



Gobierno Regional de Aysén  
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R)  
Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

## IMA 2016 INFORME TECNICO FINAL (Etapas 1 y 2.)

---

<b>Código iniciativa</b>
IMA-2016-0845
<b>Nombre iniciativa</b>
Posicionamiento productos "Iarú Lavanda Patagonia" en el mercado nacional
<b>Fecha</b>
27-04-18



## I. OBJETIVO

Informar a FIA de los resultados finales e impactos logrados por la iniciativa, de los métodos utilizados y de las modificaciones que se introdujeron; además, del uso y situación presente de los recursos utilizados, especialmente de aquellos provistos por FIA.

Este informe debe **sistematizar e integrar toda la información generada** durante el desarrollo de la iniciativa y los resultados obtenidos en cada una de las etapas más relevantes de su ejecución. Para ello, se requiere especial énfasis en el análisis de los resultados estratégicos que se definieron inicialmente y que darán cuenta de los logros e impactos obtenidos a partir de ellos.

## II. FECHA DE REALIZACION

El coordinador de la iniciativa presentará el informe técnico final en la fecha estipulada en el contrato.

## III. PROCEDIMIENTO

El informe técnico final deberá ser enviado a FIA en dos copias (original y una copia) y su correspondiente respaldo digital, acompañado de una carta de presentación, firmada por el coordinador de la iniciativa, presentando el informe e identificando claramente la iniciativa con su nombre y código. FIA revisará el informe y dentro de los 45 días hábiles siguientes a la fecha de recepción enviará una carta al coordinador de la iniciativa informando su aceptación o rechazo.

En caso de rechazo, las razones se informarán en detalle. El ejecutor deberá corregir las observaciones dentro del plazo determinado por FIA.

El incumplimiento en las fechas de entrega de informes y correcciones será sancionado con una multa diaria. El monto de esta multa está estipulado en el reglamento denominado “Condiciones Generales de los Contratos de Aporte”, el cual forma parte del Contrato de Ejecución.

En caso de fuerza mayor, se podrá solicitar la postergación de las fechas de entrega de los informes al ejecutivo encargado, **quien evaluará la pertinencia de dicha solicitud. La solicitud debe ser hecha con anterioridad a la fecha de vencimiento** y por escrito.

## IV. CONTENIDO

La información presentada en el informe técnico final debe ser consistente con la información presentada en el informe financiero final.

La información debe ser presentada en forma clara y concordante con los objetivos de la iniciativa. El informe debe incluir los cuadros, gráficos, fotografías, diapositivas, publicaciones, informes de consultoría, material de difusión, material audio-visual y otros materiales que complementen la información y análisis presentados en el texto central; ya sea que hayan sido realizados en el marco de la iniciativa o sobre la base de los resultados obtenidos.

FIA se reserva el derecho de publicar una versión del Informe Final editada especialmente para estos efectos.

El informe técnico final debe incluir como mínimo la información requerida para todos y cada uno de los puntos indicados a continuación, en el orden indicado:

## 1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	Verónica Andrea Ehijos Muñoz
Coordinador del Proyecto:	Verónica Andrea Ehijos Muñoz
Regiones de ejecución:	XI, Región de Aysén
Fecha de inicio iniciativa:	20-02-17
Fecha término Iniciativa:	27-04-18

## 2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

### 2.1. Estructura de financiamiento

Costo total del proyecto			
Aporte total FIA			
Aporte Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total		

### 2.2. Detalle aportes entregado FIA y aportes programados Contraparte

Aportes FIA del proyecto		Monto (\$)
Aportes entregados	Primer aporte	
	Segundo aporte	
	Tercer aporte	

### 3. RESUMEN EJECUTIVO DE LA INICIATIVA

Informar de manera resumida el desarrollo completo de la iniciativa una vez finalizada, con sus objetivos, justificación, actividades realizadas y los principales resultados obtenidos e impactos logrados. Entregar valores cuantitativos y cualitativos. (máximo 1 página).

La presente iniciativa tuvo como objetivo general Posicionar los productos larú Lavanda Patagonia a nivel nacional, transformando la empresa en una participante del mercado de la cosmética natural de Chile. Para ello se trabajó en 2 etapas, las cuales fueron ejecutadas a través de la empresa DA Asociados. La primera etapa consistió en la elaboración de un Plan de Marketing (ANEXO 1) con el cual se permitió realizar un análisis acabado del entorno respecto a la cosmética natural (análisis de entorno externo, análisis de la demanda y tendencias, análisis del consumidor, análisis de la competencia, análisis de canales de distribución, análisis interno y FODA); Planteamiento de objetivos de Marketing (objetivos para la empresa a corto, mediano y largo plazo); Establecimiento de una Estrategia de Marketing (segmento objetivo y propuesta de valor, posicionamiento y ventaja diferencial y estrategia de marca); Mezcla de Marketing (estrategia del producto, estrategia de precio, estrategia de distribución, estrategia de comunicación) y finalmente un presupuesto para la implementación del plan (en 2 etapas) y establecimiento de indicadores de satisfacción.

Una vez obtenidos los resultados de dicho Plan de Marketing se comenzó a ejecutar la segunda etapa que consistió en la implementación de este. Para lo anterior se trabajó en conjunto con la empresa DA Asociados a través de reuniones presenciales y vía internet. Esta etapa se inició con el diseño de la expresión visual de larú Lavanda Patagonia que incluyó una identidad visual, packaging y look and feel de la marca; se presentaron alrededor de 5 propuestas las que fueron analizadas y finalmente se escogió una que incluyó aportes de varias de las propuestas presentadas. Una vez escogida la propuesta se procedió a incluirla en el diseño de los soportes comunicacionales, etiquetas, folletos, papelería y el diseño de Página web. Todo este trabajo dio como resultado un nueva imagen corporativa para los productos larú Lavanda Patagonia incluido en un nuevo diseño de etiquetas, pendón, tarjetas de presentación, folleto, flyer (ANEXO 2) y una propuesta de página web la cual fue aprobada para su implementación (ANEXO 2).

Durante esta etapa de implementación se comenzó a trabajar con Laboratorio Bellcos de la ciudad de Santiago, con el cual se logró la Reformulación de 4 productos de larú (Shampoo, Acondicionador, Jabón Líquido y Loción Corporal) que incluyeron mejoras en su formulación y la adición de Calafate en todos ellos; además de la nueva formulación de 4 nuevos productos entre los que se encuentran crema de manos Lavanda Calafate, crema facial Lavanda Calafate, crema exfoliante Lavanda Calafate y colonia de Lavanda, los cuales están en proceso de inscripción ante el ISP.

Finalmente se incrementó y mejoró la capacidad productiva de aceite esencial gracias a la adquisición de un nuevo destilador de arrastre por vapor de mayor capacidad, que permitió disminuir a la mitad el tiempo de destilación y el tiempo de secado (ANEXO 1).

#### 4. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.

Descripción del grado de cumplimiento de los objetivos generales y específicos planteados originalmente en la iniciativa, en función de los resultados e impactos obtenidos.

Si corresponde, realizar una cuantificación relativa del grado de cumplimiento de los objetivos.

##### 4.1 Objetivo general:

Posicionar e insertar los productos larú Lavanda a nivel nacional, transformando la empresa en una participante del mercado de cosmética natural de Chile.

##### 4.2 Objetivos específicos (OE)

Nº OE	Descripción del OE	% de cumplimiento <sup>1</sup>
1	Elaborar plan de marketing visando el desarrollo del mercado nacional	100
2	Potenciar la presentación de los productos larú a través de nuevo diseño y envases	100
3	Posicionar larú en el mercado nacional de cosmética natural a través de distintos medios	50
4	Mejorar los procesos productivos del aceite esencial y del producto final	100
5	Testear técnica y comercialmente nuevos productos	50

Comparación, descripción y justificación de los objetivos específicos planteados versus los resultados obtenidos (% de cumplimiento<sup>1</sup>). Indicar razones que explican las discrepancias.

1.- El Plan de Marketing se elaboró en su totalidad, los resultados obtenidos de este estuvieron orientados a la inserción de larú al mercado nacional, lo cual se cumplió en un 100%.

2.- Nuevo diseño de Marca para los productos larú Lavanda Patagonia realizado y aplicado en los diferentes formatos de producto, en folletería, papelería, página web, etc. Objetivo cumplido en un a 100 %.

3.- Posicionamiento de larú a través de dieferentes medios cumplido en un 50 %, debido a que se ha elaborado Página web pero aun no comienza su utilización formal; otros medios como instagram, nuevo facebook, etc se están preparando ya que la imagen

<sup>1</sup> **Porcentaje de Cumplimiento:** El porcentaje de cumplimiento de cada objetivo específico se calcula luego de determinar grado de cumplimiento de los resultados asociados a éstos. El cumplimiento de un 100% de un objetivo específico se logra cuando el 100% de los resultados asociados son alcanzados.

final de la marca está en aplicación. Se espera que en 3 semanas mas a partir de este informe esten circulando ya en los medios antes descritos.

4.- Mejoramiento de procesos productivos, obojetivo cumplido en un 100 % ya que a través de la adquisición y funcionamiento de nuevo destilador se permitió mejorar la eficiencia en la producción de aceite esencial de Lavanda.

5.- Testeo técnico y comercial de nuevos productos. Se logró la reformulación y mejoramiento de 4 productos existentes y nueva formulación de 4 productos (crema facial, crema de manos, crema exfoliante y colonia), pero estos productos aun no se están comercializando y se espera que en 3 meses mas a partir de este informe esto ocurra ya que se encuentran en proceso de obtención de resolución sanitaria.

## 5. METODOLOGÍA

Indicar las actividades y cómo se llevaron a cabo (metodología), asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

Nº OE	Nº RE	Metodología efectivamente utilizada
1	1	Reuniones presenciales y vía internet con DA consultores quienes elaboraron Plan de Marketing orientado a la inserción de los productos Iarú Lavanda Patagonia al mercado nacional para posteriormente ser implementado.
2	2	Diseño de expresión visual Iarú: Identidad visual y packaging, look and feel de la marca, por parte de DA Asociados.
3	3	Diseño de soportes comunicacionales y diseño de página web, por parte de DA Asociados.
3	4	Mapeo y selección de posibles nuevos puntos de venta en la región de Aysén y fuera de esta.
4	5	Compra y puesta en marcha de nuevo destilador de arrastre por vapor, durante la temporada de cosecha (febrero 2018).
5	5	Reformulación con mejora de 4 productos ya existentes y formulación de 4 nuevos productos por parte de Laboratorio Bellcos de Santiago.
<p>Describa las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta.</p> <p>Se produjo un retraso en la selección y elección de la nueva imagen corporativa, esto se debió a que se presentaron 5 propuestas de la imagen por parte de la empresa DA asociados en los plazos establecidos, pero la coordinadora del proyecto sugirió una propuesta que contemplará un logo parecido al que ya se tenía incorporándole además elementos de las propuestas presentadas, lo cual retrasó el proceso de elección de logo y por ende todo los procesos posteriores como diseño de etiquetas, pendón, folletos, página web, etc. Además lo anterior influyó directamente en el retraso de la inserción de los productos en diferentes medios como facebook, instagram, etc.</p> <p>También se produjo un retraso en la reformulación y formulación de nuevos productos ya que el laboratorio tardó más del tiempo estipulado por lo cual también se retrasó la gestión de la obtención de resolución sanitaria de estos y su posterior comercialización. Estos retrasos afectaron directamente el aumento de puntos de venta en la región y fuera de esta con los productos con Nueva Imagen Corporativa, pero no afectaron el aumento de puntos de ventas con los productos de formato antiguo, debido al reconocimiento que presentan estos en la región; por lo cual si se produjo un aumento de puntos de ventas en la región pero no directamente influido por la nueva imagen.</p>		

## 6. RESULTADOS ESPERADOS (RE) OBTENIDOS

### 6.1. Cuantificación de los Resultados esperados obtenidos

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				
			Nombre del indicador	Meta del indicador	Resultados obtenidos	Medio de verificación <sup>2</sup>	% de cumplimiento
1	1	Plan de marketing orientado a la inserción de larú mercado nacional elaborado	Plan de marketing Aprobado por parte de FIA	Implementación de Plan de Marketing	Plan de marketing orientado a la inserción de larú mercado nacional elaborado	Documento de Plan de Marketing presentado Anexo 1	100
2	2	Productos con alto valor agregado a partir del nuevo diseño y formatos de presentación	N° de productos con nueva presentación	10 presentaciones de nuevas etiquetas	Productos con alto valor agregado a partir del nuevo diseño y formatos de presentación	Documento con Imágenes nuevo logo y nuevas etiquetas Anexo 1	100
3	3	Productos expuestos en diferentes medios (pag. Web, facebook, instagram, etc.)	Página web diseñada e implementada	Primeras ventas a través de internet	Página web diseñada	Modelo de página web presentada Anexo 1	50
3	4	Nuevos puntos de venta en la región de Aysén y otras regiones del país	Aumento de puntos de ventas	10 puntos de ventas (4 nuevos)	13 puntos de ventas (1 fuera de la región)	Información entregada por la coordinadora	50
4	5	Capacidad productiva incrementada y procesos de terminación estandarizados	Aumento capacidad y eficiencia productiva	7 días de destilación	7 días de destilación	Información entregada por la coordinadora	100

<sup>2</sup> Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

5	6	Nuevos productos evaluados técnica y comercialmente.	Aumento de productos del pool original de larú	14 productos (4 con res sanitaria)	14 productos (4 con res sanitaria y 4 en vías de obtención de res sanitaria)	Información entregada por la coordinadora	50
---	---	--	--	------------------------------------	--	---	----

Describa y justifique detalladamente los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis de los resultados obtenidos.

Uno de los primeros y principales resultados obtenidos fueron aquellos arrojados por el Plan de Marketing donde se realizó un importante análisis del entorno respecto a la cosmética natural lo cual permitió un planteamiento de objetivos de Marketing a corto, mediano y largo plazo y así establecer una Estrategia de Marketing.

Los resultados posteriores tienen relación con la implementación de este Plan de Marketing. Dentro de estos y que resulta ser base para los demás, es la nueva imagen de los productos lo que permite que sea utilizada para los diferentes diseños tanto de etiquetas como de elementos de difusión y ventas; pagina web, etc; que tendrá un importante rol en los pasos a seguir con respecto al posicionamiento de los productos.

Otro resultado es el aumento de la capacidad y eficiencia productiva gracias a la adquisición de un nuevo destilador, lo cual ayudó a la disminución del tiempo destinado a destilación ya que el cultivo de lavandas tiene 4 años desde su establecimiento por lo tanto una mayor cantidad de flores en producción por lo cual era imprescindible contar con un nuevo equipo de mayor capacidad. Con este durante la última temporada el proceso duró 7 días versus los 12 días de la temporada anterior.

Finalmente se destaca el aumento y mejora de productos a los ya existentes; producido por el trabajo en conjunto de Laboratorio Bellicos quienes reformularon 4 productos existentes produciéndose una mejora y la nueva formulación de 4 productos los cuales se encuentran en vías de certificación ante ISP.

Indique si ha obtenido resultados adicionales a los planteados en el plan operativo, describa a continuación.

No se han obtenido resultados adicionales.

## 7. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO)

Identificar y describir las actividades realizadas (programadas y no programadas) durante la ejecución de la iniciativa.

### 7.1. Tabla de actividades programadas para la elaboración del Plan de Marketing

Indique sólo las actividades programadas en el plan operativo. Analizar la forma en que se han desarrollado las actividades programadas, debiendo señalar el nivel de cumplimiento de las mismas respecto al Plan Operativo inicial y, en el caso de existir diferencias, las razones que las causaron.

Actividad programada		Grado de cumplimiento <sup>1</sup>	Razones <sup>2</sup> /Problemas <sup>3</sup>
Descripción	Fecha		
Reuniones presenciales con DA Asociados	22 Febrero y Mayo 2017	100	Necesarias para que empresa consultora tomara conocimiento de las características de la empresa Iarú Lavanda Patagonia.
Contacto via internet entre empresa consultora y coordinadora de proyecto	Desde 22 de febrero al 30 mayo	100	Necesario para ver avances de Plan de Marketing

### 7.2. Actividades de Implementación del Plan de Marketing

Se debe completar una tabla por cada etapa de financiamiento (elaboración e implementación del plan de marketing). Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.

Actividad programada		Grado de cumplimiento <sup>1</sup>	Porcentaje de cumplimiento	Razones <sup>2</sup> /Problemas <sup>3</sup>
Descripción	Fecha			
Diseño y presentación de nueva expresión visual de productos Iarú.	Ag-sep-oct 2017	Alto	100	Actividad que tomó mayor tiempo del indicado
Diseño y presentación de folletos de productos Iarú, stand, materiales para ferias, pendones, etc.	Ag-sep-oct 2017	Alto	100	Actividad sufrió retraso ya que dependió de la primera actividad mencionada
Diseño e implementación de Pagina web	Sep-oct-nov 2017	Medio	50	Actividad sufrió retraso ya que dependió de la primera actividad mencionada

<b>Viajes de promoción de nuevos formatos de productos iarú</b>	Oct-nov 2017	Bajo	0	Actividad no realizada ya que no estuvieron listos los productos con su nueva imagen a esa fecha
<b>Compra y traslado nuevo destilador</b>	Dic 2017	Alto	100	
<b>Gestiones para obtención de Resolución sanitaria para 4 nuevos productos iarú</b>	Oct-nov 2017	Medio	50	Actualmente en proceso

**7.3. Tabla de actividades no programadas<sup>3</sup> realizadas en la iniciativa.**  
 Informar las actividades que no estaban programadas y justificar su realización.

Actividad no programada		Justificación <sup>4</sup>
Descripción	Fecha	
No aplica		No aplica

**8. POTENCIALES IMPACTOS**

**POTENCIAL IMPACTO <sup>5</sup>**

A continuación identifique claramente los potenciales impactos que **estén directamente** relacionados con los resultados obtenidos del proyecto IMA.

**8.1 Indique los impactos esperados económicos y comerciales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.**

Estos impactos pueden estar relacionados con mejoras en las condiciones de competitividad y acceso a nuevos mercados, mejoras productivas, económicas y comerciales, como el ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, redes o nuevos canales de comercialización a nivel local, nacional o internacional, entre otros.

<sup>3</sup> Actividades realizadas fuera de lo indicado en el plan operativo inicial.

<sup>4</sup> Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programada inicialmente.

<sup>5</sup> El impacto debe dar cuanta del logro del objetivo de los proyectos IMA, este es: "Apoyar proyectos liderados por medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario que requieran un mejoramiento de sus productos a través del desarrollo e implementación de estrategias de marketing innovadoras y efectivas, de manera de contribuir a mejorar las condiciones de competitividad y acceso a los mercados locales, nacionales, o internacionales. De acuerdo a lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos y sociales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

Se espera que con los resultados de este proyecto se produzcan los siguientes impactos:

Aumento de costos en un 15 % aprox.

Aumento de unidades producidas en un 35 % aprox.

Aumento de Ventas en un 15 % aprox.

Aumento de puntos de Ventas en la Región: 10 puntos nuevos de venta.

Aumento de puntos de Venta fuera de la Región: Alcanzar al menos 10 puntos de venta.

Aumento de variedad de productos ofrecidos: Aumento de un 50%

Ser reconocidos como un participante de la cosmética natural frente a la competencia.

Posicionar el huerto de Lavandas como un destino de turismo para la Región.

**8.2 Indique los impactos esperados en términos sociales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.**

Estos impactos podrían estar relacionados con la incorporación de nuevos trabajadores, etnias, usuarios de INDAP, aumentos de sueldos, entre otros.

Con el aumento de producción (cantidad y variedad de productos) se hará necesaria la contratación de al menos dos personas de manera estable para labores de envasado, etiquetado y despacho. Actualmente la empresa cuenta solo con trabajadores temporales para labores de mantenimiento de huerto, cosecha y destilación; la administración está a cargo de la propietaria de la empresa.

**8.3 Indique los otros impactos esperados dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.**

Otro impacto producido a partir del producto obtenido puede ser la comercialización de estos fuera del país debido a que los productos cuentan con una imagen y presentación acorde con los estándares de los productos exportados.

## 9. PRODUCTOS OBTENIDOS.

De acuerdo a los resultados obtenidos, identifique cuales fueron los nuevos productos generados, como: Etiquetas, envases, carteles publicitarios, trípticos, demos, entre otros.

Se debe adjuntar imágenes de los mismos, anterior y posterior al desarrollo del IMA en el **Anexo 2**.

Entre los resultados obtenidos se destacan Nuevo logo de larú Lavanda Patagonia, etiquetas, pendón, díptico, tarjetas de presentación, imagen para publicidad, página web.

## 10. PROBLEMAS ENFRENTADOS

En la siguiente tabla debe indicar los problemas enfrentados durante el desarrollo de la iniciativa y las medidas tomadas para solucionarlos, de acuerdo al origen de los problemas: legales, técnicos, financieros, administrativos y de gestión, entre otros.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación (comente si las medidas tomadas lograron resolver el problema enfrentado)
Demora en elección de imagen final de los productos. Esto se tradujo posteriormente en un retraso en todas las actividades siguientes.	Selección de imagen rediseñada que contenía elementos de varias propuestas presentadas.	Si se resolvió el problema y el retraso se solucionó con una petición de extensión de plazo.

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

### 11.1 ¿Considera que los resultados obtenidos permitieron alcanzar el objetivo general del proyecto?

En general los resultados permiten alcanzar el objetivo pero esto se verá reflejado en un tiempo mas debido a que los productos obtenidos no han tenido el tiempo suficiente para posicionarse aún ya que estos se han generado al final del proyecto.

### 11.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto?

Fue un excelente equipo, la empresa DA Asociados cuenta con basta experiencia en trabajos de este tipo lo cual ha quedado plasmado en el plan de Marketing desarrollado que resultó ser un documento de fácil acceso muy entendible y con sugerencias y conclusiones muy acotadas a la empresa; finalmente el diseño de producto obtenido fue de excelente calidad muy novedoso y de acuerdo con las tendencias del mercado.

### 11.3 ¿Tuvo dificultades o inconvenientes en el desarrollo del proyecto? Indique cómo fueron resueltos.

La principal dificultad se debió a la demora que existió en la elección del diseño definitivo por parte de la ejecutora del proyecto lo cual originó un retraso importante en las actividades posteriores y por lo tanto en la obtención de resultados.

**11.4 En relación a la ejecución del proyecto, ¿tiene alguna recomendación para el desarrollo futuros proyectos IMAs?**

La medición de los impactos y resultados debiera ser posterior a la finalización del proyecto ya que 1 año es poco tiempo considerando que hay que elaborar el plan de Marketing y luego implementarlo.

**11.5 Mencione otros aspectos que considere relevante informar, (si los hubiere).**

No los Hay.

## 12. ANEXOS

Anexo 1. Medios de verificación. (Plan de Marketing y fotografía destilador)

Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.

**ANEXO 1**  
**MEDIOS DE VERIFICACIÓN**  
**-Plan de Marketing**  
**-Fotografía nuevo destilador**

# NUEVO DESTILADOR



**ANEXO 2**  
**PRODUCTOS OBTENIDOS**

IMAGEN IARÚ LAVANDA PATAGONIA  
NUEVO LOGO



# NUEVAS ETIQUETAS IARÚ LAVANDA PATAGONIA



*iarú* yerba en el idioma de los Tehuelches o Aonikenk, primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

**ingredientes** 100% Aceite Esencial de Lavandin Grosso, producido en la Región de Aysén, Patagonia, Chile. Elaborado con materias primas certificadas.

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

ACEITE  
ESENCIAL  
LAVANDIN

Propiedades relajantes y antisépticas

Elaborado y envasado por Soc. Comercial Campomanes y Cia. Ltda., Exclusivamente para Iarú Lavanda Patagonia Ins. ISP N° 150014

Sin Sodio  
Libre de Parabenos  
No testado en animales  
Biodegradable

Duración indefinida **10 ml**  
[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



*iarú* yerba en el idioma de los Tehuelches o Aonikenk, primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

**ingredientes** 100% Aceite Esencial de Lavandin Grosso, producido en la Región de Aysén, Patagonia, Chile. Elaborado con materias primas certificadas.

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

ACEITE  
ESENCIAL  
LAVANDIN

Propiedades relajantes y antisépticas

Elaborado y envasado por Soc. Comercial Campomanes y Cia. Ltda., Exclusivamente para Iarú Lavanda Patagonia Ins. ISP N° 150014

Sin Sodio  
Libre de Parabenos  
No testado en animales  
Biodegradable

Duración indefinida **10 ml**  
[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



## JABÓN LÍQUIDO

LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial Campomanes  
y Cia Ltda (Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco).  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote H-D, El Verdín, Coyhaique  
Ins. ISP N° 1500114

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.laru.cl](http://www.laru.cl)

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

## JABÓN LÍQUIDO

LAVANDA / CALAFATE

*Limpia y aromatiza  
manos y cuerpo*

8,4 fl oz  
250 ml



*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

*Iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena

### Ingredientes

Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile

Elaborado con materias  
primas certificadas

8,4 fl oz  
250 ml



**iarú**  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR  
LAVANDA**

*Humecta, desenreda  
y aromatiza el cabello*

8,4 fl oz  
250 ml

ACEITE ESENCIAL  
PATAGONIA  
ACEITE ESENCIAL

**iarú**  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR  
LAVANDA**

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

*iarú* yerba en el idioma de los Tehuelches o Avonikenk, primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

Elaborado y envasado por Soc. Comercial Compomanes y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9, Los Heras 852 Temuco).

Exclusivamente para Iarú Lavanda Patagonia, Lote I-D, El Verdín, Coyhaique.

Ins ISP N° 150014

**ingredientes**  
Extracto de calafate (fruto nativo de la Patagonia, rico en antioxidantes) y aceite esencial producido en la Región de Aysén, Patagonia, Chile.

Elaborado con materias primas certificadas.

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

**ACONDICIONADOR  
LAVANDA / CALAFATE**

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por Soc. Comercial Compomanes y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9, Los Heras 852 Temuco).

Exclusivamente para Iarú Lavanda Patagonia, Lote I-D, El Verdín, Coyhaique. Ins ISP N° 150014

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

**iarú**  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR  
LAVANDA**

*Humecta, desenreda  
y aromatiza el cabello*

**iarú** yerba en el idioma de los Tehuelches o Avonikenk, primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

**ingredientes**  
Extracto de calafate (fruto nativo de la Patagonia, rico en antioxidantes) y aceite esencial producido en la Región de Aysén, Patagonia, Chile.

Elaborado con materias primas certificadas.

2,0 fl oz  
60 ml

ACEITE ESENCIAL  
PATAGONIA  
ACEITE ESENCIAL

**SHAMPOO  
LAVANDA / CALAFATE**

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por Soc. Comercial Compomanes y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9, Los Heras 852 Temuco).

Exclusivamente para Iarú Lavanda Patagonia, Lote I-D, El Verdín, Coyhaique. Ins ISP N° 150014

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

**iarú**  
LAVANDA PATAGONIA

**SHAMPOO  
LAVANDA / CALAFATE**

*Limpia y aromatiza  
y revitaliza el cabello*

**iarú** yerba en el idioma de los Tehuelches o Avonikenk, primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

**ingredientes**  
Extracto de calafate (fruto nativo de la Patagonia, rico en antioxidantes) y aceite esencial producido en la Región de Aysén, Patagonia, Chile.

Elaborado con materias primas certificadas.

2,0 fl oz  
60 ml

ACEITE ESENCIAL  
PATAGONIA  
ACEITE ESENCIAL

**SALES DE  
BAÑO**

**LAVANDA**

**Modo de Empleo**

Simplemente disolver una  
cucharada grande de sal en  
la bañera con agua tibia

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

**SALES DE  
BAÑO**

**LAVANDA**

*Relaja y aromatiza*

2,0 fl oz  
60 ml



**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.

Elaborado con materias  
primas certificadas

2,0 fl oz  
60 ml

*iarú* yerba en el idioma de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA  
**BÁLSAMO LABIAL**

**LAVANDA**

*Humecta y aromatiza*

**Ingredientes**

Cera de Abejas, mantecas de cacao y karité,  
aceites de almendras y ricino,  
aceite esencial de lavanda Grosso y vitamina E.

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

10 ml



larú yerbá en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.



## JABÓN LÍQUIDO

LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

### Ingredientes

Sodium Palmate,  
Sodium Cocoate,  
Lavandula Intermedia  
Var Grosso oil, Fragrance  
Elaborado con materias  
primas certificadas

*Jabon 100% vegetal*

Elaborado y envasado por  
Soc Comercial Campomanes  
y Cia Ltda (Laboratorio Avellina 9,  
Las Heras 852 Temuco)  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote F-D, El Verdín, Coyhaique  
Ins. ISP N° 15.00714

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testado en animales
- ✓ Biodegradable

3,53 oz  
100 gr



[www.laru.cl](http://www.laru.cl)

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

## JABÓN LÍQUIDO

LAVANDA / CALAFATE

*Limpia y aromatiza  
manos y cuerpo*

3,35 oz  
100 ml



larú yerbá en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.



## JABÓN LÍQUIDO

LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

### Ingredientes

Sodium Palmate,  
Sodium Cocoate,  
Lavandula Intermedia  
Var Grosso oil, Fragrance  
Elaborado con materias  
primas certificadas

*Jabon 100% vegetal*

Elaborado y envasado por  
Soc Comercial Campomanes  
y Cia Ltda (Laboratorio Avellina 9,  
Las Heras 852 Temuco)  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote F-D, El Verdín, Coyhaique  
Ins. ISP N° 15.00714

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testado en animales
- ✓ Biodegradable

3,53 oz  
100 gr



[www.laru.cl](http://www.laru.cl)

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

## JABÓN LÍQUIDO

LAVANDA / CALAFATE

*Limpia y aromatiza  
manos y cuerpo*

3,35 oz  
100 ml



# PENDÓN





# TARJETAS PRESENTACIÓN



# IMAGEN PUBLICITARIA DE PRODUCTOS



# PÁGINA WEB





LAVANDA PATAGONIA

YERBA EN EL IDIOMA DE LOS TEHUELCHES O AONIKENK,  
PRIMEROS HABITANTES DE LA PATAGONIA CHILENA.

ELABORADO CON MATERIAS  
PRIMAS CERTIFICADAS



PRODUCTOS HECHOS EN CHILE.



WWW.IARU.CL

Iarú Lavanda Patagonia

(+56 9) 7663 8776

trabajador@iaru.cl



LAVANDA PATAGONIA



- ✓ LIBRE DE PARABENES ✓ BIODEGRADABLE
- ✓ SIN SODIO ✓ NO TESTEADO EN ANIMALES



- ✓ LIBRE DE PARABENES ✓ BIODEGRADABLE
- ✓ SIN SODIO ✓ NO TESTEADO EN ANIMALES



[WWW.IARU.CL](http://WWW.IARU.CL)

VISÍTENOS EN

 Iarú Lavanda Patagonia



## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial Campomanes  
y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco).  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote 1-D, El Verdín, Coyhaique.  
Ins. ISP N° 1500/14

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Humecta y aromatiza*

8,4 fl oz  
250 ml



*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.

**ingredientes**  
Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile

Elaborado con materias  
primas certificadas.

8,4 fl oz  
250 ml



## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial Campomanes  
y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco).  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote 1-D, El Verdín, Coyhaique.  
Ins. ISP N° 1500/14

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



2,0 fl oz  
60 ml

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Humecta y aromatiza*

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.

**ingredientes**  
Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile

Elaborado con materias  
primas certificadas.



2,0 fl oz  
60 ml

**iarú** yerba en el idioma de los Tehuelches o Aonikenk, primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

**ingredientes** 100% Aceite Esencial de Lavandín Grosso,

Producido en la Región de Aysén, Patagonia, Chile.

Elaborado con materias primas certificadas.

  
**iarú**  
LAVANDA PATAGONIA

ACEITE  
ESENCIAL  
**LAVANDÍN**

*Propiedades  
relajantes y  
antisépticas.*



Elaborado y envasado por Soc. Comercial Campomanes y Cia. Ltda., Exclusivamente para Iarú Lavanda Patagonia. Ins. ISP N° 1500/14.

Sin Sodio  
Libre de Parabenos  
No testeado en animales  
Biodegradable

Duración indefinida **10 ml**

***www.iaru.cl***

**iarú** yerba en el idioma de los Tehuelches o Aonikenk, primeros habitantes de la Patagonia Chilena.

**ingredientes** 100% Aceite Esencial de Lavandín Grosso,

Producido en la Región de Aysén, Patagonia, Chile.

Elaborado con materias primas certificadas.

  
**iarú**  
LAVANDA PATAGONIA

ACEITE  
ESENCIAL

LAVANDÍN

*Propiedades  
relajantes y  
antisépticas.*



Elaborado y envasado por Soc. Comercial Campomanes y Cia. Ltda., Exclusivamente para Iarú Lavanda Patagonia. Ins. ISP N° 1500/14.

Sin Sodio  
Libre de Parabenos  
No testeado en animales  
Biodegradable

Duración indefinida **10 ml**

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

**ACONDICIONADOR**  
**LAVANDA / CALAFATE**

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc Comercial Campomanes  
y Cia Ltda. (Laboratorio Avellina 9,  
Las Heras 852 Temuco).  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote I-D, El Verdin, Coyhaique.  
Ins. ISP N° 1500/14

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR**  
**LAVANDA / CALAFATE**

*Humecta, desenreda  
y aromatiza el cabello*

2,0 fl oz  
60 ml

*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.

**ingredientes**

Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile.

Elaborado con materias  
primas certificadas.



2,0 fl oz  
60 ml



*iarú.*  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR**  
**LAVANDA / CALAFATE**

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o  
Aonikenk, primeros  
habitantes de la  
Patagonia Chilena.

**ingredientes**

Extracto de calafate (fruto  
nativo de la Patagonia, rico  
en antioxidantes) y aceite  
esencial producido en la  
Región de Aysén, Patagonia,  
Chile.

Elaborado con materias  
primas certificadas.

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

Elaborado y envasado por  
Soc Comercial  
Campomanes y Cia. Ltda.  
(Laboratorio Avellina 9,  
Las Heras 852 Temuco).

Exclusivamente para Iarú  
Lavanda Patagonia, Lote I-D,  
El Verdin, Coyhaique.

Ins. ISP N° 1500/14



[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial Campomanes  
y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco).  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote 1-D, El Verdín, Coyhaique.  
Ins. ISP N° 150014

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Humecta y aromatiza*

8,4 fl oz  
250 ml



**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.

**ingredientes**  
Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile.

Elaborado con materias  
primas certificadas.

8,4 fl oz  
250 ml



## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial Campomanes  
y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco).  
Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote 1-D, El Verdín, Coyhaique.  
Ins. ISP N° 150014

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testeado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)



**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

## LOCIÓN CORPORAL

LAVANDA / CALAFATE

*Humecta y aromatiza*

2,0 fl oz  
60 ml



**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena.

**ingredientes**  
Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile.

Elaborado con materias  
primas certificadas.

2,0 fl oz  
60 ml

**SHAMPOO**  
LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial Campomanes  
y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco).

Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote 1-D, El Verdín, Coyhaique.  
Ins. ISP N° 10014

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

**SHAMPOO**  
LAVANDA / CALAFATE

*Limpia y aromataza  
y revitaliza el cabello*

20 fl oz  
60 ml

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena

**Ingredientes**  
Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile.

Elaborado con materias  
primas certificadas

20 fl oz  
60 ml

ACEITE ESENCIAL  
PATAGONIA  
ACEITE ESENCIAL

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR**  
LAVANDA / CALAFATE

*Humecta, desenreda  
y aromataza el cabello*

8,4 fl oz  
250 ml

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR**  
LAVANDA / CALAFATE

*Humecta, desenreda  
y aromataza el cabello*

ACEITE ESENCIAL  
PATAGONIA  
ACEITE ESENCIAL

**ACONDICIONADOR**  
LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial Campomanes  
y Cia. Ltda. (Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco).

Exclusivamente para  
Iarú Lavanda Patagonia,  
Lote 1-D, El Verdín, Coyhaique.  
Ins. ISP N° 10014

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testado en animales
- ✓ Biodegradable

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR**  
LAVANDA / CALAFATE

*Humecta, desenreda  
y aromataza el cabello*

20 fl oz  
60 ml

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o Aonikenk,  
primeros habitantes de la  
Patagonia Chilena

**Ingredientes**  
Extracto de calafate  
(fruto nativo de la Patagonia,  
rico en antioxidantes)  
y aceite esencial producido  
en la Región de Aysén,  
Patagonia, Chile.

Elaborado con materias  
primas certificadas

20 fl oz  
60 ml

ACEITE ESENCIAL  
PATAGONIA  
ACEITE ESENCIAL

**iarú.**  
LAVANDA PATAGONIA

**ACONDICIONADOR**  
LAVANDA / CALAFATE

*Uso diario,  
todo tipo de pieles.*

*iarú* yerba en el idioma  
de los Tehuelches o  
Aonikenk, primeros  
habitantes de la  
Patagonia Chilena

**Ingredientes**  
Extracto de calafate (fruto  
nativo de la Patagonia, rico  
en antioxidantes) y aceite  
esencial producido en la  
Región de Aysén, Patagonia,  
Chile.

Elaborado y envasado por  
Soc. Comercial  
Campomanes y Cia. Ltda.  
(Laboratorio Avellana 9,  
Las Heras 852 Temuco)

Elaborado con materias  
primas certificadas

- ✓ Sin Sodio
- ✓ Libre de Parabenos
- ✓ No testado en animales
- ✓ Biodegradable

Ins. ISP N° 10014

[www.iaru.cl](http://www.iaru.cl)