www.blenastor.com ; Ecuador.
- COLGATE; www.colgate.cl; Chile.
- Digito Uno.com;
http://www.digitouno.com/index.php?option=com_content&view=article&id=126&catid=1&Itemid=54
- ESPINOZA, V., BAZORET, E.; ¿De qué hablamos cuando decimos "clase media"? Perspectivas sobre el caso chileno. Artículo redactado para Expansiva. Octubre 2008.
- Estadísticas de importación de pastas dentales; www.penta-transaction.com; Chile.
- Estudios de mercado; cl.nielsen.com ; Chile.
- GANJAVIAN, KAWAMURA; www.studio-kg.com/twistbrush/ ; Japón.

- GLAXO SMITH KLINE; www.gsk.com; Inglaterra.
- JUMBO; www.jumbo.cl; Chile.
- JUMBO, “Video corporativo a proveedores de marcas propias”; 2010.
- IBARRA, OCTAVIO, “MARCAS PROPIAS Influencia de las marcas propias en el canal minorista (Autoservicios)”, Universidad del Norte, Colombia, 2003.
- INTRADEVCO; www.intradevco.com; Perú.
- JGB; www.jgb.com.co; Colombia.
- MÚÑOZ CORCES, F. J., Memoria para optar al Título de Ingeniero Civil Industrial “METODOLOGÍA PARA CUANTIFICAR MOTIVACIÓN Y DISEÑAR BENEFICIOS NO MONETARIOS EN TIENDAS POR DEPARTAMENTO”, Universidad de Chile, 2010.
- QUALA; www.quala.com.co; Colombia.
- UNILEVER; www.unilever.cl; Chile.
- VALERO, NELICA, “Cálculo del GMROI”, http://www.gravitar.biz/index.php/tecnologia_negocios/gmroi-margen-bruto-retorno-inversion-inventario/, 2009.
- WHEELLEN, T., HUNGER, j., OLIVA, I., “Administración Estratégica y Política de Negocios”, Parte 3 y 4, Décima edición, Pearson Educación, 2007.

ANEXOS

ANEXO 1: Detalle de puntos de venta cadena CENCOSUD

Región	Santa Isabel	Jumbo	Total por región
15	2		2
1	2	1	3
2	4	3	7
3		1	1
4	5	1	6
5	27	4	31
RM	58	13	71
6	6	1	7
7	5	2	7
8	16	1	17
9	6	1	7
14	1		1
10	5	2	7
11			0
12			0
Total	137	30	167

Elaboración propia

Fuente, página web de CENCOSUD

ANEXO 2: Detalle de Puntos de Venta Cadena de farmacias Cruz Verde.

Zona
Stgo. Las Condes Centro
Stgo. Las Condes Oriente - La Reina
Stgo. Las Condes Oriente - La Reina
Stgo. Providencia - Ñuñoa Norte
Stgo. Providencia - Ñuñoa Norte
Santiago Norte
Santiago Norte
Stgo. La Florida Sur - Puente Alto- La Pintana
Stgo. Sur Oriente
Stgo. Centro Sur
Regiones II Costa y III
Región IV
V Interior y Cordillera
V Interior y Cordillera
V Interior y Cordillera
V Interior y Cordillera
V Región Valpo. Y Litoral Central
V Región Valpo. Y Litoral Central
X + XI Región
VII Región
VII Región
VII Región
VII Región
X interior + XIV Región
X interior + XIV Región
Stgo. Las Condes Centro
Stgo. Las Condes Centro
Stgo. Las Condes Oriente - La Reina
Stgo. Las Condes Oriente - La Reina
Stgo. La Florida Sur - Puente Alto- La Pintana

Fuente: Elaboración propia, de entrevista efectuada a persona clave de Cruz Verde

ANEXO 3: Importación de pastas dentales los últimos 5 años

Ejemplo de información de importaciones para el año 2009. El resto de los años es análogo. Obtenido de la base de datos de Penta-Transaction.

FECHA	ARANCEL	IMPORTADOR	PAIS ORIGEN	FOB UNIT U\$\$	FOB U\$\$	FLETE U\$\$	SEGURO U\$\$	CIF U\$\$	CANTIDAD
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,90	28.518,00	1.677,32	22,08	30.217,40	9.828,00
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,38	5.104,80	300,24	3,95	5.409,00	1.166,40
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	5,81	42.886,80	2.522,44	33,21	45.442,44	7.387,20
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,90	34.221,60	2.121,35	26,57	36.369,52	11.793,60
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	5,81	38.372,40	2.378,65	29,80	40.780,85	6.609,60
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	5,81	115.117,21	4.500,00	87,47	119.704,67	19.828,80
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	5,81	31.600,80	2.027,86	24,59	33.653,25	5.443,20
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,31	10.919,04	700,69	8,50	11.628,23	2.534,40
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,99	9.493,44	609,21	7,39	10.110,03	1.900,80
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,50	8.172,00	524,41	6,36	8.702,77	2.332,80
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,00	3.821,60	245,24	2,97	4.069,81	1.272,96
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,71	4.727,36	303,36	3,68	5.034,40	1.272,96
05-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,86	4.507,20	289,23	3,51	4.799,94	1.166,40
05-01-2009	33061000	COMERCIAL D&S S.A.	ESPAÑA	6,00	12.917,25	1.282,95	26,09	14.226,29	2.152,23
05-01-2009	33061000	COMERCIAL D&S S.A.	ESPAÑA	6,00	17.182,62	1.706,58	34,71	18.923,91	2.862,91
05-01-2009	33061000	COMERCIAL D&S S.A.	ESPAÑA	6,00	23.840,53	2.367,85	48,15	26.256,53	3.972,24
05-01-2009	33061000	COMERCIAL D&S S.A.	ESPAÑA	6,00	1.484,37	147,43	3,00	1.634,80	247,32
05-01-2009	33061000	COMERCIAL D&S S.A.	ESPAÑA	6,00	1.010,51	100,36	2,04	1.112,91	168,36
06-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	79.287,61	4.500,00	61,27	83.848,87	19.461,60
07-01-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	ESTADOS UNIDOS	7,91	9.071,99	201,89	10,71	9.284,60	1.146,70
07-01-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	ESTADOS UNIDOS	7,91	20.832,01	463,61	24,60	21.320,21	2.633,30
08-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,27	7.833,25	442,59	12,17	8.288,01	3.447,36
08-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,11	731,76	41,35	1,14	774,25	347,33
08-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,92	6.877,24	388,57	10,68	7.276,49	2.352,24
08-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,07	82.901,65	11.914,25	141,02	94.956,92	40.069,20
08-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	39,96	9.933,31	1.427,57	16,90	11.377,78	248,60
08-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,13	18.593,55	2.672,18	31,63	21.297,36	8.725,40

09-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,24	10.183,21	295,03	15,40	10.493,64	4.552,70
09-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,43	10.962,94	317,62	16,58	11.297,14	4.514,40
09-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,20	7.594,03	220,01	11,49	7.825,53	3.447,36
09-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,71	7.778,43	225,36	11,76	8.015,55	4.552,70
12-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	0,68	10.758,41	1.042,44	8,63	11.809,48	15.891,44
12-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	1.912,80	185,34	1,53	2.099,68	777,60
12-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	7.838,53	979,71	6,45	8.824,69	3.898,44
12-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	28.165,21	3.520,29	23,17	31.708,66	13.759,20
12-01-2009	33061000	SOC.COMERCIALIZ.DE ART.MEDICOS	ESTADOS UNIDOS	8,94	1.128,39	237,45	2,73	1.368,57	126,18
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	79.009,20	4.500,00	61,07	83.570,27	19.828,80
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	13.437,48	1.206,37	10,71	14.654,56	6.683,04
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	10.332,00	927,57	8,23	11.267,80	3.888,00
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	23.256,60	2.087,90	18,53	25.363,03	7.565,40
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	3.098,40	278,16	2,47	3.379,03	777,60
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	956,40	112,75	0,78	1.069,93	388,80
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	30.847,61	3.636,58	25,21	34.509,40	15.069,60
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	5.658,96	667,13	4,63	6.330,71	1.909,44
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	2.239,58	249,57	1,82	2.490,97	1.113,84
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	26.823,99	2.989,19	21,80	29.834,99	13.104,00
13-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	11.317,92	1.261,24	9,20	12.588,36	3.818,88
14-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	6,61	1.288,80	73,03	2,15	1.363,98	195,00
14-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	6,61	322,20	18,26	0,54	341,00	48,75
14-01-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	1,81	81.100,79	7.092,64	225,21	88.418,65	44.928,00
14-01-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,97	29.528,06	2.582,36	82,00	32.192,42	9.953,00
14-01-2009	33061000	NUTRICION Y ALIMENTOS S.A.	ESPAÑA	56,73	25,53	5,05	0,06	30,64	0,45
15-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,51	33.066,66	2.900,01	53,50	36.020,17	9.430,40
15-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,87	27.798,54	2.437,99	44,98	30.281,51	7.185,00
15-01-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,83	393,24	55,95	0,39	449,57	102,54
15-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	4,73	35.691,92	4.183,78	59,31	39.935,01	7.544,25
15-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	4,73	55.385,28	6.492,22	92,03	61.969,53	11.706,87
15-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	1,80	33.632,23	5.463,78	67,36	39.163,36	18.697,40
15-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	1,75	32.083,78	5.212,22	64,25	37.360,25	18.370,80
16-01-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,93	70.329,59	4.794,19	191,47	75.315,27	23.976,00
16-01-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	3,19	52.693,20	3.591,96	143,46	56.428,62	16.524,00
16-01-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	1,81	34.974,72	2.384,14	95,22	37.454,08	19.375,00

16-01-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,51	31.242,24	2.129,70	85,06	33.457,00	12.442,00
16-01-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,38	3.076,48	270,30	2,97	3.349,75	908,86
16-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	REINO UNIDO/INGLATER	0,83	1,47	79,20	0,03	80,70	1,76
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,18	156,48	25,20	0,13	181,81	37,44
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	1.912,80	308,00	1,62	2.222,43	777,60
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,38	2.140,16	344,61	1,82	2.486,59	633,60
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	3.099,60	499,11	2,63	3.601,34	1.166,40
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,14	146,80	23,64	0,12	170,56	46,80
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	942,43	151,75	0,80	1.094,98	236,52
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,53	2.236,96	360,20	1,90	2.599,06	633,60
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	30.081,19	3.627,78	24,64	33.733,62	14.695,20
21-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	7.232,40	872,22	5,93	8.110,55	2.721,60
21-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,19	2.298,87	70,41	3,48	2.372,76	1.050,62
21-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,30	17.404,69	412,38	26,20	17.843,27	7.561,62
21-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,31	40.377,00	904,00	60,69	41.341,69	17.511,12
21-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,15	3.009,91	68,48	4,53	3.082,92	1.400,83
21-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,31	36.725,32	835,52	55,21	37.616,05	15.919,20
21-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,16	15.109,85	425,20	22,84	15.557,89	7.004,16
21-01-2009	33061000	JOHNSON Y JOHNSON DE CHILE SA.	BRASIL	316,42	136,06	1,25	0,20	137,51	0,43
21-01-2009	33061000	JOHNSON Y JOHNSON DE CHILE SA.	BRASIL	17,01	34,02	0,31	0,05	34,38	2,00
23-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	8.070,24	1.057,92	6,67	9.134,83	3.818,88
23-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	4.132,80	541,76	3,42	4.677,98	1.555,20
23-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	6.718,74	1.002,91	5,65	7.727,29	3.341,52
23-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	13.412,00	2.002,01	11,27	15.425,28	6.552,00
23-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	24.635,38	3.269,31	20,41	27.925,10	12.252,24
23-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	1.341,20	177,99	1,11	1.520,30	655,20
23-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	7.947,51	1.054,70	6,58	9.008,79	2.681,64
23-01-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	ESTADOS UNIDOS	7,20	9.072,00	264,23	10,78	9.347,01	1.260,00
23-01-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	ESTADOS UNIDOS	8,27	20.832,00	606,76	24,77	21.463,53	2.520,00
26-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	15.554,41	1.466,60	25,02	17.046,03	5.806,08
26-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,19	8.312,33	783,75	13,37	9.109,45	1.982,88
26-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,92	9.877,95	931,37	15,89	10.825,21	5.132,16
28-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	9,01	3.866,42	157,15	6,34	4.029,91	429,00
28-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	14.798,08	1.361,86	11,82	16.171,75	5.068,80
28-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	12.733,01	1.171,81	10,17	13.914,98	5.569,20

28-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	21.888,00	2.014,34	17,48	23.919,81	7.387,20
28-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	7.399,04	857,47	6,04	8.262,55	2.534,40
28-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	20.118,00	2.331,47	16,42	22.465,89	9.828,00
28-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	11.459,70	1.328,06	9,35	12.797,11	5.012,28
28-01-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	4,79	23.009,69	993,18	16,33	24.019,20	4.803,84
28-01-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	3,87	34.221,24	1.910,23	24,57	36.156,04	8.850,24
29-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	75.292,00	9.936,00	126,77	85.354,77	35.789,00
29-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	38.617,73	4.676,19	64,39	43.358,33	18.391,70
29-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	38.617,73	4.676,19	64,39	43.358,32	18.391,70
29-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,73	10.118,82	1.225,28	16,87	11.360,97	3.711,80
29-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	14.417,11	1.745,75	24,04	16.186,90	6.877,80
29-01-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,54	21.311,48	2.580,59	35,54	23.927,61	6.020,70
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	8.958,32	939,55	7,24	9.905,11	4.455,36
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	7.399,04	776,02	5,98	8.181,03	2.534,40
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	10.520,40	1.103,39	8,50	11.632,29	4.276,80
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	5.380,16	564,27	4,35	5.948,78	2.545,92
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	10.332,00	1.083,63	8,35	11.423,97	3.888,00
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	1.195,20	125,35	0,97	1.321,52	388,80
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	2.059,20	356,31	1,77	2.417,28	842,40
30-01-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	3.699,52	640,15	3,17	4.342,84	1.267,20
30-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,54	77.027,69	1.583,85	115,56	78.727,12	30.336,76
30-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,35	60.419,57	1.242,35	90,64	61.752,55	25.732,08
30-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,30	15.555,52	319,85	23,34	15.898,71	6.765,66
30-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,12	3.246,51	66,76	4,87	3.318,14	1.532,16
30-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,91	26.889,96	552,91	40,34	27.483,21	9.253,44
30-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	4,00	3.686,14	75,79	5,53	3.767,46	921,60
30-01-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,14	22.498,09	462,61	33,75	22.994,45	10.506,24
02-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	56.174,40	4.200,00	44,15	60.418,55	18.273,60
03-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	3.825,60	292,02	3,01	4.120,63	1.555,20
03-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	56.174,40	4.287,98	44,21	60.506,59	18.273,60
03-02-2009	33061000	BIOTOSCANA FARMA S.A.	URUGUAY	8,60	16.341,98	1.170,67	28,02	17.540,67	1.900,80
04-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,67	1.743,63	181,32	3,03	1.927,99	475,20
04-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,18	8.649,97	899,52	15,04	9.564,53	2.721,60
04-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,93	14.375,93	1.494,97	25,00	15.895,90	7.464,96
04-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	30.559,20	3.929,10	25,22	34.513,52	13.366,08

04-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	4.479,16	575,90	3,70	5.058,76	2.227,68
04-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,92	8.081,48	753,39	12,99	8.847,86	4.199,04
04-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,67	13.940,30	1.299,58	22,40	15.262,28	3.801,60
04-02-2009	33061000	LABORATORIOS DAVIS S.A.	CHINA	16,87	4,80	0,30	0,02	5,12	0,28
04-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,01	60.266,65	6.339,07	99,07	66.704,78	20.007,50
04-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,48	19.050,57	2.003,81	31,32	21.085,70	7.677,60
04-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,06	15.146,08	1.593,12	24,90	16.764,10	7.348,80
05-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	28.691,99	3.032,17	23,20	31.747,37	11.664,00
05-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	8.047,21	850,43	6,51	8.904,14	3.931,20
05-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	4.035,12	426,43	3,26	4.464,81	1.909,44
05-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	3.699,52	390,97	2,99	4.093,48	1.267,20
05-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	9,91	966,60	55,62	1,61	1.023,83	97,50
05-02-2009	33061000	LABORATORIOS RIDER LTDA.	SUIZA	5,98	17,46	65,00	10,00	92,46	2,92
09-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	16.552,90	1.792,93	13,41	18.359,24	7.239,96
09-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	7.171,20	776,75	5,81	7.953,76	2.332,80
09-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	35.652,40	4.507,00	29,36	40.188,76	15.593,76
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	21.459,20	2.128,74	17,25	23.605,19	10.483,20
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	23.904,00	2.371,26	19,21	26.294,47	7.776,00
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	11.325,60	1.151,34	9,12	12.486,06	4.633,20
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	7.651,20	777,80	6,16	8.435,17	3.110,40
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	5.364,80	545,37	4,32	5.914,50	2.620,80
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	12.105,36	1.230,60	9,75	13.345,71	5.728,32
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,72	4.233,60	430,38	3,41	4.667,39	1.555,20
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	3.585,60	364,50	2,89	3.952,99	1.166,40
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	13.412,00	1.501,18	10,91	14.924,08	6.552,00
10-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	1.497,56	167,62	1,22	1.666,40	375,84
10-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,18	11.125,90	1.235,61	19,47	12.380,97	3.499,20
10-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,53	25.939,83	657,69	38,87	26.636,39	10.243,58
10-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	16,09	8.975,73	227,57	13,45	9.216,75	558,00
10-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,30	153.049,75	3.359,98	229,93	156.639,65	66.462,66
10-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,28	11.661,97	256,02	17,52	11.935,51	3.555,09
10-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,53	20.957,60	4.968,00	38,57	25.964,17	8.288,20
10-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,70	77,96	123,49	1,56	203,01	8,04
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	19.123,20	1.580,75	15,14	20.719,08	6.220,80
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,53	13.421,76	1.109,46	10,62	14.541,85	3.801,60

11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	12.948,32	1.070,33	10,25	14.028,90	4.435,20
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	3.819,90	315,76	3,02	4.138,68	1.670,76
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	7.545,28	623,70	5,97	8.174,96	2.545,92
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	7.399,04	582,04	5,84	7.986,92	2.534,40
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	4.023,60	316,51	3,17	4.343,29	1.965,60
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	33.953,76	2.670,95	26,79	36.651,50	11.456,64
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	3.819,90	300,49	3,01	4.123,40	1.670,76
11-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	35.652,40	4.507,00	29,36	40.188,76	15.593,76
11-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	6,67	225,23	14,14	0,38	239,75	33,75
11-02-2009	33061000	JOHNSON Y JOHNSON DE CHILE SA.	BRASIL	319,72	56,27	0,71	0,08	57,05	0,17
16-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,13	115.578,84	15.843,08	195,46	131.617,36	54.222,30
16-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,02	29.391,91	4.028,92	49,70	33.470,54	9.717,90
16-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,45	127,01	116,49	2,54	246,04	13,44
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	15.677,06	1.957,17	12,90	17.647,13	7.796,88
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	4.118,40	514,15	3,39	4.635,94	1.684,80
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	5.380,16	671,67	4,43	6.056,26	2.545,92
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	22.395,79	3.091,76	18,63	25.506,19	11.138,40
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	10.186,40	1.406,24	8,48	11.601,12	4.455,36
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,41	43.848,00	3.870,00	34,89	47.752,89	12.852,00
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	20.592,00	1.658,72	16,27	22.267,00	8.424,00
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	1.849,76	149,00	1,46	2.000,22	633,60
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	4.291,85	345,71	3,39	4.640,95	2.096,64
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	7.232,40	582,58	5,71	7.820,70	2.721,60
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	460,80	37,12	0,36	498,28	155,52
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,72	2.116,80	170,51	1,67	2.288,98	777,60
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,07	856,56	69,00	0,68	926,23	278,64
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	1.539,57	124,01	1,22	1.664,80	519,48
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	17.487,36	1.447,96	13,85	18.949,17	7.153,92
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	32.029,20	2.652,04	25,36	34.706,60	12.052,80
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	23.515,59	2.806,32	19,25	26.341,16	11.695,32
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	8.913,10	1.063,68	7,29	9.984,07	3.898,44
17-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,41	43.848,00	3.870,00	34,89	47.752,89	12.852,00
18-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	14.557,27	1.675,72	11,87	16.244,87	7.239,96
18-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,92	19.062,00	2.194,28	15,55	21.271,82	4.860,00
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,75	9.712,46	1.101,94	17,03	10.831,45	2.592,00

18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,18	1.382,64	156,87	2,42	1.541,93	330,48
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,31	952,05	108,02	1,67	1.061,74	288,00
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,23	1.396,81	125,87	2,40	1.525,08	330,48
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,67	5.540,18	499,24	9,51	6.048,93	2.073,60
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	951,37	85,73	1,63	1.038,73	288,00
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,74	8.627,15	777,42	14,81	9.419,38	2.304,00
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,17	13.693,27	419,15	20,75	14.133,17	6.303,74
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,15	7.409,85	226,82	11,23	7.647,90	3.447,36
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	17,96	10.019,36	306,69	15,18	10.341,23	558,00
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,31	113.965,61	2.712,00	171,52	116.849,15	49.349,52
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,17	24.264,91	691,62	36,69	24.993,22	11.206,66
18-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,30	12.835,74	289,46	19,29	13.144,49	5.571,72
19-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	22.395,79	2.956,10	18,54	25.370,44	11.138,40
19-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,92	10.166,40	1.341,90	8,42	11.516,72	2.592,00
19-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	8.958,32	1.121,41	7,37	10.087,10	4.455,36
19-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,92	25.416,00	3.181,59	20,91	28.618,50	6.480,00
20-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	16.796,85	1.787,20	13,59	18.597,64	8.353,80
20-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,41	19.575,00	2.082,80	15,83	21.673,63	5.737,50
20-02-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,25	9.933,95	216,32	39,11	10.189,38	4.423,68
24-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	19.128,00	2.286,93	15,66	21.430,59	7.776,00
24-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	2.789,64	333,53	2,28	3.125,45	1.049,76
24-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,41	4.750,20	567,93	3,89	5.322,02	1.392,30
24-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,92	7.624,80	911,62	6,24	8.542,66	1.944,00
24-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	5,79	4.280,32	340,17	3,38	4.623,87	738,72
24-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	6,69	17.827,19	1.693,41	14,59	19.535,20	2.666,20
24-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	5,12	3.318,40	315,21	2,72	3.636,33	648,00
24-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	14.027,37	1.177,58	23,95	15.228,91	3.304,80
24-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,18	1.234,58	103,64	2,11	1.340,33	388,80
24-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	18.880,75	1.585,02	32,23	20.498,00	7.050,24
24-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,06	3.510,37	384,10	6,13	3.900,60	864,00
24-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	35.314,25	3.931,99	58,37	39.304,61	16.625,30
24-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,45	35.292,24	3.929,54	58,33	39.280,11	10.225,10
24-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,54	28.882,56	3.215,87	47,74	32.146,17	8.170,20
24-02-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,66	34.367,73	3.826,60	56,81	38.251,13	9.381,40
25-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,08	29.589,91	3.956,19	24,53	33.570,63	14.217,84

25-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,92	2.541,60	339,81	2,11	2.883,52	648,00
25-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,18	21.281,28	1.056,66	16,34	22.354,28	5.091,84
25-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	10.021,65	497,60	7,69	10.526,94	4.984,20
25-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	4.118,40	204,49	3,16	4.326,05	1.684,80
25-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	3.825,60	189,95	2,94	4.018,49	1.555,20
25-02-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	1.033,20	51,30	0,79	1.085,29	388,80
26-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,26	20.627,57	414,67	30,94	21.073,18	6.320,16
26-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,29	1.823,66	36,66	2,73	1.863,05	795,96
26-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,31	3.132,86	62,98	4,70	3.200,54	1.354,32
27-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,30	107.942,32	2.362,25	162,14	110.466,70	46.961,64
27-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,27	11.640,33	254,74	17,49	11.912,56	3.555,09
27-02-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	4,00	1.842,53	40,32	2,77	1.885,62	460,80
02-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	14.028,28	1.193,07	22,37	15.243,71	3.304,80
02-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,18	3.703,98	315,01	5,91	4.024,90	1.166,40
02-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	2.800,31	238,16	4,47	3.042,94	660,96
02-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	3.332,11	283,39	5,31	3.620,81	1.244,16
02-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,19	4.154,95	353,37	6,63	4.514,95	991,44
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	9.388,40	992,66	7,59	10.388,65	4.586,40
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	12.398,40	1.310,91	10,03	13.719,34	4.665,60
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	19.099,50	2.019,43	15,44	21.134,37	8.353,80
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	13.412,00	1.590,70	10,97	15.013,67	6.552,00
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	22.919,40	2.718,30	18,75	25.656,45	10.024,56
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,18	2.660,16	232,09	2,12	2.894,37	636,48
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	2.682,40	220,72	2,12	2.905,24	1.310,40
03-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	6.259,50	515,06	4,95	6.779,51	2.737,80
04-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,38	2.140,16	198,77	1,71	2.340,64	633,60
04-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	9.955,20	924,60	7,95	10.887,75	3.818,88
04-03-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	SUIZA	38,21	320,98	132,27	6,42	459,67	8,40
04-03-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ALEMANIA	32,49	227,43	104,05	4,55	336,03	7,00
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	34.871,19	3.728,24	28,23	38.627,66	17.035,20
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	1.325,94	141,76	1,07	1.468,78	498,96
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	9.564,00	922,89	7,67	10.494,56	3.888,00
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,72	4.233,60	408,53	3,39	4.645,52	1.555,20
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	31.832,50	3.707,70	25,98	35.566,18	13.923,00
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	5.179,68	603,30	4,23	5.787,21	2.118,96

05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	22.800,39	2.669,89	18,63	25.488,91	11.138,40
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	14.006,30	1.640,11	11,44	15.657,86	6.126,12
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,38	4.280,32	285,81	3,34	4.569,47	1.267,20
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	13.273,60	886,33	10,35	14.170,29	5.091,84
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,72	3.175,20	212,02	2,48	3.389,70	1.166,40
05-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,92	8.443,76	563,83	6,59	9.014,17	2.152,80
06-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,31	30.282,20	531,29	45,29	30.858,78	13.133,34
06-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	17.908,58	361,73	26,86	18.297,18	8.683,20
06-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,94	10.349,11	209,04	15,52	10.573,67	3.525,12
06-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,92	9.015,74	182,10	13,52	9.211,36	3.084,48
06-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,94	1.293,64	26,13	1,94	1.321,71	440,64
10-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	4,31	402,82	16,52	0,66	420,00	93,37
10-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,25	4.208,83	363,83	6,72	4.579,38	991,44
10-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	1.400,29	121,05	2,24	1.523,58	330,48
10-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	6.664,78	576,14	10,64	7.251,56	2.488,32
10-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,19	4.155,29	359,21	6,64	4.521,14	991,44
10-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,26	1.408,34	211,53	2,38	1.622,25	330,48
10-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,26	1.408,34	211,53	2,38	1.622,25	330,48
10-03-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	18,55	3.206,22	273,97	64,12	3.544,31	172,80
10-03-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	19,04	3.159,52	269,98	63,19	3.492,69	165,90
10-03-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	SUIZA	14,95	403,56	34,48	8,07	446,11	27,00
11-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	4.205,28	304,44	6,63	4.516,36	991,44
11-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,19	1.383,94	100,19	2,18	1.486,31	330,48
11-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,17	2.467,45	178,63	3,89	2.649,97	777,60
11-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	19.825,78	1.435,28	31,25	21.292,31	6.609,60
11-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	1.109,87	80,35	1,75	1.191,97	414,72
11-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,23	1.399,11	101,29	2,21	1.502,61	330,48
11-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,05	4.670,09	338,09	7,36	5.015,54	1.152,00
11-03-2009	33061000	JOHNSON & JOHNSON PER.(CARE)CH	ESTADOS UNIDOS	8,54	62.600,00	2.672,00	163,25	65.435,25	7.331,53
11-03-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,40	3.110,32	75,95	12,40	3.198,67	1.296,00
11-03-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	3,14	2.264,31	55,29	9,03	2.328,63	720,00
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,94	22.692,54	1.837,63	36,06	24.566,23	5.760,00
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	2.220,88	179,85	3,53	2.404,26	829,44
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	1.402,49	113,57	2,23	1.518,29	330,48
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	2.804,98	227,15	4,46	3.036,59	660,96

12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,92	18.849,93	1.371,71	30,01	20.251,65	9.797,76
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	1.402,65	102,07	2,23	1.506,95	330,48
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	1.402,65	102,07	2,23	1.506,95	330,48
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	17.504,34	1.273,79	27,86	18.805,99	5.832,00
12-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,33	38.195,60	539,00	56,94	38.791,54	16.416,00
13-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	20.372,80	2.352,37	16,62	22.741,79	8.910,72
13-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	13.412,00	1.548,63	10,94	14.971,57	6.552,00
13-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	35.652,40	4.307,00	29,22	39.988,62	15.593,76
13-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	16.647,84	1.602,17	13,34	18.263,35	5.702,40
13-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	5.738,40	552,26	4,60	6.295,26	2.332,80
13-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	17.826,20	1.715,57	14,29	19.556,06	7.796,88
13-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,90	3.834,86	59,87	5,73	3.900,46	1.321,92
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	14.798,08	1.751,78	12,10	16.561,97	5.068,80
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	18.497,60	1.471,38	14,60	19.983,58	6.336,00
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	1.345,04	106,99	1,06	1.453,09	636,48
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	8.296,00	659,90	6,55	8.962,45	3.182,40
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,72	2.249,10	178,90	1,78	2.429,78	826,20
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	12.393,59	882,35	9,71	13.285,65	3.110,40
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	4.023,60	434,27	3,26	4.461,13	1.965,60
16-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	31.832,50	3.435,73	25,79	35.294,02	13.923,00
18-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	11.098,56	1.198,83	8,99	12.306,38	3.801,60
18-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	17.435,60	1.883,33	14,13	19.333,06	8.517,60
18-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	11.459,70	1.237,84	9,28	12.706,82	5.012,28
18-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	7.399,04	769,10	5,97	8.174,11	2.534,40
18-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,29	28.012,59	2.911,78	22,61	30.946,98	12.252,24
18-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	6.196,80	644,13	5,00	6.845,93	1.555,20
18-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,22	29,72	105,63	0,59	135,94	9,22
19-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,19	8.312,72	753,95	13,33	9.079,98	1.982,88
19-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,06	4.675,23	424,04	7,50	5.106,77	1.152,00
19-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	3.502,51	317,67	5,62	3.825,80	1.166,40
19-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,25	8.419,83	763,67	13,50	9.197,00	1.982,88
19-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,25	1.403,31	127,28	2,25	1.532,84	330,48
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	31.354,12	4.294,00	26,06	35.674,18	15.593,76
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,42	1.717,20	201,52	1,40	1.920,12	388,80
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	2.869,20	336,71	2,34	3.208,26	1.166,40

20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	16.647,84	1.789,67	13,48	18.450,99	5.702,40
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	6.725,20	722,97	5,45	7.453,62	3.182,40
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,45	2.682,40	254,42	2,15	2.938,97	777,60
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	19,50	25.555,76	2.423,89	20,46	28.000,11	1.310,40
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	0,07	887,67	84,19	0,71	972,58	12.093,12
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	16,94	4.453,00	422,36	3,56	4.878,92	262,80
20-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,63	6.196,80	587,75	4,96	6.789,51	1.708,20
20-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,15	15.498,41	251,61	23,15	15.773,17	7.223,04
20-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,11	8.607,41	139,74	12,86	8.760,01	2.765,07
20-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,11	21.840,85	354,58	32,63	22.228,06	10.347,48
20-03-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,53	33.320,20	4.446,00	56,17	37.822,37	9.430,30
23-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	31.354,12	4.294,00	26,06	35.674,18	15.593,76
23-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,12	29.506,21	532,11	44,15	30.082,47	13.929,30
23-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,11	16.761,39	252,29	25,01	17.038,68	7.959,60
23-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	4,09	4.170,48	57,65	6,22	4.234,35	1.018,80
23-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,11	20.187,07	279,07	30,08	20.496,22	9.551,52
23-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,87	1.783,84	24,66	2,66	1.811,16	460,80
23-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,06	14.828,12	204,99	22,10	15.055,21	4.847,04
23-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,11	37.009,61	511,63	55,15	37.576,39	17.511,12
24-03-2009	33061000	LABORATORIOS RECALCINE S.A.	FRANCIA	9,32	4.202,21	463,24	19,41	4.684,86	450,69
24-03-2009	33061000	LABORATORIOS RECALCINE S.A.	FRANCIA	9,32	2.521,33	277,94	11,64	2.810,91	270,41
25-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	3.699,52	367,63	2,97	4.070,13	1.267,20
25-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	5.738,40	570,24	4,61	6.313,25	2.332,80
25-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	29.506,39	2.932,13	23,72	32.462,25	14.414,40
25-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	2.625,39	274,59	2,12	2.902,10	1.305,72
25-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	3.825,60	400,12	3,09	4.228,81	1.555,20
25-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	30.550,61	3.195,29	24,67	33.770,58	14.924,52
26-03-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ALEMANIA	5,84	4.553,43	306,44	35,82	4.895,69	780,00
26-03-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ALEMANIA	6,99	1.803,17	121,35	14,18	1.938,70	258,00
27-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	4.449,88	472,08	7,23	4.929,20	1.658,88
27-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	1.402,41	148,78	2,28	1.553,47	330,48
27-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	12,45	3.945,97	118,84	6,40	4.071,21	316,87
27-03-2009	33061000	COMERCIAL CRESSO SA	ESPAÑA	6,92	2,45	0,06	0,01	2,52	0,35
27-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,13	27.073,67	491,39	40,53	27.605,57	12.735,36
27-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,82	8.697,38	157,86	13,02	8.868,26	3.084,48

27-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	4,24	77.683,04	1.078,00	115,77	78.876,81	18.307,08
27-03-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,08	54.525,10	5.544,12	89,34	60.158,56	17.718,50
27-03-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	38.325,42	3.896,94	62,80	42.285,16	18.074,10
27-03-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	38.325,42	3.896,94	62,80	42.285,16	18.074,10
30-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	1.401,95	141,51	2,43	1.545,89	330,48
30-03-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	8.896,90	898,05	15,43	9.810,38	3.317,76
30-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	15.974,64	1.381,88	12,69	17.369,21	6.535,08
30-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	5.364,80	464,08	4,26	5.833,14	2.620,80
30-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	8.703,20	752,87	6,91	9.462,98	4.118,40
30-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	4.637,60	401,17	3,68	5.042,46	1.175,04
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	28.165,19	2.539,94	22,45	30.727,60	13.759,20
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	9.275,20	836,44	7,39	10.119,03	2.350,08
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,42	3.434,40	427,53	2,82	3.864,76	777,60
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	2.017,92	251,20	1,66	2.270,78	691,20
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	8.607,60	1.071,52	7,08	9.686,20	3.499,20
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	1.341,20	166,96	1,10	1.509,26	655,20
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	28.165,19	2.455,12	22,39	30.642,70	13.759,20
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	16.231,60	1.414,88	12,90	17.659,39	4.112,64
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	37.180,79	2.776,99	29,22	39.987,00	9.331,20
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	12.105,36	904,13	9,51	13.019,01	5.728,32
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,01	5.608,36	418,88	4,41	6.031,65	2.789,28
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	11.476,80	1.145,88	9,23	12.631,91	4.665,60
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	21.459,20	2.142,55	17,26	23.619,00	10.483,20
31-03-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,66	8.368,92	835,58	6,73	9.211,23	3.149,28
01-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	3.340,13	397,15	5,89	3.743,17	1.244,16
01-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,07	1.171,23	139,26	2,06	1.312,55	288,00
01-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,26	1.406,20	167,20	2,48	1.575,88	330,48
03-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,44	19.562,40	1.502,48	15,40	21.080,28	8.002,80
03-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	8.047,20	618,06	6,34	8.671,60	3.931,20
03-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	24.787,20	1.903,77	19,52	26.710,49	6.220,80
03-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,98	24.225,45	339,34	36,11	24.600,89	12.257,28
03-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,76	12.972,74	181,71	19,34	13.173,79	4.704,48
03-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,37	41.026,02	574,67	61,16	41.661,86	17.335,29
03-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,37	16.783,38	235,09	25,02	17.043,49	7.091,71
03-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,96	20.431,07	286,19	30,46	20.747,72	10.419,84

03-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,23	16.207,10	251,20	24,58	16.482,88	5.013,50
03-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	76.654,21	8.004,97	125,91	84.785,08	36.148,20
03-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	5,05	74.831,18	7.814,59	122,91	82.768,68	14.819,10
03-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	18.811,12	1.964,44	30,90	20.806,45	8.871,00
03-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	10,83	10.540,86	967,00	17,12	11.525,00	973,46
03-04-2009	33061000	COMERCIAL D&S S.A.	ESPAÑA	8,24	21.972,83	1.761,32	44,38	23.778,53	2.665,80
03-04-2009	33061000	COMERCIAL D&S S.A.	ESPAÑA	5,98	26.264,30	2.105,33	53,05	28.422,68	4.395,24
03-04-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,38	856,95	106,95	0,75	964,65	253,38
03-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,94	96,00	405,10	1,92	503,02	24,34
06-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	1.112,03	110,75	1,80	1.224,59	414,72
06-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,89	1.200,23	112,85	1,95	1.315,05	414,72
06-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,01	10.521,90	989,30	17,13	11.528,33	3.499,20
06-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,68	1.112,61	104,61	1,81	1.219,03	414,72
06-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,42	3.434,40	358,49	2,77	3.795,66	777,60
06-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	26.823,99	2.799,92	21,66	29.645,59	13.104,00
06-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,11	3.560,40	371,64	2,88	3.934,91	1.684,80
06-04-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	12,77	10.802,07	574,95	62,92	11.439,94	846,00
06-04-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	10,22	38.076,60	2.026,66	221,79	40.325,05	3.725,00
06-04-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	12,77	16.777,68	893,01	97,73	17.768,42	1.314,00
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	956,40	75,40	0,75	1.032,55	388,80
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	6.706,00	528,65	5,29	7.239,94	3.276,00
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,96	19.584,01	1.543,85	15,45	21.143,30	6.609,60
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,18	5.320,32	493,66	4,25	5.818,23	1.272,96
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,46	9.564,00	887,42	7,64	10.459,06	3.888,00
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,05	26.823,99	2.488,92	21,43	29.334,35	13.104,00
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	17.790,50	1.246,29	13,92	19.050,71	7.160,40
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	26.887,21	1.883,55	21,04	28.791,78	6.609,60
07-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,33	36.352,13	4.109,00	29,59	40.490,71	15.593,76
07-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	23.336,63	1.800,52	36,95	25.174,09	7.776,00
07-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,89	16.770,74	1.293,93	26,56	18.091,23	5.806,08
08-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	8,23	24.950,58	1.587,92	39,48	26.577,94	3.031,24
09-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	8.160,14	868,08	13,27	9.041,49	2.721,60
09-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,67	2.218,58	236,01	3,61	2.458,20	829,44
09-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,08	1.349,99	143,61	2,20	1.495,80	330,48
09-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,23	25.313,81	508,75	37,96	25.860,52	7.833,60

09-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,25	9.154,76	209,31	13,76	9.377,83	2.820,10
09-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,74	35.363,44	2.701,15	56,61	38.121,20	9.460,20
09-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,71	43.422,64	3.316,74	69,51	46.808,89	11.717,80
09-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,50	95.834,77	7.320,11	153,42	103.308,29	27.392,90
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	2.912,40	255,77	2,32	3.170,49	1.166,40
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	27,16	35.040,00	3.077,26	27,87	38.145,13	1.290,00
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,04	3.546,00	311,41	2,82	3.860,23	1.166,40
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,33	36.352,13	4.109,00	29,59	40.490,71	15.593,76
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	4.186,00	491,27	3,42	4.680,69	1.684,80
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	21.070,71	2.472,88	17,22	23.560,80	10.155,60
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,33	9.720,81	1.140,85	7,94	10.869,60	4.169,88
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.465,00	730,96	8,19	11.204,14	4.212,00
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	3.523,20	246,09	2,76	3.772,04	777,60
13-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	22.142,40	1.546,60	17,32	23.706,33	5.443,20
15-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	9.324,84	975,43	15,14	10.315,41	3.110,40
15-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,67	3.327,50	348,07	5,40	3.680,97	1.244,16
15-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,67	3.327,34	345,58	5,40	3.678,32	1.244,16
15-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	8.757,50	909,57	14,21	9.681,28	2.376,00
15-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,70	1.064,40	115,69	1,73	1.181,82	288,00
15-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,20	9.952,93	1.081,78	16,22	11.050,93	3.110,40
16-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	7.908,00	1.155,60	6,63	9.070,23	1.944,00
17-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,44	35.200,31	3.286,92	57,24	38.544,47	10.225,10
17-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,51	6.854,52	640,06	11,15	7.505,73	1.953,70
17-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,48	20.474,65	1.911,88	33,30	22.419,82	8.268,20
17-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,59	21.408,02	1.999,03	34,81	23.441,86	8.268,20
17-04-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,84	11.288,63	1.054,11	18,36	12.361,10	2.939,30
20-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,29	5.464,48	674,00	4,49	6.142,97	1.272,96
20-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	19.420,00	2.395,32	15,95	21.831,27	9.360,00
20-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,33	6.491,45	800,68	5,33	7.297,46	2.784,60
20-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,85	1.180,62	132,67	1,93	1.315,22	414,72
20-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,79	2.623,02	58,17	3,94	2.685,11	691,20
20-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,14	17.729,07	393,16	26,64	18.148,87	5.640,19
20-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,99	13.738,67	304,67	20,64	14.063,98	6.894,72
21-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,67	2.218,29	231,40	3,60	2.453,29	829,44
21-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	7.006,20	730,85	11,37	7.748,42	1.900,80

22-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	1.166,09	129,86	1,91	1.297,86	388,80
22-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	5.256,99	585,41	8,59	5.850,99	1.425,60
22-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	19.883,50	1.820,13	15,87	21.719,49	8.002,80
22-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	5.824,80	533,20	4,65	6.362,65	2.332,80
22-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,33	19.474,35	1.782,67	15,54	21.272,57	8.353,80
22-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,33	12.982,90	981,62	10,21	13.974,73	5.569,20
22-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	23.644,92	1.787,76	18,60	25.451,27	5.812,56
23-04-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	12,23	948,50	24,74	5,87	979,11	77,57
23-04-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	12,23	1.054,66	27,51	6,53	1.088,71	86,26
23-04-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	12,22	247,21	6,45	1,53	255,19	20,22
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.545,50	1.233,58	8,61	11.787,69	4.244,40
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	24.546,89	2.871,42	20,05	27.438,35	11.831,04
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	14.651,00	1.783,82	12,02	16.446,84	5.896,80
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	19.031,60	2.317,18	15,61	21.364,39	9.172,80
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	9.567,60	954,65	7,69	10.529,95	4.455,36
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,33	16.626,84	1.659,02	13,37	18.299,23	7.132,32
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	3.871,80	386,33	3,11	4.261,24	972,00
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	3.523,20	382,74	2,86	3.908,79	777,60
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,29	2.732,24	296,81	2,21	3.031,27	636,48
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	2.581,20	280,40	2,09	2.863,70	648,00
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,49	8.372,00	966,92	6,83	9.345,75	3.369,00
24-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,00	3.140,08	22,17	30.350,25	13.104,00
27-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,84	27.117,69	2.467,67	43,49	29.628,85	9.538,56
27-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,68	3.500,15	318,51	5,61	3.824,27	950,40
28-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,20	6.225,56	755,37	10,26	6.991,19	1.944,00
28-04-2009	33061000	LABORATORIO ARENSBURG S.A.I.C.	CHINA	4,88	443,78	59,70	16,43	519,91	91,01
28-04-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	INDIA	1,87	2,80	44,00	0,06	46,86	1,50
29-04-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,78	32,64	57,19	0,65	90,48	8,64
30-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	42.826,00	3.562,36	33,92	46.422,28	17.236,80
30-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	3.698,40	307,64	2,93	4.008,97	1.722,24
30-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	21.843,00	2.292,23	17,64	24.152,88	8.748,00
30-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	15.034,79	1.577,77	12,15	16.624,71	7.001,28
30-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	5.467,20	432,43	4,31	5.903,94	2.545,92
30-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	47.102,53	3.725,57	37,17	50.865,26	17.421,48
30-04-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	INDIA	4,30	37.390,99	3.998,00	31,22	41.420,21	8.701,00

04-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,05	179.230,78	3.925,00	269,24	183.424,99	87.555,60
04-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	28.727,36	720,47	43,29	29.491,11	13.929,30
04-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,16	9.903,18	248,37	14,92	10.166,47	3.133,44
04-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	14.774,07	370,53	22,26	15.166,86	7.163,64
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	11.511,50	1.218,52	9,31	12.739,33	4.633,20
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.382,20	2.898,48	22,14	30.302,82	13.197,60
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	15.034,80	1.952,35	12,42	16.999,57	7.001,28
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	5.284,80	686,26	4,37	5.975,43	1.166,40
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	2.891,36	375,46	2,39	3.269,21	979,20
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	1.290,60	167,59	1,07	1.459,26	324,00
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,03	11.579,04	899,57	9,12	12.487,74	3.818,88
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	34.689,60	2.814,84	27,42	37.531,86	12.830,40
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	16.503,60	1.339,16	13,05	17.855,81	6.609,60
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	33.330,81	3.116,23	26,65	36.473,69	13.348,80
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	10.875,20	1.016,77	8,70	11.900,66	5.241,60
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	52.384,64	4.370,00	41,50	56.796,14	17.740,00
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	40.572,00	3.851,06	32,48	44.455,54	16.329,60
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	5.467,20	518,94	4,38	5.990,52	2.545,92
05-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	53.611,21	4.370,00	42,39	58.023,59	19.828,80
06-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,96	9.129,43	958,74	14,83	10.102,98	2.304,00
06-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,20	4.975,30	522,49	8,08	5.505,87	1.555,20
06-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	1.751,64	183,95	2,85	1.938,44	475,20
06-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	1.064,15	111,75	1,73	1.177,63	288,00
06-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,89	1.767,46	185,61	2,87	1.955,94	933,12
06-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,67	40.955,67	2.964,18	64,56	43.984,42	15.344,64
06-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,80	1.401,57	101,44	2,21	1.505,22	368,64
06-05-2009	33061000	COM.DE PRODUCT.MEDICOS AFZAL M	PAKISTAN	2,06	1.039,12	2.773,44	20,78	3.833,34	503,36
06-05-2009	33061000	COM.DE PRODUCT.MEDICOS AFZAL M	PAKISTAN	2,06	2.626,65	7.010,65	52,54	9.689,84	1.272,40
07-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,80	51.819,63	3.149,24	80,81	55.049,67	13.639,68
07-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,89	7.931,37	482,01	12,37	8.425,75	4.199,04
07-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,70	11.876,63	264,54	17,85	12.159,02	4.406,40
07-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,73	14.458,97	322,06	21,73	14.802,76	5.287,68
07-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,96	11.973,43	266,69	17,99	12.258,11	4.039,20
07-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,75	2.594,41	57,79	3,90	2.656,10	691,20
07-05-2009	33061000	NUTRICION Y ALIMENTOS S.A.	ESPAÑA	52,99	95,39	11,56	0,24	107,19	1,80

07-05-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,49	10.505,45	1.132,02	17,31	11.654,78	4.227,10
07-05-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	29.214,16	3.147,98	48,14	32.410,29	13.918,30
07-05-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	40,15	13.811,78	6.948,22	69,90	20.829,90	344,00
08-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,99	3.490,49	265,33	5,52	3.761,34	1.166,40
08-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,84	42.404,91	3.223,38	67,07	45.695,36	14.929,92
08-05-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,60	3.365,36	115,86	11,59	3.492,80	1.296,00
08-05-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	3,46	1.244,55	42,85	4,28	1.291,68	360,00
12-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	18.708,80	1.789,51	14,99	20.513,29	6.336,00
12-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	24.469,21	2.340,49	19,60	26.829,30	11.793,60
12-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	16.837,92	1.659,63	13,52	18.511,08	5.702,40
12-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	25.022,67	2.466,37	20,10	27.509,13	12.060,36
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	970,80	66,95	0,76	1.038,51	388,80
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,99	6.900,00	475,85	5,39	7.381,24	1.728,00
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,03	48.246,00	3.327,20	37,71	51.610,91	15.912,00
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	3.523,20	301,98	2,73	3.827,91	777,60
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	36.890,41	3.161,98	28,59	40.080,98	14.774,40
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,19	41.280,00	2.602,99	30,18	43.913,17	12.960,00
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,03	20.093,04	1.267,01	14,69	21.374,74	6.626,88
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	30.509,50	2.671,15	24,26	33.204,91	12.279,60
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,40	19.404,00	1.698,85	15,43	21.118,28	5.702,40
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	9.679,50	954,26	7,78	10.641,54	2.430,00
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	7.325,50	746,62	5,90	8.078,02	2.948,40
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	12.235,13	1.247,01	9,86	13.492,01	4.143,60
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,40	6.468,00	659,22	5,21	7.132,43	1.900,80
13-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,65	27.025,93	2.898,54	21,89	29.946,35	10.183,68
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,84	17.671,51	1.387,49	28,02	19.087,04	6.220,80
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,19	1.241,74	97,50	1,97	1.341,21	388,80
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,99	13.964,21	1.096,41	22,14	15.082,76	4.665,60
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,89	4.411,27	346,35	6,99	4.764,61	2.332,80
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,07	1.346,24	105,70	2,13	1.454,07	330,48
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,67	2.214,67	173,89	3,51	2.392,07	829,44
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,12	11.749,10	222,91	17,60	11.989,61	3.760,12
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,15	15.806,43	375,83	23,79	16.206,06	5.013,50
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,36	12.995,04	308,98	19,56	13.323,58	5.515,77
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,98	7.602,79	180,77	11,44	7.795,00	3.830,40

13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,81	2.630,88	62,55	3,96	2.697,39	691,20
13-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	15.556,80	369,89	23,41	15.950,10	7.561,62
13-05-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	93,29	88,98	5,31	0,24	94,54	0,95
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,70	4.260,62	511,51	7,01	4.779,14	1.152,00
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,67	1.413,28	164,92	2,32	1.580,52	302,40
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,20	1.244,76	145,66	2,04	1.392,44	388,80
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,08	1.349,52	157,92	2,22	1.509,66	330,48
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,70	2.129,92	249,24	3,50	2.382,66	576,00
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,12	3.823,83	74,79	5,73	3.904,36	1.805,76
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,71	14.339,01	280,47	21,49	14.640,97	5.287,68
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,75	14.547,30	284,54	21,80	14.853,64	5.287,68
14-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,98	12.046,57	235,63	18,05	12.300,25	4.039,20
14-05-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	225.182,05	25.680,00	373,09	251.235,09	107.368,00
14-05-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ALEMANIA	47,10	612,29	220,40	12,25	844,94	13,00
15-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,89	7.059,90	584,24	11,24	7.655,38	3.732,48
15-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,08	1.347,98	111,55	2,15	1.461,68	330,48
15-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	4.250,59	351,76	6,77	4.609,12	1.152,00
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	39.767,00	3.153,61	27,54	42.948,14	16.005,60
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	12.652,81	1.003,39	8,76	13.664,96	3.110,40
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	3.871,80	348,13	3,09	4.223,02	972,00
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	38.640,00	3.129,30	30,07	41.799,37	15.552,00
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	12.652,80	1.024,70	9,85	13.687,35	3.110,40
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	2.093,00	179,58	1,66	2.274,24	842,40
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	5.284,80	453,44	4,20	5.742,43	1.166,40
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,40	8.170,75	701,05	6,49	8.878,29	2.401,20
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,99	13.800,00	1.184,05	10,96	14.995,01	3.456,00
18-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,03	13.508,88	1.159,07	10,73	14.678,67	4.455,36
18-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,41	80.850,32	1.570,00	121,17	82.541,49	33.488,64
18-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,33	40.456,12	785,00	60,63	41.301,75	17.335,30
20-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,47	1.478,28	182,31	2,44	1.663,03	330,48
20-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,84	45.910,84	3.198,96	72,20	49.181,98	16.174,08
20-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,45	1.471,86	102,56	2,31	1.576,73	330,48
22-05-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	19,44	1.626,74	37,86	32,53	1.697,14	83,70
22-05-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	20,28	3.346,44	77,89	66,93	3.491,26	165,00
22-05-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	15,66	2.071,31	48,21	41,43	2.160,95	132,30

22-05-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	39,82	764,46	17,79	15,29	797,54	19,20
25-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,18	2.952,55	77,66	4,45	3.034,66	1.354,32
25-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,95	8.460,61	222,53	12,76	8.695,90	4.341,60
25-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,43	23.923,07	629,23	36,09	24.588,39	9.849,60
25-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,03	20.994,33	421,63	31,49	21.447,44	10.342,08
25-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,10	8.366,91	168,03	12,55	8.547,49	3.979,80
25-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,41	3.803,41	76,38	5,70	3.885,49	1.575,93
25-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,17	3.911,77	78,56	5,87	3.996,20	1.805,76
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,45	4.415,40	300,31	6,93	4.722,64	991,44
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,84	36.489,39	2.481,80	57,29	39.028,48	12.856,32
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,20	7.266,05	494,20	11,41	7.771,66	1.728,00
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,40	2.910,47	197,95	4,57	3.112,99	660,96
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	32.625,59	3.543,19	26,44	36.195,23	15.724,80
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	5.256,00	570,81	4,26	5.831,07	1.944,00
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	32.625,59	3.543,19	49,77	36.218,56	15.724,80
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	5.256,00	570,81	8,02	5.834,83	1.944,00
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	32.625,59	3.543,19	26,44	36.195,23	15.724,80
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	5.256,00	570,81	4,26	5.831,07	1.944,00
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	20.391,01	1.935,67	16,33	22.343,00	9.828,00
26-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	23.126,39	2.195,33	18,52	25.340,25	8.553,60
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,03	28.014,81	575,92	42,03	28.632,76	13.789,44
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,10	10.170,12	209,08	15,26	10.394,46	4.833,64
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,24	28.385,19	522,29	42,49	28.949,97	8.773,63
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,10	115.363,55	2.257,45	172,91	117.793,88	54.921,24
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,25	12.139,10	237,54	18,19	12.394,83	3.734,01
26-05-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,03	32.962,55	645,01	49,41	33.656,97	16.251,84
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,43	43.258,87	3.870,00	34,46	47.163,34	17.821,44
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	8.372,00	955,77	6,82	9.334,59	3.369,60
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	29.906,80	3.414,23	24,37	33.345,40	14.414,40
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,43	29.354,25	2.096,64	23,00	31.473,88	12.093,12
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	16.148,00	1.153,38	12,65	17.314,03	3.564,00
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,99	6.900,00	492,84	5,41	7.398,24	1.728,00
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	19.135,20	2.209,04	15,60	21.359,84	8.910,72
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	17.672,20	2.040,15	14,41	19.726,76	8.517,60
27-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	1.046,50	120,81	0,85	1.168,17	421,20

28-05-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	191.949,02	21.400,00	317,30	213.666,30	90.370,50
29-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	7.046,40	645,91	5,62	7.697,93	1.555,20
29-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	4.078,20	373,83	3,26	4.455,28	1.965,60
29-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,43	11.121,44	1.019,45	8,88	12.149,77	4.581,72
29-05-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	19.972,79	1.830,81	15,94	21.819,56	7.387,20
02-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,29	19.165,18	1.667,86	30,62	20.863,66	5.832,00
02-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,46	1.473,48	128,23	2,35	1.604,06	330,48
02-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,46	1.473,58	128,24	2,35	1.604,17	330,48
02-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	24.469,20	2.887,54	20,00	27.376,73	11.793,60
02-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	7.170,00	846,11	5,86	8.021,97	1.800,00
02-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	13.594,00	1.166,42	10,79	14.771,22	6.552,00
02-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,79	34.713,60	2.978,58	27,56	37.719,73	12.441,00
02-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	16.744,00	1.530,44	13,36	18.287,80	6.739,20
02-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	12.234,60	1.118,27	9,76	13.362,63	5.896,80
02-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,79	16.272,00	1.487,30	12,99	17.772,28	5.832,00
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	3.523,20	331,16	2,82	3.857,18	777,60
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	9.515,80	894,42	7,61	10.417,83	4.586,40
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	26.192,32	2.241,39	20,79	28.454,50	8.870,40
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	19.031,60	1.628,61	15,11	20.675,32	9.172,80
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	1.046,50	98,25	0,84	1.145,59	421,20
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	19.031,61	1.786,86	15,22	20.833,68	9.172,80
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	9.577,65	899,23	7,66	10.484,55	4.460,04
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	11.563,20	1.085,66	9,25	12.658,10	4.276,80
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	27.209,00	1.975,53	21,34	29.205,86	10.951,20
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,04	26.092,65	1.894,47	20,46	28.007,59	8.582,76
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	26.162,50	2.084,82	20,65	28.267,97	10.530,00
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,04	26.004,00	2.072,18	20,53	28.096,71	8.553,60
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	47.092,50	3.870,00	37,27	50.999,77	18.954,00
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	14.967,04	1.372,59	11,95	16.351,57	5.068,80
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	19.031,61	1.745,34	15,19	20.792,13	9.172,80
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	8.200,80	752,07	6,55	8.959,42	3.818,88
03-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	31.395,00	2.396,22	24,71	33.815,92	12.636,00
03-06-2009	33061000	LABORATORIOS RECALCINE S.A.	FRANCIA	17,44	3.921,79	1.134,77	23,18	5.079,74	224,84
04-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	52.384,64	3.870,00	41,14	56.295,78	17.740,80
04-06-2009	33061000	FOREVER LIVING PRODUCTS CHILE	ESTADOS UNIDOS	1,68	702,60	97,40	2,80	802,80	418,84

05-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,71	25.544,89	544,79	38,35	26.128,04	9.408,96
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	11.649,60	1.234,92	9,42	12.893,94	4.665,60
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,01	2.882,08	21,99	30.092,07	13.104,00
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	15.532,80	1.571,39	12,50	17.116,69	6.220,80
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	23.109,80	2.337,92	18,60	25.466,33	11.138,40
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	2.102,40	212,69	1,69	2.316,78	777,60
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,53	3.523,20	302,47	2,80	3.828,47	777,60
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	3.741,76	321,24	2,97	4.065,97	1.267,20
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	4.078,20	350,12	3,24	4.431,56	1.965,60
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	5.457,15	468,51	4,33	5.929,99	2.541,24
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,99	5.520,00	473,90	4,38	5.998,29	1.382,40
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	30.348,50	2.400,40	23,95	32.772,85	12.214,80
08-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,65	18.580,32	1.469,60	14,66	20.064,58	7.001,28
08-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	12,03	2.346,50	130,10	3,90	2.480,52	195,00
09-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	11.649,60	1.160,83	9,37	12.819,80	4.665,60
09-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,00	2.709,17	21,86	29.919,03	13.104,00
09-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,40	5.282,20	523,04	8,53	5.813,77	1.555,20
09-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,27	1.271,41	125,90	2,05	1.399,36	388,80
09-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,28	1.644,07	162,80	2,66	1.809,53	384,00
09-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	23.079,35	1.912,75	18,28	25.010,38	9.289,08
09-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	6.797,00	563,32	5,38	7.365,70	3.276,00
09-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	16.819,20	1.393,93	13,32	18.226,45	6.220,80
09-06-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,94	2.606,49	255,60	2,51	2.864,60	660,99
10-06-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,50	125.608,01	8.560,00	199,54	134.367,54	35.925,20
11-06-2009	33061000	PHARMA INVESTI DE CHILE S.A.	ESPAÑA	6,97	5.232,79	284,41	13,20	5.530,39	751,22
11-06-2009	33061000	PHARMA INVESTI DE CHILE S.A.	ESPAÑA	6,97	2.063,07	112,13	5,20	2.180,41	296,17
11-06-2009	33061000	PHARMA INVESTI DE CHILE S.A.	ESPAÑA	6,97	4.612,11	250,67	11,63	4.874,42	662,11
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,58	9.076,63	615,82	14,25	9.706,72	1.982,88
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,10	8.835,22	599,44	13,87	9.448,53	4.199,04
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,63	1.531,16	103,88	2,40	1.637,44	330,48
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,00	9.512,36	645,39	14,93	10.172,68	2.376,00
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,63	4.589,17	311,36	7,20	4.907,73	991,44
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,27	6.563,37	445,31	10,30	7.018,98	1.536,00
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,26	2.537,80	172,18	3,98	2.713,96	777,60
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,39	6.589,77	447,10	10,34	7.047,21	1.944,00

12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,58	3.030,36	281,88	4,87	3.317,11	660,96
12-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,27	1.270,93	118,22	2,04	1.391,19	388,80
15-06-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,20	9.294,24	213,23	31,44	9.538,91	4.216,32
15-06-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,29	4.285,26	98,31	14,50	4.398,07	1.872,00
15-06-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,65	3.973,24	91,16	13,44	4.077,84	1.497,60
16-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	4.065,61	114,36	6,14	4.186,11	1.969,92
16-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,18	5.023,29	141,30	7,59	5.172,18	1.580,04
16-06-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	3,37	2.982,25	60,12	10,07	3.052,44	885,60
16-06-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	0,82	6.597,20	132,28	22,16	6.751,64	8.000,00
17-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,11	3.934,94	396,54	6,37	4.337,85	1.866,24
17-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,02	3.473,84	350,08	5,62	3.829,54	864,00
17-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,28	1.644,25	165,70	2,66	1.812,61	384,00
18-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	11.511,50	1.224,34	9,31	12.745,15	4.633,20
18-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,01	2.891,66	22,00	30.101,66	13.104,00
18-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,76	36,78	114,95	0,74	152,47	9,79
18-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	83,33	2,50	59,14	0,05	61,69	0,03
18-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	26.162,50	3.105,59	21,40	29.289,49	10.530,00
18-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	38.270,40	4.115,00	30,99	42.416,39	17.821,44
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	6.279,00	630,05	5,05	6.914,10	2.527,20
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	3.741,76	375,46	3,01	4.120,23	1.267,20
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	28.547,41	2.864,50	22,97	31.434,86	13.759,20
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.465,00	1.128,05	8,48	11.601,53	4.212,00
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	13.668,00	1.473,31	11,07	15.152,38	6.364,80
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.465,00	1.038,12	8,41	11.511,53	4.212,00
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	28.547,40	2.831,88	22,95	31.402,23	13.759,20
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.465,00	1.038,12	8,41	11.511,53	4.212,00
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	28.547,40	2.831,88	22,95	31.402,23	13.759,20
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.465,00	1.038,12	8,41	11.511,53	4.212,00
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	28.547,40	2.831,88	22,95	31.402,23	13.759,20
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	24.321,43	2.026,63	19,27	26.367,33	8.236,80
19-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	6.797,00	566,37	5,38	7.368,76	3.276,00
19-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,10	4.908,36	331,28	7,70	5.247,33	2.332,80
19-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,26	10.150,97	685,11	15,93	10.852,01	3.110,40
19-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,93	23.081,00	1.557,79	36,22	24.675,01	7.879,68
19-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,01	4.622,05	311,95	7,25	4.941,25	1.152,00

19-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,96	2.920,18	197,09	4,58	3.121,85	737,28
22-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,19	86.827,95	1.420,00	129,73	88.377,69	39.726,72
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	15.532,80	1.496,07	12,45	17.041,33	6.220,80
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	27.336,00	2.632,93	21,92	29.990,84	12.729,60
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	15.209,20	1.475,69	10,95	16.695,84	6.091,20
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	27.336,00	2.652,31	19,68	30.007,99	12.729,60
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,01	2.643,50	21,82	29.853,32	13.104,00
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	12.614,40	1.226,50	10,12	13.851,02	4.665,60
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	14.651,01	1.483,68	11,80	16.146,48	5.896,80
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	23.564,39	2.386,32	18,97	25.969,69	8.715,60
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	27.209,00	2.501,46	21,72	29.732,18	10.951,20
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	17.768,40	1.633,54	14,19	19.416,13	8.274,24
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	27.611,50	2.569,04	22,07	30.202,61	11.113,20
23-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	13.982,40	1.300,96	11,18	15.294,54	6.739,20
24-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.465,00	1.057,62	8,42	11.531,05	4.212,00
24-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	14.953,40	1.511,23	12,04	16.476,66	7.207,20
24-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,63	6.126,68	539,36	9,80	6.675,83	1.321,92
24-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,93	9.730,92	856,66	15,56	10.603,14	3.317,76
24-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,34	1.251,32	110,16	2,00	1.363,48	288,00
24-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,27	6.352,60	559,25	10,16	6.922,01	1.944,00
24-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,39	1.319,63	116,17	2,11	1.437,91	388,80
24-06-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	2,10	96.944,21	3.680,00	70,19	100.694,40	46.200,96
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	18.708,80	1.608,21	14,85	20.331,86	6.336,00
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	16.312,80	1.402,25	12,95	17.728,00	7.862,40
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	15.816,00	1.359,54	12,56	17.188,10	3.888,00
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	1.046,50	104,34	0,84	1.151,69	421,20
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	28.547,41	2.846,38	22,95	31.416,73	13.759,20
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	14.234,40	1.419,27	11,45	15.665,12	3.499,20
25-06-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,50	62.906,03	5.127,48	101,18	68.134,70	17.962,60
25-06-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,58	94.620,38	7.712,52	152,20	102.485,08	36.616,90
25-06-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	4,86	54.963,00	4.280,00	88,11	59.331,11	11.304,84
25-06-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ALEMANIA	9,65	19.756,29	7.733,40	40,91	27.530,60	2.048,00
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	37,15	10,00	59,14	0,20	69,34	0,26
25-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	37,15	10,00	59,14	0,20	69,34	0,26
26-06-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,95	1.566,00	194,97	1,37	1.762,35	396,59

26-06-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,42	63.222,60	4.196,98	100,28	67.519,86	6.713,28
26-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,49	17.456,07	975,80	13,48	18.445,35	3.888,00
30-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	3.741,76	332,77	2,98	4.077,51	1.267,20
30-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	7.766,40	690,70	6,18	8.463,28	3.110,40
30-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,65	23.747,04	2.111,92	18,91	25.877,88	8.948,16
30-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,40	2.156,00	171,48	1,70	2.329,18	633,60
30-06-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,65	13.512,96	1.074,78	10,67	14.598,41	5.091,84
30-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,00	11.109,97	267,63	16,72	11.394,32	5.559,55
30-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,14	11.581,21	278,98	17,43	11.877,62	5.417,28
30-06-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,12	108.904,90	1.978,31	163,00	111.046,21	51.281,53
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	21.976,50	1.638,38	17,26	23.632,14	8.845,20
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	29.934,08	2.231,62	23,52	32.189,22	10.137,60
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,00	2.934,01	22,03	30.144,04	13.104,00
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	10.934,40	1.179,99	8,86	12.123,25	5.091,84
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,00	2.934,01	22,03	30.144,04	13.104,00
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	10.934,40	1.179,99	8,86	12.123,25	5.091,84
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	7.768,00	856,49	6,31	8.630,80	3.744,00
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	28.702,80	3.164,74	23,30	31.890,83	13.366,08
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	3.163,20	348,77	2,57	3.514,54	777,60
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.188,00	2.950,35	22,04	30.160,40	13.104,00
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,15	5.467,20	593,28	4,43	6.064,91	2.545,92
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	5.256,00	570,36	4,26	5.830,62	1.944,00
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	80.661,60	4.370,00	62,18	85.093,78	19.828,80
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	8.372,00	900,00	6,78	9.278,78	3.369,60
01-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	29.906,80	3.215,00	24,22	33.146,02	14.414,40
01-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,09	48.416,03	1.420,00	73,26	49.909,30	23.113,72
01-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,44	84.666,45	1.420,00	126,55	86.212,99	34.670,59
01-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,04	16.316,76	286,69	24,41	16.627,86	8.011,00
01-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,11	15.122,05	265,70	22,62	15.410,37	7.163,64
01-07-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,31	1.851,90	43,81	6,31	1.902,02	800,28
01-07-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,57	99,82	2,36	0,34	102,52	38,88
01-07-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,32	650,64	15,37	2,21	668,23	280,80
01-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,28	20.707,56	1.691,43	33,32	22.432,31	2.232,36
01-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	33,45	14.448,84	1.180,21	23,25	15.652,30	432,00
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	10.465,00	817,30	8,25	11.290,55	4.212,00

03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	11.225,28	876,67	8,85	12.110,80	3.801,60
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	10.512,00	820,97	8,29	11.341,25	3.888,00
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	27.576,40	2.680,87	22,13	30.279,40	13.291,20
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,65	6.756,48	656,84	5,42	7.418,74	2.545,92
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,07	8.118,88	789,29	6,51	8.914,68	1.995,84
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,95	10.428,03	1.068,21	8,41	11.504,65	3.531,60
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	20.225,00	2.071,79	16,30	22.313,09	8.100,00
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	29.906,81	3.088,29	24,12	33.019,21	14.414,40
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	23.109,80	2.313,60	18,59	25.441,99	11.138,40
03-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,65	18.083,52	1.810,40	14,55	19.908,47	6.814,08
03-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,56	41.302,68	2.942,74	65,81	44.311,23	11.610,30
03-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,58	3.050,70	217,36	4,86	3.272,92	1.181,20
03-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,68	15.718,42	1.119,91	25,05	16.863,37	4.274,30
03-07-2009	33061000	INVERSIONES HOTELERAS S.A.	ESTADOS UNIDOS	9,91	172,03	45,49	3,44	220,96	17,35
06-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,93	29.149,23	1.876,63	48,86	31.074,72	9.953,28
06-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,63	6.123,29	394,22	10,26	6.527,77	1.321,92
06-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,54	10.247,78	659,75	17,18	10.924,71	2.257,92
06-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,63	1.530,82	98,55	2,57	1.631,94	330,48
06-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,28	6.575,37	636,31	11,36	7.223,04	1.536,00
06-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,27	1.271,23	123,02	2,20	1.396,45	388,80
07-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,07	29.906,80	3.110,24	24,14	33.041,18	14.414,40
07-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,40	2.156,00	224,22	1,74	2.381,96	633,60
07-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,70	262,80	27,33	0,21	290,34	97,20
07-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,50	7.281,00	757,21	5,88	8.044,09	2.916,00
08-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,48	34.478,15	3.872,01	28,05	38.378,20	13.876,92
08-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,10	76.969,77	1.420,00	115,24	78.505,00	36.614,16
08-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,12	5.914,55	100,95	8,84	6.024,34	2.785,86
08-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,45	35.685,36	609,05	53,36	36.347,77	14.577,40
08-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,95	18.482,49	268,59	27,56	18.778,64	9.455,04
08-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,45	35.785,70	572,38	53,45	36.411,53	14.577,40
08-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,90	12.780,32	234,28	19,13	13.033,73	4.406,40
08-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,04	23.463,10	430,10	35,12	23.928,32	11.491,20
09-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	33.840,00	3.870,00	27,58	37.737,58	12.960,00
09-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	24.037,99	2.480,77	19,39	26.538,15	11.138,40
09-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	15.883,76	1.639,23	12,81	17.535,81	6.870,24

09-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	25.452,00	2.941,89	20,77	28.414,66	11.793,60
09-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	32.640,10	3.178,53	26,19	35.844,82	12.619,80
09-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,10	2.412,72	234,95	1,94	2.649,61	777,60
09-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,94	52.158,60	4.280,00	83,94	56.522,54	13.234,00
10-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	2.205,15	287,25	1,82	2.494,23	780,84
10-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,06	1.559,65	154,69	2,70	1.717,04	384,00
10-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	1,97	16,98	113,39	0,34	130,71	8,64
14-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	26.260,00	3.045,85	21,43	29.327,28	12.168,00
14-07-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	2,11	154.683,85	4.981,60	107,37	159.772,80	73.307,52
15-07-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	MEXICO	6,26	10.379,08	180,02	12,19	10.571,29	1.658,67
15-07-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	MEXICO	6,26	18.448,46	319,98	21,68	18.790,12	2.948,24
15-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ALEMANIA	8,00	97.651,80	1.693,25	145,69	99.490,74	12.206,00
15-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,59	45.892,20	4.424,98	76,72	50.393,89	17.717,60
15-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,20	14.420,22	1.390,41	24,11	15.834,74	6.554,50
15-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,48	13.167,39	1.269,62	22,01	14.459,02	5.315,30
15-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,59	15.297,40	1.474,99	25,57	16.797,96	5.905,90
17-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	84.700,80	3.870,00	64,77	88.635,57	19.828,80
20-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,06	3.116,10	258,84	5,31	3.380,25	768,00
20-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	5,05	16.701,02	1.387,30	28,49	18.116,81	3.304,80
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	37.562,40	3.023,01	29,68	40.615,09	14.385,60
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	10.524,20	846,99	8,31	11.379,50	4.876,56
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	31.555,20	2.298,05	24,76	33.878,01	7.387,20
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	23.966,79	2.236,94	19,16	26.222,90	9.266,40
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	2.178,80	159,64	1,71	2.340,15	842,40
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,10	11.795,52	864,26	9,26	12.669,04	3.801,60
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,54	11.202,40	820,81	8,79	12.032,00	3.168,00
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	13.340,73	977,48	10,47	14.328,69	4.806,36
20-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,92	3.784,00	277,26	2,97	4.064,23	1.296,00
20-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	5,05	8.346,11	754,36	14,33	9.114,80	1.652,40
20-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,98	2.293,82	207,33	3,94	2.505,09	576,00
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	17.658,23	1.381,51	13,92	19.053,67	7.637,76
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	38.198,40	2.988,49	30,12	41.217,01	8.942,40
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	4.060,80	332,19	3,21	4.396,20	1.555,20
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	29.430,40	2.407,51	23,28	31.861,19	12.729,60
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	19.929,60	1.630,31	15,77	21.575,67	4.665,60

21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	18.519,80	1.504,13	14,65	20.038,58	7.160,40
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	31.961,88	2.595,87	25,27	34.583,02	12.240,72
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	6,91	25,00	91,41	0,50	116,91	3,61
21-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	6,91	25,00	91,41	0,50	116,91	3,61
23-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,60	104.211,21	12.000,88	177,18	116.389,26	40.155,80
23-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,10	20.924,54	2.409,65	35,58	23.369,77	6.755,00
23-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	97.859,88	11.269,47	166,38	109.295,71	46.084,00
24-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	10.894,00	872,27	8,60	11.774,87	4.212,00
24-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,54	2.240,48	179,39	1,77	2.421,64	633,60
24-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	24.364,81	2.208,45	19,43	26.592,69	9.331,20
24-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	23.847,27	2.161,55	19,02	26.027,84	10.314,72
24-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,17	34.516,26	1.314,41	54,63	35.885,29	3.764,13
24-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	47,61	28.566,59	1.087,84	45,21	29.699,64	600,00
27-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,20	14.395,62	1.142,30	24,47	15.562,37	6.531,84
27-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,87	36.737,41	2.915,13	62,45	39.714,99	9.504,00
27-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,75	2.158,90	171,31	3,67	2.333,88	576,00
27-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,20	22.621,65	1.795,04	38,46	24.455,15	10.264,32
27-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	5,05	5.004,41	400,65	8,51	5.413,57	991,44
27-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	41.235,13	3.301,22	70,15	44.606,50	18.662,40
27-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	28,36	12,00	63,67	0,24	75,91	0,42
28-07-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	MEXICO	5,09	12.084,00	400,00	14,90	12.498,90	2.376,00
28-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,02	9.178,90	139,91	13,70	9.332,51	4.536,97
28-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,01	9.938,39	151,48	14,83	10.104,70	3.304,80
28-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,13	17.289,82	263,53	25,80	17.579,15	8.125,92
29-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,55	18.066,28	1.378,07	30,62	19.474,97	5.091,84
29-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	11.336,97	864,77	19,22	12.220,96	5.132,16
29-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,87	9.205,58	702,19	15,60	9.923,37	2.376,00
29-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,61	20.304,00	1.623,51	16,03	21.943,55	7.776,00
29-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	25.056,20	2.003,50	19,79	27.079,49	9.687,60
29-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	39.218,40	3.581,10	31,30	42.830,80	15.163,20
29-07-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	10.894,00	859,41	8,60	11.762,01	4.212,00
29-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,32	94.945,08	1.622,00	152,09	96.719,15	40.974,33
29-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,78	12.258,54	209,42	19,64	12.487,60	4.406,40
29-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,02	9.977,12	170,44	15,98	10.163,54	3.304,80
29-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,96	7.500,55	128,14	12,02	7.640,71	3.830,40

29-07-2009	33061000	COMERCIAL CRESSO SA	ESPAÑA	8,19	1.902,27	25,46	10,52	1.938,25	232,16
30-07-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,91	48.508,20	4.280,00	78,52	52.866,72	12.420,00
30-07-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	13,64	3.436,81	194,43	20,08	3.651,32	252,00
30-07-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	13,64	6.628,12	374,98	38,74	7.041,84	486,00
31-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,00	23.104,78	477,99	34,63	23.617,38	11.556,86
31-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,10	7.353,00	152,12	11,02	7.516,14	2.370,06
31-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,15	16.819,26	347,96	25,21	17.192,43	7.814,01
31-07-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,00	5.776,21	119,50	8,66	5.904,37	2.889,21
04-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,52	11.943,36	237,91	40,37	12.221,62	4.730,40
04-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,28	4.558,17	90,80	15,41	4.664,37	2.003,04
05-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	44.349,84	3.900,00	75,99	48.325,82	20.062,08
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	4.357,60	357,44	3,45	4.718,49	1.684,80
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	42.822,00	3.512,56	33,88	46.368,44	15.163,20
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	21.960,00	1.950,98	17,48	23.928,47	7.776,00
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,10	46.444,86	3.453,26	36,49	49.934,60	14.968,80
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,54	2.240,48	166,58	1,76	2.408,82	633,60
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	6.450,75	708,39	5,24	7.164,38	2.284,20
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	9.882,00	826,28	7,83	10.716,11	3.499,20
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	8.833,20	738,58	7,00	9.578,78	3.182,40
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	19.810,32	1.388,95	15,50	21.214,78	7.659,36
05-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,10	35.386,55	2.481,05	27,69	37.895,29	11.404,80
05-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,04	117.034,22	2.301,05	175,42	119.510,69	57.309,12
05-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,33	16.522,93	324,86	24,77	16.872,56	7.091,71
05-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,69	8.443,03	166,00	12,66	8.621,69	3.136,32
05-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,10	2.445,64	48,08	3,67	2.497,39	790,02
05-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	23,26	80,50	86,12	1,61	168,23	3,46
07-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	23.966,80	1.850,06	18,88	25.835,74	9.266,40
07-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,34	9.651,44	745,02	7,60	10.404,06	2.890,08
07-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	1.660,80	128,20	1,31	1.790,31	388,80
07-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,19	3.393,00	261,91	2,67	3.657,59	810,00
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,10	16.576,28	1.507,01	13,17	18.096,45	5.342,40
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	7.091,25	644,69	5,63	7.741,57	2.511,00
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	18.900,46	1.718,30	15,01	20.633,77	6.809,40
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	16.341,00	1.362,50	12,94	17.716,44	6.318,00
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	2.196,00	183,10	1,74	2.380,84	777,60

10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	11.625,60	969,33	9,21	12.604,14	2.721,60
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	11.120,26	704,07	8,65	11.832,98	4.299,48
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	1.098,00	69,52	0,85	1.168,37	388,80
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	38.198,40	2.418,51	29,70	40.646,61	8.942,40
10-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	24.745,92	1.797,99	19,41	26.563,32	5.793,12
10-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,33	1.838,54	43,13	2,96	1.884,63	787,96
10-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,76	6.074,30	142,49	9,79	6.226,58	2.203,20
10-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,15	14.264,58	334,62	22,99	14.622,19	6.632,06
10-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,91	17.377,42	407,64	28,01	17.813,07	9.117,36
11-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,41	12.350,94	1.356,59	21,59	13.729,12	2.799,36
11-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	15,89	4.577,41	502,77	8,00	5.088,18	288,00
11-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	3,33	12.003,88	201,12	41,09	12.246,09	3.600,00
11-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	4,00	10.705,51	179,37	36,64	10.921,52	2.676,96
11-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	1,48	7.285,01	122,06	24,93	7.432,00	4.924,80
11-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,26	6.338,79	106,20	21,70	6.466,69	2.808,00
11-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,23	10.425,01	174,67	35,68	10.635,36	4.665,60
12-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	11.364,34	1.300,46	19,95	12.684,75	5.132,16
12-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,04	68.278,69	1.420,00	102,46	69.801,14	33.430,32
12-08-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	4,43	12.132,62	811,75	19,25	12.963,63	2.739,74
12-08-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	4,43	51.836,98	3.468,25	82,26	55.387,48	11.705,63
13-08-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	MEXICO	7,31	11.549,58	400,00	12,85	11.962,43	1.580,61
13-08-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,20	2.658,98	44,14	8,90	2.712,02	1.209,60
13-08-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,88	512,47	72,25	0,46	585,18	132,20
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	6.536,40	545,45	5,18	7.087,03	2.527,20
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	14.260,76	1.190,03	11,30	15.462,08	6.168,24
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	8.784,00	733,01	6,96	9.523,97	3.110,40
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	13.286,40	1.108,72	10,53	14.405,65	3.110,40
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,19	9.500,40	792,79	7,53	10.300,72	2.268,00
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	20.698,60	1.627,77	16,32	22.342,70	8.002,80
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,18	14.817,60	1.165,28	11,69	15.994,56	4.665,60
14-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	18.519,80	2.023,86	15,02	20.558,68	7.160,40
14-08-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	2,11	116.150,51	3.600,00	79,08	119.829,60	54.980,64
14-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,05	53.034,00	882,82	79,26	53.996,07	17.380,44
14-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,01	1.602,22	26,67	2,39	1.631,28	795,96
14-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,05	16.874,45	280,90	25,22	17.180,57	5.530,14

14-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,71	4.782,97	79,62	7,15	4.869,74	1.762,56
17-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,26	7.507,20	974,63	6,20	8.488,03	1.762,56
17-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	4,27	101,16	469,26	2,02	572,44	23,69
18-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	30.561,00	2.259,28	24,00	32.844,28	10.821,60
18-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	21.788,00	1.610,72	17,11	23.415,83	8.424,00
18-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	21.586,88	2.218,46	17,41	23.822,75	8.346,24
18-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	30.503,20	2.654,68	24,25	33.182,13	11.793,60
18-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,19	9.500,40	826,82	7,55	10.334,77	2.268,00
18-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,08	51.336,46	1.100,00	77,07	52.513,53	24.674,76
18-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,03	13.392,38	247,90	20,05	13.660,33	6.606,46
18-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,73	1.204,20	22,29	1,80	1.228,29	440,64
18-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,89	637,95	11,81	0,96	650,72	337,68
20-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	16.341,00	1.829,96	13,29	18.184,25	6.318,00
20-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,29	1.070,10	113,84	1,86	1.185,80	466,56
20-08-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,07	55.391,99	4.280,00	88,75	59.760,75	18.044,20
20-08-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	4,44	35.794,20	4.280,00	59,60	40.133,80	8.056,46
21-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	12.726,00	1.639,75	10,51	14.376,26	5.896,80
24-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,95	39.145,12	2.674,79	65,86	41.885,77	13.271,04
24-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,23	11.307,83	772,67	19,03	12.099,53	3.499,20
24-08-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	3,97	35.538,50	963,99	24,16	36.526,66	8.940,96
24-08-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	2,12	97.176,41	2.635,94	66,07	99.878,40	45.826,56
24-08-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	3,26	21.163,29	574,06	14,39	21.751,74	6.500,52
25-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	5,69	1.664,71	29,71	2,67	1.697,09	292,50
25-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	5,69	42,69	0,76	0,07	43,52	7,50
25-08-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	19,98	1.941,84	39,13	38,84	2.019,81	97,20
25-08-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	22,56	2.504,59	50,48	50,09	2.605,16	111,00
25-08-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	SUIZA	16,71	2.572,00	51,84	51,44	2.675,28	153,90
25-08-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	SUIZA	45,53	364,22	7,34	7,28	378,84	8,00
25-08-2009	33061000	JOHNSON & JOHNSON PER.(CARE)CH	ESTADOS UNIDOS	7,50	27.145,08	975,00	70,50	28.190,58	3.620,76
26-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	17.210,39	1.614,91	13,77	18.839,07	7.974,72
26-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	16.608,00	1.558,38	13,28	18.179,67	3.888,00
26-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	28.280,00	2.431,48	22,46	30.733,94	13.104,00
26-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	19.929,60	1.713,52	15,83	21.658,95	4.665,60
27-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	11.312,00	914,50	8,94	12.235,44	5.241,60
27-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	7.066,56	571,29	5,58	7.643,43	2.545,92

27-08-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,12	5.692,80	460,23	4,50	6.157,53	1.382,40
27-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,37	19.926,63	556,00	16,36	20.498,99	8.393,76
27-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,34	81.855,14	1.480,00	66,63	83.401,75	35.022,24
28-08-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	41,19	1.899,01	169,68	5,22	2.073,92	46,10
31-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	4,10	2.835,29	75,30	4,58	2.915,18	691,20
31-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,05	26.892,50	714,21	43,48	27.650,19	13.133,34
31-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,37	3.358,21	61,22	5,39	3.424,82	1.418,25
31-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,39	5.086,92	92,73	8,16	5.187,81	2.127,38
31-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,01	9.933,83	181,09	15,93	10.130,85	3.304,80
31-08-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,95	6.721,21	122,53	10,78	6.854,52	3.447,36
31-08-2009	33061000	COM.CURADEN SWISS CHILE LTDA	HOLANDA	4,53	118,07	153,51	2,36	273,94	26,05
31-08-2009	33061000	COM.CURADEN SWISS CHILE LTDA	HOLANDA	4,53	53,14	69,10	1,06	123,30	11,72
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	57.164,80	3.870,00	44,63	61.079,43	17.740,80
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	22.072,80	1.857,25	17,50	23.947,55	9.547,20
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,34	29.863,20	2.512,75	23,67	32.399,62	8.942,40
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	16.186,72	1.760,83	13,12	17.960,68	7.001,28
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	8.200,12	892,03	6,65	9.098,80	3.641,04
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	15.785,00	1.717,13	12,80	17.514,93	7.207,20
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	25.290,00	3.870,00	21,33	29.181,33	9.720,00
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,54	2.240,48	158,03	1,75	2.400,26	633,60
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	9.150,00	645,39	7,16	9.802,55	3.240,00
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	19.433,04	1.370,69	15,21	20.818,94	7.001,28
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	19.445,20	1.371,55	15,22	20.831,97	4.552,20
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,19	5.428,80	382,92	4,25	5.815,97	1.296,00
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	10.599,84	973,38	8,46	11.581,68	3.818,88
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	24.368,48	2.237,75	19,46	26.625,68	10.820,16
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	7.175,00	658,88	5,73	7.839,61	3.276,00
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	49.465,92	4.370,00	39,37	53.875,29	17.821,44
02-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,84	5.536,28	454,22	9,44	5.999,94	1.440,00
02-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,28	25.576,72	2.098,43	43,59	27.718,74	11.197,44
02-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,28	45.824,86	3.759,67	78,10	49.662,64	20.062,08
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	13.324,20	1.508,19	10,85	14.843,24	5.151,60
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	19.119,24	2.164,14	15,56	21.298,94	7.348,32
02-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	19.433,04	1.693,96	15,45	21.142,44	7.001,28
02-09-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	MEXICO	6,93	47.448,18	500,00	55,38	48.003,56	6.849,33

03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	36.537,60	2.320,61	28,42	38.886,62	8.553,60
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	24.395,00	1.549,39	18,97	25.963,37	11.138,40
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	49.465,92	4.148,00	39,20	53.653,12	17.821,44
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	21.210,00	2.035,72	17,00	23.262,72	9.828,00
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	883,32	84,78	0,71	968,81	318,24
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	15.767,83	1.513,39	12,64	17.293,86	7.001,28
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	2.460,00	236,11	1,97	2.698,08	1.123,20
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	4.121,00	32,40	44.333,40	18.345,60
03-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	38.177,99	3.870,00	30,74	42.078,74	17.690,00
03-09-2009	33061000	COMERCIAL CRESSO SA	ESPAÑA	8,36	11.262,23	252,39	63,68	11.578,30	1.347,77
04-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	24.368,48	2.618,00	19,73	27.006,22	10.820,16
04-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,23	23.839,26	2.217,40	41,04	26.097,68	7.387,20
04-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,28	36.246,24	3.371,43	62,39	39.680,05	15.863,04
04-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,29	43.825,98	3.900,00	75,16	47.801,13	19.128,96
04-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,04	71.549,11	1.520,00	115,03	73.184,13	35.022,24
07-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	40.136,32	3.870,00	32,18	44.038,50	17.821,44
07-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,60
07-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	26.866,00	2.791,48	21,69	29.679,17	12.448,80
08-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,95	7.347,93	632,32	12,57	7.992,81	2.488,32
08-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,14	9.529,83	820,08	16,30	10.366,21	2.304,00
08-09-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	13,97	7.543,86	337,90	43,59	7.925,35	540,00
08-09-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	11,18	25.163,89	1.127,12	145,40	26.436,41	2.250,00
08-09-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ESPAÑA	13,97	11.315,79	506,85	65,39	11.888,02	810,00
08-09-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,23	6.169,16	82,48	20,55	6.272,18	2.764,80
09-09-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	MEXICO	4,60	36.123,84	500,00	43,71	36.667,55	7.848,96
09-09-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,93	1.038,85	149,81	0,93	1.189,59	264,40
09-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,11	15,21	101,59	0,30	117,10	7,20
11-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	9.898,00	1.099,02	8,04	11.005,06	4.586,40
11-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	10.430,97	1.158,20	8,47	11.597,65	3.758,04
11-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	2.828,00	297,68	2,29	3.127,96	1.310,40
11-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	38.237,88	4.024,96	30,90	42.293,75	16.539,12
11-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,53	449,92	47,36	0,36	497,64	177,84
11-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,09	3.118,25	289,04	5,07	3.412,36	1.491,40
11-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,48	39.481,41	3.659,69	64,16	43.205,27	15.945,90
11-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,44	35.195,50	3.262,41	57,20	38.515,10	10.225,10

11-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,09	14.551,83	1.348,87	23,65	15.924,35	6.958,70
11-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	111.897,65	12.840,00	185,52	124.923,17	53.365,10
14-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,54	6.268,23	203,57	9,52	6.481,32	2.463,42
14-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,09	5.220,58	169,54	7,93	5.398,05	2.496,42
15-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,86	1.110,81	101,85	1,91	1.214,57	288,00
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	40.136,32	4.370,00	32,54	44.538,86	17.821,44
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	10.430,48	953,87	8,32	11.392,67	4.511,52
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	28.266,24	2.584,96	22,55	30.873,75	10.183,68
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,34	9.088,80	831,17	7,25	9.927,23	2.721,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	19.433,04	1.930,57	15,62	21.379,23	7.001,28
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	24.354,00	2.419,43	19,58	26.793,01	11.119,68
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	4.000,00	32,30	44.212,30	18.345,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	20.090,00	1.597,38	15,86	21.703,24	9.172,80
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	28.582,40	2.272,62	22,56	30.877,58	8.870,40
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,19	15.607,80	1.501,25	12,51	17.121,56	3.726,00
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	13.701,60	1.317,90	10,98	15.030,48	3.207,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	10.925,28	1.050,86	8,76	11.984,89	4.199,04
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	57.164,80	3.870,00	44,63	61.079,43	17.740,80
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	29.894,41	2.035,16	23,34	31.952,91	6.998,40
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	24.395,00	2.835,82	19,91	27.250,72	11.138,40
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	10.014,84	1.164,18	8,17	11.187,20	3.849,12
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	25.492,32	3.870,00	21,47	29.383,79	9.797,76
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	24.368,48	2.742,78	19,82	27.131,09	10.820,16
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	10.014,84	1.127,22	8,15	11.150,20	3.849,12
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	23.671,44	3.000,00	19,50	26.690,94	9.097,92
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,31	216,40	19,19	0,17	235,76	93,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	47.647,32	4.225,56	37,93	51.910,81	17.166,24
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	1.412,36	125,25	1,12	1.538,74	627,12
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	25.492,32	3.870,00	21,47	29.383,79	9.797,76
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,16	11.594,80	839,01	9,09	12.442,90	5.372,64
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,54	9.789,37	708,36	7,68	10.505,41	2.768,40
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,82	10.174,80	736,25	7,98	10.919,03	3.602,88

16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,18	13.582,80	982,86	10,65	14.576,31	4.276,80
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	11.625,60	841,23	9,12	12.475,95	2.721,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	57.164,80	4.171,00	44,85	61.380,65	17.740,80
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	4.121,00	32,40	44.333,40	18.345,60
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	25.492,32	3.870,00	21,47	29.383,79	9.797,76
16-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,60
16-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	21.986,07	2.362,07	36,21	24.384,36	10.492,70
16-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,53	21.267,78	2.284,90	35,03	23.587,70	6.020,20
16-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,53	21.267,78	2.284,90	35,03	23.587,70	6.020,20
16-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,52	15.154,72	1.628,14	24,96	16.807,82	4.300,10
16-09-2009	33061000	LABORATORIOS RECALCINE S.A.	FRANCIA	22,76	3.807,64	930,23	20,00	4.757,87	167,30
17-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,60
23-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,23	2.511,69	153,07	4,20	2.668,96	777,60
23-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,13	1.585,79	96,64	2,65	1.685,08	384,00
23-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,29	37.346,25	2.275,99	62,40	39.684,64	16.329,60
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	5.733,76	692,58	4,70	6.431,04	2.545,92
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	24.395,00	2.382,99	19,58	26.797,57	11.138,40
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	22.877,39	2.139,97	18,29	25.035,67	8.845,20
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	15.251,60	1.437,18	12,20	16.700,98	5.896,80
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	11.467,53	1.080,60	9,18	12.557,30	5.091,84
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	14.350,00	1.352,22	11,48	15.713,70	6.552,00
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	1.766,64	168,94	1,42	1.937,00	636,48
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	38.702,87	3.701,06	31,01	42.434,95	17.184,96
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	7.175,00	583,94	5,67	7.764,61	3.276,00
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	5.371,00	590,22	4,36	5.965,58	2.452,32
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	8.502,80	842,22	6,83	9.351,85	2.638,80
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	8.623,89	854,21	6,93	9.485,03	3.314,52
24-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	40.136,32	3.870,00	32,18	44.038,50	17.821,44
24-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,51	32.714,11	3.073,24	53,23	35.840,58	9.314,30
24-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,59	12.845,83	1.206,76	20,90	14.073,49	4.956,90
24-09-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,59	91.744,00	8.560,00	149,18	100.453,18	35.435,20
25-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,04	20.192,70	1.445,27	34,08	21.672,05	6.635,52
25-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,94	11.231,57	803,89	18,96	12.054,42	2.851,20
25-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,95	2.447,08	175,15	4,13	2.626,36	829,44
25-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,23	7.540,09	539,67	12,73	8.092,49	2.332,80

25-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	49.465,92	4.370,00	39,43	53.875,35	17.821,44
25-09-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ALEMANIA	7,46	9.939,40	203,42	55,79	10.198,61	1.333,00
25-09-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,20	3.426,47	43,62	11,44	3.481,53	1.555,20
25-09-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,98	2.148,49	27,35	7,18	2.183,01	720,00
28-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	31.535,68	3.451,13	25,58	35.012,40	14.002,56
28-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	24.732,96	2.188,11	19,68	26.940,75	8.910,72
28-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	10.034,08	887,71	7,99	10.929,77	4.455,36
28-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	10.208,00	903,09	8,12	11.119,22	3.168,00
28-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	1.820,88	161,09	1,45	1.983,42	699,84
28-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	49.465,92	4.370,00	39,37	53.875,29	17.821,44
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,51	3.555,08	87,45	5,35	3.647,88	1.418,25
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,45	3.474,17	85,46	5,23	3.564,86	1.418,25
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,07	26.319,18	647,44	39,63	27.006,25	12.735,36
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	27.839,41	590,64	44,78	28.474,82	13.531,32
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,83	12.490,23	264,99	20,09	12.775,31	4.406,40
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	36.027,47	764,36	57,95	36.849,77	17.511,12
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	86,71	9.286,61	98,88	13,80	9.399,29	107,10
28-09-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	86,71	12.314,03	131,12	18,29	12.463,44	142,01
29-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	27.234,99	2.470,47	21,72	29.727,19	10.530,00
30-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	33.215,99	2.127,25	25,84	35.369,09	7.776,00
30-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	34.707,21	2.222,75	27,01	36.956,96	10.771,20
30-09-2009	33061000	SOC. GAST.COMIDA JAPONESA KIM	COREA DEL SUR	1,49	23,83	6,17	0,25	30,25	16,00
30-09-2009	33061000	PHARMA INVESTI DE CHILE S.A.	ESPAÑA	0,27	406,14	4,11	0,27	410,52	1.500,00
30-09-2009	33061000	PHARMA INVESTI DE CHILE S.A.	ESPAÑA	9,76	4.218,18	42,60	2,78	4.263,57	432,15
30-09-2009	33061000	PHARMA INVESTI DE CHILE S.A.	ESPAÑA	30,68	13.260,44	133,93	8,74	13.403,09	432,15
30-09-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,80	15,00	100,96	0,30	116,26	5,35
01-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	8.833,20	714,67	6,98	9.554,85	3.182,40
01-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	3.604,68	291,65	2,85	3.899,17	1.600,56
01-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	41.574,40	3.363,68	32,86	44.970,95	12.902,40
01-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	25.492,32	3.870,00	21,47	29.383,79	9.797,76
01-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,09	96.499,09	9.994,52	160,32	107.952,26	46.120,20
01-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,82	27.473,72	2.845,48	45,64	30.734,50	7.185,10
02-10-2009	33061000	EXPEDICIONES EXTREMELY PATAGON	REINO UNIDO/INGLATER	103,25	1,59	0,30	0,03	1,92	0,01
02-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	1.089,40	129,56	0,89	1.219,85	421,20
02-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	1.433,44	170,48	1,17	1.605,09	636,48

02-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	8.166,40	971,24	6,68	9.144,32	2.534,40
02-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	21.850,56	2.598,72	17,88	24.467,16	8.398,08
05-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,04	12.593,72	955,72	21,34	13.570,77	4.147,20
05-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,28	28.768,24	2.183,18	48,75	31.000,17	12.597,12
05-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,28	34.095,70	2.587,48	57,78	36.740,96	14.929,92
05-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,24	1.221,91	92,73	2,07	1.316,71	288,00
05-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,62	2.832,79	214,98	4,80	3.052,57	783,60
05-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	14.947,20	1.118,25	11,75	16.077,20	3.499,20
05-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	2.438,58	224,88	1,95	2.665,41	942,84
05-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,34	3.224,36	297,35	2,57	3.524,28	965,52
05-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	16.608,00	1.531,57	13,26	18.152,83	3.888,00
05-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,92	7.614,36	470,25	12,03	8.096,64	767,76
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,59	7.039,20	608,10	5,59	7.652,89	2.721,60
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	45.522,00	3.436,66	35,81	48.994,47	17.496,00
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	5.740,00	433,34	4,51	6.177,85	2.620,80
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,00	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,60
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,78	15.899,76	1.626,94	12,82	17.539,52	5.728,32
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	25.801,92	2.640,18	20,80	28.462,90	11.456,64
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	14.334,40	1.552,49	11,62	15.898,50	6.364,80
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	25.830,00	2.797,51	20,93	28.648,45	11.793,60
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,27	1.660,80	167,87	1,34	1.830,01	388,80
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	18.634,72	1.883,60	15,00	20.533,33	8.274,24
06-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	40.180,01	3.870,00	32,21	44.082,21	18.345,00
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	2.567,10	195,78	4,35	2.767,23	777,60
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,23	7.524,21	573,83	12,75	8.110,79	2.332,80
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,04	17.631,40	1.344,64	29,89	19.005,93	5.806,08
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,93	1.867,99	142,46	3,17	2.013,62	475,20
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,12	3.167,03	241,53	5,37	3.413,93	768,00
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	3.850,63	293,66	6,53	4.150,82	1.166,40
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,23	7.524,21	573,83	12,75	8.110,79	2.332,80
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,93	5.603,95	427,38	9,50	6.040,83	1.425,60
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,62	4.249,25	324,06	7,20	4.580,51	1.175,04
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,76	2.768,58	211,14	4,69	2.984,41	737,28
07-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,10	37.525,16	4.230,93	62,10	41.818,19	17.894,60
07-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	38.395,64	4.329,07	63,54	42.788,25	18.074,20

07-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	17.749,36	1.438,23	14,03	19.201,62	7.881,12
07-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	30.010,80	2.431,77	23,73	32.466,30	11.534,40
07-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	3.485,00	264,85	2,74	3.752,59	1.591,20
07-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	33.454,40	2.542,44	26,32	36.023,16	10.382,40
07-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	8,23	24.596,36	1.245,05	38,44	25.879,85	2.987,71
07-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,28	16.292,48	824,71	25,46	17.142,65	1.755,00
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	33.604,78	732,37	54,08	34.391,22	16.317,18
07-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,53	3.562,13	77,63	5,73	3.645,49	1.407,67
07-10-2009	33061000	COM.CURADEN SWISS CHILE LTDA	SUIZA	5,10	22,43	24,13	0,45	47,01	4,40
07-10-2009	33061000	COM.CURADEN SWISS CHILE LTDA	SUIZA	5,10	68,79	74,00	1,38	144,16	13,50
08-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,04	13.008,09	230,25	20,85	13.259,17	6.367,68
08-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,90	8.258,57	146,18	13,24	8.417,99	4.341,60
08-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,70	2.119,05	37,51	3,40	2.159,96	784,08
08-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,48	2.743,18	48,56	4,40	2.796,14	1.107,11
08-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,06	72.207,94	1.620,00	116,28	73.944,22	35.022,24
08-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	40.136,32	3.870,00	32,18	44.038,50	17.821,44
09-10-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ALEMANIA	7,96	3.867,93	109,52	50,00	4.027,45	486,00
09-10-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	1,86	105.835,48	7.006,66	285,56	113.127,71	56.932,20
09-10-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	3,00	50.796,72	3.362,91	137,06	54.296,69	16.932,24
09-10-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,24	20.128,90	1.332,60	54,31	21.515,81	8.968,32
09-10-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,27	16.582,75	1.097,83	44,74	17.725,33	7.315,92
09-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,25	7.167,20	838,27	5,85	8.011,32	3.182,40
09-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,19	21.525,00	2.517,54	17,58	24.060,12	9.828,00
09-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,22	4.083,20	477,57	3,33	4.564,10	1.267,20
09-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,60	2.023,20	236,63	1,65	2.261,48	777,60
13-10-2009	33061000	LABORATORIOS DAVIS S.A.	INDIA	2,08	2,50	26,55	10,00	39,05	1,20
14-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	6.685,76	588,14	5,32	7.279,22	2.545,92
14-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	40.387,20	3.552,86	32,13	43.972,19	15.724,80
14-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	47.118,40	4.141,00	37,48	51.296,88	18.345,60
14-10-2009	33061000	LABORATORIOS FASA S.A.	ESTADOS UNIDOS	16,60	182,21	5,59	0,48	188,28	10,97
15-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	5,19	7.362,90	743,08	5,93	8.111,90	1.418,04
15-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	5.014,32	506,05	4,04	5.524,41	1.909,44
15-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	721,20	72,79	0,58	794,57	280,80
15-10-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	6,58	295,73	35,66	0,26	331,65	44,93
16-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,01	681,80	53,38	0,54	735,71	226,80

16-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	46.800,31	4.141,00	37,25	50.978,57	17.821,44
16-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,93	1.915,20	201,47	1,55	2.118,21	388,80
16-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	46.800,31	4.070,00	37,20	50.907,52	17.821,44
19-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	31.757,36	3.176,77	25,55	34.959,68	12.093,12
19-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	26.743,04	2.279,08	21,22	29.043,34	10.183,68
19-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	20.193,60	1.720,92	16,03	21.930,55	7.862,40
20-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	2.061,21	150,58	3,48	2.215,27	933,12
20-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	7.700,41	562,54	13,01	8.275,96	2.332,80
20-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,01	5.721,27	417,96	9,67	6.148,90	1.425,60
20-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,22	3.239,94	236,69	5,48	3.482,11	768,00
20-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	1.444,59	105,53	2,44	1.552,56	391,68
20-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,02	14.235,65	336,65	21,42	14.593,72	7.055,10
20-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,13	20.240,02	478,65	30,46	20.749,13	9.480,24
20-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	10.096,80	865,76	8,02	10.970,58	3.931,20
20-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	57.111,89	4.070,00	44,74	61.226,64	17.830,80
20-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,93	6.320,16	558,50	5,03	6.883,69	1.283,04
20-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	40.114,55	2.035,00	30,82	42.180,38	15.275,52
20-10-2009	33061000	DANTE RENZO	ITALIA	4,40	6,90	0,64	0,14	7,68	1,56
21-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	21.077,35	1.826,65	16,74	22.920,74	8.026,20
21-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	18.498,78	1.603,18	14,70	20.116,65	7.202,52
21-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	BRASIL	9,56	18.153,56	887,04	28,35	19.068,95	1.899,61
21-10-2009	33061000	JOHNSON Y JOHNSON DE CHILE SA.	BRASIL	279,38	31,29	0,18	0,04	31,50	0,11
22-10-2009	33061000	COMERCIALIZADORA SOCORRO LTDA.	ESTADOS UNIDOS	8,94	106,14	6,73	0,56	113,43	11,86
22-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	40.387,20	3.527,56	32,12	43.946,87	15.724,80
22-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	47.396,66	3.900,00	80,79	51.377,46	20.062,08
23-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	31.885,95	2.737,09	54,53	34.677,56	13.530,24
23-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,99	4.595,19	394,45	7,86	4.997,50	1.152,00
23-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	39.582,54	3.397,77	67,69	43.048,00	16.796,16
26-10-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	1,93	60.031,06	5.092,59	164,77	65.288,41	31.169,00
26-10-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	3,04	15.282,02	1.296,41	41,94	16.620,38	5.028,00
26-10-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,35	836,97	71,00	2,30	910,27	356,00
27-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,71	46.800,32	4.140,00	37,25	50.977,57	17.281,44
27-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,34	2.465,93	62,72	3,72	2.532,38	1.055,75
27-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	3,04	4.919,38	125,12	7,42	5.051,92	1.615,68
27-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,70	4.241,62	107,88	6,39	4.355,89	1.568,16

27-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,96	9.760,86	248,26	14,71	10.023,83	4.979,52
27-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,14	10.633,71	270,46	16,03	10.920,20	4.965,84
27-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,26	12.684,00	1.035,10	10,03	13.729,13	3.888,00
28-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	46.800,31	4.070,00	37,20	50.907,52	17.821,44
28-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	46.062,91	4.070,00	36,66	50.169,58	17.540,64
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,29	17.933,58	1.540,50	30,67	19.504,75	5.443,20
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,99	2.297,61	197,37	3,93	2.498,91	576,00
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,01	7.613,88	654,04	13,02	8.280,94	1.900,00
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,68	2.883,67	247,71	4,93	3.136,31	783,36
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,83	2.823,27	242,52	4,83	3.070,62	737,28
28-10-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,96	13.717,34	174,08	45,87	13.937,29	4.629,60
28-10-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,17	9.131,04	115,88	30,54	9.277,45	4.212,00
28-10-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,37	15.347,10	237,72	52,15	15.636,95	6.480,00
28-10-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,19	11.356,85	175,92	38,59	11.571,36	5.184,00
28-10-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,19	8.185,12	126,79	27,81	8.339,72	3.744,00
28-10-2009	33061000	KLENZO SOC. IND.COMERCIAL LTDA	PERU	2,38	6.179,76	95,72	21,00	6.296,49	2.592,00
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	71,97	11.733,39	493,94	17,97	12.245,30	163,03
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	88,16	19.135,52	805,55	29,31	19.970,38	217,04
28-10-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	12,19	31.466,24	2.630,36	50,12	34.146,72	2.581,74
28-10-2009	33061000	JOHNSON & JOHNSON PER.(CARE)CH	ESTADOS UNIDOS	7,43	36.156,97	1.200,00	93,39	37.450,36	4.864,61
29-10-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,11	32.253,90	4.280,00	54,34	36.588,24	15.318,50
29-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,85	44.891,99	3.046,15	35,05	47.973,20	11.664,00
30-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,08	9.175,00	856,44	7,34	10.038,78	2.250,00
30-10-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,26	16.912,00	1.578,66	13,52	18.504,18	5.184,00
02-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,01	12.493,41	1.141,48	21,47	13.656,36	4.147,20
02-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	1.102,88	100,77	1,90	1.205,55	466,56
05-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	3.342,88	362,91	2,71	3.708,50	1.272,96
05-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	45.817,11	4.137,00	36,53	49.990,65	17.447,04
05-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,57	33.656,00	3.383,14	27,08	37.066,22	13.104,00
05-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,34	5.758,67	141,95	8,68	5.909,30	2.463,43
05-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,48	6.253,08	154,14	9,42	6.416,64	2.525,36
05-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	4,06	1.869,87	46,09	2,82	1.918,78	460,80
05-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,89	8.196,74	202,05	12,35	8.411,14	4.341,60
05-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,39	5.087,25	125,40	7,66	5.220,31	2.127,38
06-11-2009	33061000	PROCTER & GAMBLE CHILE LTDA.	BRASIL	2,36	5,00	75,41	0,10	80,51	2,12

09-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,38	17,17	117,00	0,34	134,51	7,20
10-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	50.965,99	3.794,66	40,04	54.800,70	15.912,00
10-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	5.014,32	373,34	3,94	5.391,60	1.909,44
10-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	1.671,44	139,18	1,32	1.811,94	636,48
10-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	2.788,14	210,26	2,19	3.000,60	870,48
10-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,85	2.556,35	192,78	2,01	2.751,14	664,20
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	2.060,43	138,13	3,46	2.202,02	933,12
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	21.809,55	1.462,08	36,66	23.308,29	6.609,60
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,01	11.226,81	752,63	18,87	11.998,31	3.732,48
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	4.118,65	241,04	6,87	4.366,56	1.866,24
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,01	4.987,01	291,85	8,31	5.287,17	1.658,88
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,68	1.443,27	84,46	2,41	1.530,14	391,68
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	1.031,33	86,96	1,76	1.120,05	466,56
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	1.284,32	108,29	2,19	1.394,80	388,80
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,01	8.741,49	737,08	14,93	9.493,50	2.903,04
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	6.614,35	557,72	11,30	7.183,37	2.799,36
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,02	1.908,44	160,92	3,26	2.072,62	475,20
10-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,84	1.415,33	119,34	2,42	1.537,09	368,64
10-11-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,93	1.039,08	223,05	0,98	1.263,11	264,40
11-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,96	20.319,82	511,62	30,63	20.862,07	10.347,48
11-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,00	105.159,23	2.655,00	158,48	107.972,71	52.533,36
12-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	2,63	46.800,31	4.070,00	37,20	50.907,52	17.821,44
12-11-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,22	18.862,45	2.183,25	31,31	21.077,01	8.486,40
12-11-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,92	18.115,07	2.096,75	30,06	20.241,88	4.618,20
13-11-2009	33061000	WELEDA CHILE LTDA.	ALEMANIA	25,79	758,36	16,34	15,17	789,87	29,40
13-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	0,68	7,00	173,20	0,14	180,34	10,30
13-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	0,69	10,00	208,82	0,20	219,02	14,40
16-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	2.038,64	159,28	1,61	2.199,52	636,48
16-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	12.231,83	955,66	9,64	13.197,14	3.818,88
16-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	6.115,92	742,22	5,02	6.863,15	1.909,44
17-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	46.888,71	3.459,31	36,82	50.384,85	14.639,04
17-11-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ALEMANIA	8,00	56.615,05	1.669,61	86,67	58.371,33	7.077,00
17-11-2009	33061000	COM.CURADEN SWISS CHILE LTDA	SUIZA	1,53	8,83	53,26	0,18	62,26	5,76
18-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,03	7.099,20	520,78	5,57	7.625,55	1.762,56
18-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	9.356,80	686,39	7,34	10.050,54	2.350,08

18-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,88	15.184,80	1.113,92	11,92	16.310,65	3.110,40
18-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	13.929,12	1.021,81	10,93	14.961,86	3.525,12
18-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	57.081,91	4.171,00	44,79	61.297,71	17.821,44
18-11-2009	33061000	COM.CURADEN SWISS CHILE LTDA	ALEMANIA	1,44	127,22	542,75	2,54	672,51	88,57
24-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	14.270,48	1.325,58	11,41	15.607,46	4.455,36
24-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,58	131.883,84	16.314,42	374,94	148.573,23	51.203,88
24-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	1,86	74.370,41	9.199,84	211,43	83.781,68	39.985,92
24-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,93	12.970,02	1.604,43	36,87	14.611,32	4.419,36
24-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,69	21.369,61	2.643,48	60,75	24.073,84	7.956,00
24-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	2,97	9.078,32	1.123,02	25,81	10.227,15	3.058,56
24-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	1,93	7.395,19	914,81	21,02	8.331,02	3.828,24
24-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	ARGENTINA	2,27	6,53	9,16	0,13	15,82	2,88
25-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,20	15.349,76	754,23	11,77	16.115,76	4.792,32
27-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	3.095,92	291,18	5,33	3.392,43	1.399,68
27-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,95	18.353,72	1.726,20	31,62	20.111,54	6.220,80
27-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	5,42	14.864,72	1.815,93	42,20	16.722,86	2.743,20
27-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	3,30	6.055,36	739,75	17,19	6.812,29	1.836,00
27-11-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	CHINA	3,02	2.736,64	334,32	7,77	3.078,73	907,20
27-11-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,64	13.094,16	1.876,40	21,11	14.991,67	4.952,25
27-11-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,03	16.773,16	2.403,60	27,04	19.203,81	8.245,36
27-11-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,38	34,34	157,79	0,69	192,82	14,40
27-11-2009	33061000	INVERSIONES FECUSA PC LTDA	ESTADOS UNIDOS	10,58	2.796,70	642,25	6,31	3.445,26	264,38
30-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	0,72	5,00	149,46	0,10	154,56	6,92
30-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	0,66	8,00	226,16	0,16	234,32	12,03
30-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	1,49	5,00	93,49	0,10	98,59	3,35
30-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	1,47	5,00	93,49	0,10	98,59	3,40
30-11-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	1,47	5,00	93,49	0,10	98,59	3,40
01-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,34	2.497,65	264,33	4,35	2.766,33	576,00
01-12-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	4,25	38.390,35	1.243,70	27,15	39.661,20	9.036,00
01-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,01	35.260,41	960,00	53,25	36.273,66	17.511,12
02-12-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	52,98	9.536,93	4.303,07	35,01	13.875,01	180,00
02-12-2009	33061000	LABORATORIO MAVER S.A.	ESTADOS UNIDOS	52,98	4.768,47	2.151,53	17,51	6.937,51	90,00
04-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	24.256,71	2.110,85	41,53	26.409,08	10.264,32
04-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,33	4.989,35	434,18	8,54	5.432,07	1.152,00
04-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,26	11.415,60	799,27	8,93	12.223,80	3.499,20

04-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,85	13.467,60	942,94	10,54	14.421,08	3.499,20
04-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,03	2.366,40	165,68	1,85	2.533,94	587,52
04-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	2.339,20	163,78	1,83	2.504,81	587,52
04-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,88	1.687,20	118,13	1,32	1.806,65	345,60
04-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	2.321,52	162,54	1,82	2.485,88	587,52
04-12-2009	33061000	LABORATORIOS DAVIS S.A.	INDIA	14,02	6,59	42,14	10,00	58,73	0,47
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,21	2.061,26	151,32	3,48	2.216,06	933,12
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,43	17.360,00	1.274,45	29,35	18.663,80	5.054,40
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	14.117,75	1.036,43	23,87	15.178,05	4.276,80
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,01	1.247,93	91,61	2,11	1.341,65	414,72
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	1.101,63	80,87	1,86	1.184,36	466,56
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	1.444,62	106,05	2,44	1.553,11	391,68
09-12-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	3,28	22.620,72	977,37	15,40	23.613,48	6.898,32
09-12-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	3,99	6.759,35	292,05	4,60	7.056,00	1.693,44
09-12-2009	33061000	PLASTICOS LA REINA S.A.	INDIA	4,31	2.896,86	125,16	1,97	3.024,00	672,00
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,94	11.122,91	189,84	16,63	11.329,38	5.745,60
09-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,27	8.945,53	152,68	13,37	9.111,58	3.939,84
10-12-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	3,21	34.797,61	4.280,00	55,10	39.132,70	10.826,50
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,43	1.334,61	85,75	2,24	1.422,59	388,80
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,01	54.876,98	3.525,89	91,98	58.494,84	18.247,68
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,99	4.592,64	313,15	7,73	4.913,52	1.152,00
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,00	3.804,83	259,44	6,40	4.070,67	950,40
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,68	1.441,05	98,26	2,42	1.541,73	391,68
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,83	2.821,69	192,40	4,75	3.018,84	737,28
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,29	20.484,07	1.396,72	34,46	21.915,25	6.220,80
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,99	2.296,33	156,58	3,86	2.456,77	576,00
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,00	3.804,84	259,44	6,40	4.070,68	950,40
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,21	8.079,94	550,94	13,59	8.644,47	1.920,00
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,68	2.882,06	196,52	4,85	3.083,43	783,36
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	12.448,36	848,80	20,94	13.318,10	4.147,20
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,01	18.155,68	448,51	27,35	18.631,54	9.045,00
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,12	7.670,29	189,48	11,55	7.871,32	3.611,52
11-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,68	6.310,35	155,89	9,51	6.475,75	2.352,24
11-12-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	4,50	68.857,20	4.280,00	103,13	73.240,33	15.305,80
11-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	1,34	5,00	99,43	0,10	104,53	3,74

11-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	1,34	5,00	99,43	0,10	104,53	3,74
14-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,99	2.296,40	158,91	3,87	2.459,18	576,00
14-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,00	3.804,95	263,30	6,41	4.074,66	950,40
14-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,68	2.882,15	199,44	4,85	3.086,44	783,36
14-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,29	35.848,27	2.480,67	60,37	38.389,31	10.886,40
14-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,20	3.084,33	213,43	5,19	3.302,95	1.399,68
14-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	36.101,40	2.498,19	60,80	38.660,39	12.026,88
14-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	13.187,26	912,55	22,21	14.122,02	5.598,72
16-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,49	1.764,81	79,99	2,91	1.847,71	709,12
16-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,43	5.993,16	271,63	9,87	6.274,66	2.463,42
16-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,58	5.594,01	253,54	9,21	5.856,76	2.170,80
16-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,01	13.656,73	845,47	22,84	14.525,04	6.801,84
16-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	1,97	31.398,57	885,00	50,85	32.334,42	15.919,20
16-12-2009	33061000	SOCIEDAD COMERCIAL YARETA LTDA	ALEMANIA	7,83	5.723,64	112,53	50,00	5.886,17	731,00
17-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	45.071,87	3.607,25	76,67	48.755,79	19.128,96
17-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,32	3.730,94	298,60	6,35	4.035,89	864,00
17-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	43.972,55	3.519,27	74,80	47.566,63	18.662,40
17-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,32	3.730,94	298,60	6,35	4.035,89	864,00
17-12-2009	33061000	JONG CHIL LIM	COREA DEL SUR	5,00	2,00	0,49	0,04	2,54	0,40
21-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,66	4.269,60	383,74	3,40	4.656,74	1.166,40
21-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,34	2.596,80	233,39	2,07	2.832,26	777,60
21-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,85	1.496,40	134,49	1,19	1.632,08	388,80
21-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,03	2.366,40	212,68	1,89	2.580,97	587,52
21-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	2.339,20	210,24	1,86	2.551,30	587,52
21-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,88	30.650,80	2.754,80	24,43	33.430,04	6.278,40
21-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	2.321,52	208,65	1,85	2.532,02	587,52
21-12-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	REINO UNIDO/INGLATER	7,82	53.926,44	1.524,86	79,64	56.603,71	6.895,00
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,30	3.085,47	249,49	5,25	3.340,21	1.339,68
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,43	2.665,23	215,51	4,54	2.885,28	777,60
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,21	8.083,16	653,60	13,76	8.750,52	1.920,00
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,29	2.561,54	207,12	4,36	2.773,02	777,60
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,43	1.332,61	107,75	2,27	1.442,63	388,80
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,29	3.842,29	310,68	6,54	4.159,51	1.166,40
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,00	17.434,67	1.409,75	29,68	18.874,10	5.806,08
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,36	13.192,11	1.066,70	22,46	14.281,27	5.598,72

22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,68	1.441,62	116,57	2,45	1.560,64	391,68
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,83	1.411,41	114,13	2,40	1.527,94	368,64
22-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,34	6.492,00	379,95	5,04	6.876,99	1.944,00
22-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,85	13.467,60	788,20	10,45	14.266,25	3.499,20
22-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,03	11.832,00	692,48	9,18	12.533,66	2.937,60
22-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	18.713,60	1.095,22	14,52	19.823,34	4.700,16
22-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	18.572,16	1.086,95	14,41	19.673,52	4.700,00
22-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,66	7.827,60	829,90	6,36	8.663,86	2.138,40
22-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,88	9.279,60	983,84	7,54	10.270,98	1.900,80
22-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	2,03	30.668,10	776,07	46,22	31.490,39	15.123,24
22-12-2009	33061000	BRINKMANN Y MARTINEZ LIMITADA	ALEMANIA	35,83	216,05	4,06	4,32	224,43	6,03
24-12-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	3,88	1.024,93	157,94	0,92	1.183,79	264,40
24-12-2009	33061000	AMWAY CHILE S.A.	ESTADOS UNIDOS	6,43	72,24	11,13	0,07	83,44	11,23
28-12-2009	33061000	INVERSIONES FECUSA PC LTDA	ESTADOS UNIDOS	6,91	11.271,60	1.434,84	20,00	12.726,44	1.632,23
29-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,85	3.703,59	306,72	2,93	4.013,24	962,28
29-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,98	7.980,80	660,93	6,32	8.648,05	2.004,48
29-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	3,95	18.674,58	1.546,55	14,78	20.235,92	4.726,08
29-12-2009	33061000	UNILEVER CHILE S.A.	BRASIL	4,03	21.489,00	1.899,71	17,10	23.405,81	5.335,20
29-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	7,77	16.639,65	1.016,64	27,81	17.684,08	2.142,00
29-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,30	2.564,87	156,71	4,29	2.725,87	777,60
29-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	2,64	11.709,21	715,40	19,57	12.444,18	4.435,20
29-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,43	4.003,04	244,58	6,69	4.254,31	1.166,40
29-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	4,22	1.618,74	98,90	2,71	1.720,35	384,00
29-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	BRASIL	3,69	2.886,97	176,39	4,83	3.068,19	783,36
29-12-2009	33061000	GLAXOSMITHKLINE CHILE FARMACEU	ESTADOS UNIDOS	2,12	153.475,20	17.120,00	240,55	170.835,75	72.296,60
30-12-2009	33061000	COLGATEPALMOLIVE CHILE S.A.	MEXICO	12,13	22.413,27	523,34	33,72	22.970,33	1.848,00

ANEXO 4: Ventas de Cruz Verde año 2010.

Descriptor	Venta Unidades 2010	Venta Valor Neto (sin Iva)	Precio Unidades	Precio a público
Colgate C/C75x2+Twi.M.2x1	267.726	340.345.436	1.271	1.513
Aquaf.T.Prot.Pomo 107,7gr	636.000	281.288.686	442	526
Pepsodent Xtr.W.90x2+2cep	138.820	171.853.325	1.238	1.473
Pepsodent Whiten. 90gr3x2	143.880	138.625.539	963	1.147
Colgate Total12c.Mx2+Sen	100.767	125.853.013	1.249	1.486
Colgate Total 90gr	188.318	106.776.671	567	675
Aquaf.Ulti.White Pom121.9	102.577	90.859.778	886	1.054
Fluorencil-250 Pasta 75ml	26.691	88.084.151	3.300	3.927
Sensaid Pasta 75ml	28.938	88.053.710	3.043	3.621
Pepsodent Complete 8 80g	216.622	87.987.954	406	483
Pepsodent Complete 8 160g	64.892	79.922.791	1.232	1.466
Colgate Tri.Ac.100,5g3x2	51.641	70.668.130	1.368	1.628
Aquaf.Adv.Menta Fre.121,9	67.044	58.497.002	873	1.038
Caristop Past.Bifluo.100g	18.744	58.153.140	3.102	3.692
Sensodyne Past.Blan.50gr	34.267	50.080.308	1.461	1.739
Colgate Prevident 51gr.	13.716	49.864.624	3.636	4.326
Colgate Total12 C.Min180	33.327	46.568.802	1.397	1.663
Colgate Sensit.P.Aliv.50	24.332	45.269.713	1.861	2.214
Yucral Pas.Dent.Fumad.75m	18.229	45.224.260	2.481	2.952
Pepsodent White Now 90gr	55.272	43.812.093	793	943
Sensodyne Past.Pro.Tot.90	18.560	42.921.935	2.313	2.752
Aquaf.Advan.E.Mint 158,8g	32.522	42.041.155	1.293	1.538
Colgate Ultra Blanc90 X3	34.957	40.117.404	1.148	1.366
N.White 5-Minute	2.979	39.944.939	13.409	15.957
Sensodyne Past.Blan.90gr	16.747	39.353.276	2.350	2.796
Colgate Sensit.Blanq.100	17.853	38.361.073	2.149	2.557
Pepsodent Past.Pack 130x2	40.461	35.032.893	866	1.030
Aquaf.E.Clean Polish158,7	26.756	34.332.836	1.283	1.527
Colgate Total12 White180	24.056	33.939.360	1.411	1.679
Yucral Pvo.Antiplaca 50gr	13.096	33.354.458	2.547	3.031
Aquaf.T.Prot.Kid.Pom130,4	29.660	32.270.751	1.088	1.295
Aquaf.Iso.Whi.Min.Esp.100	14.769	31.536.218	2.135	2.541
Aquaf.T.Prot.Pomo 181,4gr	30.530	31.155.706	1.020	1.214
Pepsodent Minipe.2-6a.50g	61.468	29.581.665	481	573
Diencil Pasta 75ml	5.848	29.382.129	5.024	5.979
Colgate Max Whit.Kis.136	26.411	28.998.466	1.098	1.307
Sensodyne Past.Pro.Tot.50	18.271	26.519.168	1.451	1.727
Aquaf.T.Prot.Pom.181,4gx2	18.855	26.335.899	1.397	1.662
Colgate C/Calcio 187,5g	21.973	23.594.162	1.074	1.278
Colgate Bob Esp.Past.75m	25.660	22.641.918	882	1.050
Colgate Barbie Pasta 90g	24.874	22.461.839	903	1.075
Aquaf.T.Prot181+Ult.White	13.469	22.103.380	1.641	1.953
Colgate Max White 102g	21.849	21.668.389	992	1.180
Fkd Pasta Dental 75ml.	3.768	21.551.486	5.720	6.806

Colgate Total12 Clea.166	15.827	21.485.887	1.358	1.615
Yucral Pvo.Fumadores 50gr	8.355	21.288.470	2.548	3.032
Aquaf.Ulti.White Pom170	17.245	21.188.161	1.229	1.462
Aquaf.White&Shine Pom.170	15.200	20.600.595	1.355	1.613
Oralgene Gel Dental 60gr.	7.253	20.265.604	2.794	3.325
Vitis Encias Pasta 130gr	10.879	19.776.737	1.818	2.163
Colgate Sensit.Multi.100	9.090	19.477.467	2.143	2.550
Colgate Trip.Acc.100,5g	27.537	18.751.159	681	810
Colgate Tota.12 Whit.100	14.267	18.053.022	1.265	1.506
Colgate Total12 Clea.100	14.009	17.567.518	1.254	1.492
Perio-Aid Gel 75ml.	5.841	17.553.759	3.005	3.576
Colgate Sensit.P.Esm.50g	12.609	17.528.658	1.390	1.654
Caristop Sensitiv.Past100	5.969	17.248.340	2.890	3.439
Colgate Barney 90gr.	18.733	17.018.789	908	1.081
Colgate Max Fr.Noche 99g	18.705	16.969.804	907	1.080
Frutillita Gel Dental 90g	21.129	16.772.887	794	945
Pepsodent Whitening 50gr	41.512	16.732.944	403	480
Colgate Total12 Sens. 90	13.250	16.686.598	1.259	1.499
Pepsodent Minip.7-13a.85g	23.298	16.200.870	695	827
Aquaf.White&Shine Pom. 90	16.571	16.052.322	969	1.153
Vitis Pasta 130ml	9.020	15.810.792	1.753	2.086
Colgate Total 97,5g.3x2	8.630	14.316.492	1.659	1.974
Pepsodent 3 Generati.130g	18.147	14.051.800	774	921
Pepsodent D.Fres.Lemon.90	17.651	13.292.577	753	896
Aquaf.T.Prot.Pom.107.7gx2	14.651	11.986.797	818	974
Aquaf.E.Clean Maximent 90	10.478	11.968.571	1.142	1.359
Dento Pas.Whiten.130g.3x2	8.728	11.516.236	1.319	1.570
Pepsodent D.Fres.Acqua.90	13.861	10.430.303	752	895
Pepsodent Sensitive 80gr	13.879	10.369.957	747	889
Colgate C/C75x2+Twi.S.2x1	7.051	10.229.871	1.451	1.726
Aquaf.Ulti.White Pom121x2	6.892	10.193.185	1.479	1.760
Pepsodent Compl.8 Whit120	9.751	9.876.382	1.013	1.205
Pepsodent Compl.8 80g+Cep	7.857	9.713.586	1.236	1.471
Pepsodent Complete 8 120g	9.480	9.565.459	1.009	1.201
Sensodyne Past.Cool Gel90	3.827	9.369.087	2.448	2.913
Pepsodent Pasta 130gr	13.691	9.167.907	670	797
Pepsodent Whitening 90gr	13.936	8.943.982	642	764
Pepsodent Whitening 130gr	11.191	8.576.221	766	912
Pepsodent W.Now Ice 90gr	11.091	8.534.482	769	916
Caristop 5000 Past.51g	2.576	8.372.116	3.250	3.868
Colgate Tot12 C.Min180x2	3.694	7.926.471	2.146	2.553
Colgate C/Calcio 150gr	9.757	7.821.712	802	954
Sensodyne Past.Cool Gel50	5.143	7.641.612	1.486	1.768
Colgate Max White 136g	6.144	7.390.550	1.203	1.431
Colgate Trip.Acc.134gr	8.767	7.325.767	836	994
Colgate C/Calcio 75gr	16.451	7.140.887	434	517
Colgate Total12 White.90	7.609	6.927.498	910	1.083
Colgate Total12 C.Min195	4.605	6.774.571	1.471	1.751
Pepsodent Xtra Wh.130.3x2	5.021	6.633.738	1.321	1.572
Aquaf.E.Clean Original 90	5.563	6.381.992	1.147	1.365

Cariax Pasta Dental 75ml	1.305	6.367.814	4.880	5.807
Sanoral Past.Blanc 90gr	1.887	6.356.385	3.369	4.009
Colgate C/Calcio 112g X2	5.862	6.165.966	1.052	1.252
Vitis Orthodon.Past.130gr	3.129	6.102.750	1.950	2.321
Colgate Total12 White193	3.967	5.832.793	1.470	1.750
N.White Sensitive 128 Gr	2.176	5.462.830	2.510	2.987
Aquaf.E.Clean Pwr.White90	4.745	5.436.090	1.146	1.363
Colgate Max Whit.136g X2	3.244	5.340.650	1.646	1.959
Sensodyne Past.50g X2	2.186	5.015.496	2.294	2.730
Sanoral Past.Gingival 90g	1.311	4.284.011	3.268	3.889
Pepsodent 3 Generati. 90g	6.265	4.168.529	665	792
Colgate C/Calcio 112,5g	4.720	3.354.030	711	846
Pepsodent Pasta 50gr	9.957	3.260.643	327	390
Spider-Man Gel Den.Cher90	4.169	3.099.237	743	885
Ortho Kin Gel Dental 100m	576	3.043.435	5.284	6.288
Pepsodent Mini.50+Cep+Cua	1.748	2.871.264	1.643	1.955
Colgate Max Fr.Clean 99g	2.917	2.864.934	982	1.169
Enzycal Past.A/Caries 75m	776	2.863.082	3.690	4.391
Colgate Herbal Blanq.90g	3.496	2.627.015	751	894
Pepsodent Xtra Whiten.180	2.969	2.423.297	816	971
Pepsodent Compl.8 Whit160	2.023	2.405.076	1.189	1.415
Oralfresh Ultra 130gr.3x2	1.881	2.396.686	1.274	1.516
Pepsodent D.Fresc.90g+Cep	1.885	2.346.406	1.245	1.481
Aquaf.T.Prot.Pomo 90,0gr	3.217	2.114.416	657	782
Oral-B Pasta Nino Stage96	2.676	2.005.600	749	892
Colgate Sens.P.Ali.Bla50	1.036	1.937.334	1.870	2.225
Pepsodent Mini.85+Cep+Pom	1.167	1.917.450	1.643	1.955
Dento Pas.Fumador 130+Cep	1.077	1.776.928	1.650	1.963
Pepsodent Nutri Activ.120	1.404	1.509.239	1.075	1.279
Sensodyne Past.Rapid.100	418	1.190.266	2.848	3.389
Aquaf.Ext.Fresh Bre.130,4	1.232	1.077.152	874	1.040
Pepsodent Mini.50+Cep+Lib	589	971.090	1.649	1.962
Dento Pas.Fumador 130gr	571	930.376	1.629	1.939
N.White Pasta Dental 175	335	857.836	2.561	3.047
Oralfresh Fresh 90gr.X2	1.031	845.560	820	976
Colgate Spider-Man Gel75	734	675.579	920	1.095
Pepsodent Pasta 130gr+Cep	790	655.576	830	988
Pepsodent Nutri Clean 130	413	438.450	1.062	1.263
Pepsodent 3 Gener.90g.3x2	285	376.768	1.322	1.573
Pepsodent D.Frescu.90grx2	276	317.605	1.151	1.369
Colgate C/Calcio 150grx2	272	311.708	1.146	1.364
Colgate Sensitive 100gr	134	284.924	2.126	2.530
Aquaf.Ult.Whi121+W&Shi121	158	255.827	1.619	1.927
Parogencyl Pasta 75ml.	50	253.825	5.077	6.041
Colgate Tot12 White180x2	111	224.190	2.020	2.403
Sensodyne Coolgel50+Bla50	124	222.080	1.791	2.131
Pepsodent Nutri Activ. 80	247	194.549	788	937
Pepsodent Whi130+Pep3g.30	251	184.612	736	875
Pepsodent Nutri Ac.80+Cep	210	170.213	811	965
Pepsodent Nutri CI90+Panu	203	158.135	779	927

Colgate Shrek 90gr+Cep	90	156.266	1.736	2.066
Pepsodent Nutr.Cl.130+Cep	108	149.311	1.383	1.645
Aquaf.T.Pro.Pom181+Cep.FI	111	141.270	1.273	1.515
Pepsodent White.90gx2+Cep	120	138.632	1.155	1.375
Pepsodent Pasta 130x2+Cep	113	131.754	1.166	1.387
Parodontax Cr.Dental 70gr	39	124.658	3.196	3.804
Colgate C/Cal.150+Sens34	138	109.403	793	943
Colgate Shrek 90gr	104	102.854	989	1.177
Rugrats Gel Dent.Fruti.70	165	102.718	623	741
Colgate Total12 180+Cep	80	95.615	1.195	1.422
Pepsodent Pasta 90gr	178	86.331	485	577
Pepsodent F/Xp.Red Gel 90	118	70.952	601	716
Aquaf.Kids 130g+Cep.Flexo	48	70.575	1.470	1.750
Pepsodent Mini50+Cep+Temp	51	67.061	1.315	1.565
Pepsodent Nutri Acti.80x2	77	62.394	810	964
Aquaf.T.Pro.Pom181,4+Past	63	60.632	962	1.145
Pepsodent F/Xp.Fres.Min90	98	59.752	610	726
Pepsodent Fres.Natu. 90gr	147	58.933	401	477
Pepsodent Trip.Ac.160g3x2	44	56.958	1.294	1.540
Colgate Total12 180+Plax	46	52.760	1.147	1.365
Pepsodent Past.130+Fres.N	62	50.119	808	962
Yucral Pas.Dent.Fuma75+Sp	19	46.661	2.456	2.922
Oral-B Pasta Nino Dsney96	48	43.321	903	1.074
Pepsodent Mini50+Cep+Lcol	29	37.896	1.307	1.555
Colgate Max Fr.Cool 99g	38	36.511	961	1.143
Pepsodent Mini50+Cep+Cuad	28	31.181	1.114	1.325
Pepsodent Fres.Natu.130gr	73	29.310	402	478
Colgate Total12 C.Min+Se	26	28.712	1.104	1.314
Colgate Max Fres.99g.3x2	16	26.490	1.656	1.970
Pepsodent Triple Acc.160g	36	24.925	692	824
Pepsodent Whit.130x2+Desc	30	24.624	821	977
Pepsodent Nutri Clean 90g	31	24.371	786	936
Pepsodent Nutri80+Cep+Enj	23	22.425	975	1.160
Pepsodent Red Gel Pack X2	28	20.039	716	852
Pepsodent F/Xp.Red Ge+Axe	36	19.679	547	651
Sensodyne Past.B.Sod 50gr	12	17.372	1.448	1.723
Aquaf.T.Prot181+Wh&Sh.170	10	15.299	1.530	1.821
Colgate Max.Fr.Citr.99g	15	14.329	955	1.137
Pepsodent F/Xp.Fres.M+Axe	27	13.985	518	616
Pepsodent Minipep 50gr	24	12.681	528	629
Colgate Total 65gr	24	10.755	448	533
Pepsodent Mini50+Cep+Lcer	12	10.500	875	1.041
Pepsodent Fresh Gel 90gx2	12	9.983	832	990
Aquaf.T.Prot.Pomo 130,4gr	14	9.833	702	836
Colgate C/Calcio 75g 4x3	9	9.433	1.048	1.247
Colgate Tota.Fresh 90+30	11	9.057	823	980
Colgate Barb.Past+Cep+Est	5	8.021	1.604	1.909
Colgate Bob .Past+Cep+Est	5	7.225	1.445	1.720
Fluocaril-250 Pasta 75ml.	2	6.585	3.292	3.918
Colgate Trip.Acc.130g3x2	5	6.276	1.255	1.494

Colgate Max Fr.Cinna 99g	6	5.882	980	1.167
Pepsodent Pasta 130gr 3x2	5	5.665	1.133	1.348
Aquaf.T.Prot.Kid.Pom130x2	4	5.517	1.379	1.641
Colgate C/Calcio 190+Cep	5	5.262	1.052	1.252
Pepsodent Minipep 50g+Cep	6	4.992	832	990
Colgate Whiten.Bakin.130	6	4.815	803	955
Aquaf.T.Prot.130+Kids130	7	4.758	680	809
Colgate Total 90x2+Reg	3	3.644	1.215	1.445
Cariax Sol.Dent.100ml.	1	3.630	3.630	4.320
Peroxidin Gel 0,2% 30ml.	1	3.567	3.567	4.245
Aquaf.Control Sarro 121,9	4	3.328	832	990
Pepsodent Whitenin.90+Cep	4	3.328	832	990
Aquaf.Whitening Pom.121,9	2	2.218	1.109	1.320
Colgate Fresc.Confia.90g	4	1.843	461	548
Colgate C/Calci.190+Des	2	1.842	921	1.096
Colgate Herbal 90gr. 3x2	2	1.815	908	1.080
Colgate C/Calcio 140gr	3	1.764	588	700
Colgate Cep.Twist.Med+Pas	2	1.664	832	990
Sensodyne-F Pasta.50gr.	1	1.414	1.414	1.683
Herbadent Cr.Dental 60gr.	1	1.403	1.403	1.670
Sensodyne Past.Con.Sar.50	1	1.278	1.278	1.521
Aquaf.T.Pro.Pom181+Ex.Cle	2	1.252	626	745
Colgate C/Calcio 140.3x2	1	1.143	1.143	1.360
Aquaf.T.Pro.Pom.130,4g3x2	1	1.133	1.133	1.348
Corega Cr.Menta 50gr	1	1.064	1.064	1.266
Pepsodent Integral 90g3x2	1	1.044	1.044	1.242
Oralfresh Gel Denx2+Estu	1	1.024	1.024	1.219
Pepsodent Integral 90+Cep	1	832	832	990
Colgate C/Cal.152g+E.Buc	1	832	832	990
Pepsodent Herbal 90gr	1	672	672	800
Colgate Doble Fresc.135g	1	630	630	750
Aquaf.T.Prot.Kid.Pom 90,0	1	600	600	714
Colgate Herbal 90gr.	1	598	598	712
Pepsodent Fresh Gel 90g	1	500	500	595
Pepsodent Gel 50gr	1	399	399	475
Pepsodent Gel 100gr	1	328	328	390
TOTAL	3.474.555	3.591.013.639	1.034	1.230

ANEXO 5: Definición y Cálculo del GMROI

GMROI (Gross Margin Return On Investment).

Si usted es un minorista, fabricante o distribuidor, una importante herramienta para obtener beneficios para su negocio, es conocer la inversión en inventario. Dado que el 60% al 80% de los activos están en su inventario es esencial que los minoristas conozcan como medirlo.

Una de estas herramientas que te permite medir y administrar la productividad de su inversión en inventario, es **GMROI** (Margen Bruto del Retorno de la Inversión de Inventario), la cual es una medida de productividad de inventario, que expresa la relación entre el total de las ventas, el margen bruto de dichas ventas y el valor monetario que invertido en el inventario.

Una de las principales ventajas, es que GMROI funciona para cualquier tamaño de negocios, departamento o clasificación de mercancías dentro de una empresa.

GMROI lo puede utilizar para toda la tienda, para cada departamento dentro de su tienda, o incluso para cualquier persona que maneje el tema en su almacén. Utilizándolo como una herramienta de medición, puede comparar el valor relativo de cada pieza de mercancía y sacar conclusiones acerca de donde deberían concentrar sus esfuerzos para lograr la máxima rentabilidad.

Este cálculo indica la cantidad de margen bruto que se te regresara por cada \$1 (Unidad Monetaria) invertido en el inventario. Es expresado en porcentaje o múltiplos monetarios, el cual indica cuantas veces ha recuperado la inversión original de inventario, desde un periodo de tiempo anterior, regularmente por año.

GMROI combina dos importantes factores de rentabilidad: el margen bruto y su relación entre las ventas y la inversión en inventario. Con el costo de venta al por menor y el inventario aumentando constantemente, deberá obtener el mayor rendimiento posible

para la cantidad que invierta en el inventario. El prestarle una estrecha vigilancia al GMROI, le ayudara a alcanzar este objetivo.

COMO CALCULAR EL GMROI

Paso 1. Calcular su margen bruto en términos monetarios y en porcentaje.

La fórmula para calcular el margen bruto en cifras monetarias es la siguiente:

$$\text{[\$ Margen Bruto] (Valor monetario) = [\$ Ventas] - [\$ Costo de artículos vendidos]}$$

Y para expresar el margen bruto como porcentaje:

$$\text{[% Margen Bruto] (Porcentaje) = ([\$ Margen Bruto] / [\$ Ventas]) * 100}$$

Paso 2. Calcular el promedio del inventario al costo.

Para obtener el promedio de inventario a costo anualmente, sume todos los inventarios que termina por cada mes de este año, además de la finalización del inventario para el año anterior. Para obtener el promedio, divida el número de inventarios entre 13, el cual es la suma del número de inventarios.

Paso 3. Calcule el coeficiente de inversión a sus ventas del inventario. Esto se obtiene dividiendo el total de ventas entre el inventario a precio de costo.

Paso 4. Calculo del porcentaje GMROI.

$$\text{GMROI= [\$ Ventas anuales] / [\$ Promedio Inventario a costo] * [% Margen bruto]}$$

Para concluir, se presenta un ejemplo en el cual se realizan los cálculos anteriormente mencionados para la obtención del Margen Bruto de Retorno de Inversión (GMROI).

Ejemplo:

A través de un cuidadoso análisis, se puede ver que líneas, departamentos o categorías son más rentables para su inversión en inventario.

Asumiendo que tenemos unas ventas totales de 1.000.000 UM y un costo de artículos vendidos de 380.000 UM. El cálculo del margen bruto sería de la siguiente forma:

Paso 1.

$$[\$ \text{ Margen bruto}] = 1.000.000 \text{ UM} - 380.000 \text{ UM} = 620.000 \text{ UM}$$

$$[\% \text{ Margen Bruto}] = 620.000 \text{ UM} / 1.000.000 \text{ UM} = 0,62 * 100 = 62\%$$

Paso 2.

Supongamos que la suma de los inventarios, incluyendo el fin de año anterior es de 3.500.000 UM, el promedio del inventario al costo sería:

$$[\$ \text{ Promedio Inventario a Costo}] = [\$ \text{ Suma Inventario Anual}] / 13$$

$$[\$ \text{ Promedio Inventario a Costo}] = 3.500.000 \text{ UM} / 13 = 269.230,79 \text{ UM}$$

Paso 3.

$$[\text{Coeficiente de inversión}] = [\$ \text{ Ventas Anuales}] / [\$ \text{ Promedio Inventario a Costo}]$$

$$[\text{Coeficiente de inversión}] = 1.000.000 \text{ UM} / 269.230 \text{ UM} = 3,7142$$

Paso 4.

Por último el cálculo del GMROI:

$$\text{GMROI} = [\% \text{ Margen Bruto}] * [\text{Coeficiente de Inversión}]$$

$$\text{GMROI} = 62\% * 3,7142 = 230\%$$

Este inventario arroja un 230%, lo cual quiere decir que se estará obteniendo \$2,30 UM por cada \$1 MN invertido en el inventario anualmente en esta categoría.

Referencia de internet: **Nelica Valero**

ANEXO 6: Descripción detallada del mercado de pastas dentales

Comportamiento de venta entre Supermercados y Farmacias:

El 93% de las ventas se hace a través de los supermercados y el 7% a través de las farmacias.

Unidades comercializadas por año

Se comercializan 102.122.986 unidades de pastas dentales en Chile por año.

De estas 94.974.377 unidades se comercializan por supermercados y 7.148.609 a través de farmacias.

Comportamiento de compra por tipo de producto

Producto	Participación
Triple Protección	30%
Prevención Caries	40%
Frescura Intensa	15%
Sensitive	15%
Total	100%

Valor FOB en USD y \$CL, de las importaciones de productos por parte de la competencia.

	USD	\$ CL
Producto	Valor FOB/Kg	Valor FOB/unidad
Triple Protección	2,54	132
Prevección Caries	2,54	132
Frescura Intensa	2,45	127
Sensitive	4,95	257

Notas:

- Se consideró para los cálculos una paridad con el dólar de \$CL520/USD1.
- 1 kg de pasta dental equivalen a 10 unidades de pasta de 90 grs. neto.

ANEXO 7: Precio de proveedores por outsourcing y de compra de producto.

Pasta dental, cotización de productos entregada por JGB de Colombia.

Producto	USD	\$ CL
	Valor CIF/Kg	Valor CIF/unidad
Triple Protección	6,35	330
Prevención Caries	6,35	330
Frescura Intensa	6,11	318
Sensitive	12,36	643

Transporte y almacenaje, efectuado por la empresa YOBEL SCM SA.

Almacenaje:

Por 200 pallets al día equivale el cobro es de \$250/palltes.

Cada pallets lleva 60 cajas de 4 Kg aproximadamente, y cada caja transporta 40 unidades

Manipulación de carga y descarga de pallets y gastos de administración en bodega:

Por cada pallets manipulado cobran \$2.500.

Transporte:

Desde Valparaíso a Santiago: \$ 120.000 camión de 20 ton, alcanzan 80 pallets, equivalente a 192.000 unidades.

Desde Bodegas a Cross-Docking del cliente: \$150.000 camión tres cuarto, caben 10 pallets, equivalente a 24.000 unidades, hace un viaje al día.

Pallets:

Cada pallets nuevo tiene un costo de \$3.000 la unidad.

Arriendo de vehículos:

Cada vehículo será arrendado a Hertz, por un valor de \$250.000 el mes.

ANEXO 8: Estimación del flujo de caja.

Venta de pasta de diente en unidades por producto

Venta en Unidades						
Producto		1	2	3	4	5
Triple Protección		306.369	612.738	919.107	1.225.476	1.531.845
Prevección Caries		408.492	816.984	1.225.476	1.633.968	2.042.460
Frescura Intensa		153.184	306.369	459.553	612.738	765.922
Sensitive		153.184	306.369	459.553	612.738	765.922
		1.021.231	2.042.462	3.063.693	4.084.923	5.106.154

Venta de pasta de diente en pesos por producto

Venta en pesos						
Producto		1	2	3	4	5
Triple Protección		139.014.915	278.029.829	417.044.744	556.059.659	695.074.573
Prevección Caries		185.353.220	370.706.439	556.059.659	741.412.878	926.766.098
Frescura Intensa		66.874.599	133.749.198	200.623.797	267.498.396	334.372.996
Sensitive		135.328.913	270.657.826	405.986.739	541.315.653	676.644.566
		526.571.647	1.053.143.293	1.579.714.940	2.106.286.586	2.632.858.233

Costo de pasta de diente en unidades por producto

Costo en pesos						
Producto		1	2	3	4	5
Triple Protección		101.101.756	202.203.512	303.305.268	404.407.025	505.508.781
Prevección Caries		134.802.342	269.604.683	404.407.025	539.209.366	674.011.708
Frescura Intensa		48.636.072	97.272.144	145.908.216	194.544.288	243.180.360
Sensitive		98.421.028	196.842.056	295.263.083	393.684.111	492.105.139
		382.961.198	765.922.395	1.148.883.593	1.531.844.790	1.914.805.988