

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

IMA 2016 INFORME TECNICO FINAL (Líneas 1 y 2.)

Código iniciativa
IMA-2016-0323
Nombre iniciativa
Formulación e implementación de un plan de marketing para posicionar, captar y comercializar jugos de frutos silvestres (RFNM) de la región de Aysén, Patagonia Chilena.
Fecha
16-06-2016

OFICINA DE PARTES 1 FIA
RECEPCIONADO
Fecha 11/10/2017
Hora 10:10
N° Ingreso 43061

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:	Yanett Carolina Jara Sanhueza
Coordinador del Proyecto:	Yanett Carolina Jara Sanhueza
Regiones de ejecución:	XI Región
Fecha de inicio iniciativa:	01 de agosto de 2016
Fecha término Iniciativa:	06 de octubre de 2017

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	

Total de aportes FIA entregados (suma)		
Total de aportes FIA gastados		
Aportes Contraparte del proyecto		
Aportes Contraparte programado	Pecuniario	
	No Pecuniario	
Total de aportes Contraparte gastados	Pecuniario	
	No Pecuniario	

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).

El proyecto se desarrolla de acuerdo a los siguientes objetivos:

1. Formulación de Plan de marketing: Para implementar el Plan de marketing se concluyó en los siguientes objetivos y tácticas:
 - Objetivos Cuantitativos: Aumentar en un 50% de clientes y en un 100% en las ventas anuales, el cual a la fecha se cumplió, ya que, la cartera de clientes aumento en un 100% al igual que las ventas (se adjunta Listado de clientes a la fecha)
 - Objetivos Cualitativos: Posicionarse como la marca pionera de jugos premium en la región de Aysén, la marca Suryuis es reconocida regionalmente por la calidad de los productos, además con el nuevo diseño el cual corresponde a la línea Étnica está inspirada en la primeras tribus que llegaron a la Región ha impactado a nivel Regional por la imagen la cual se rescata a través del nuevo diseño, para lo cual se realizó una gigantografía con la nueva imagen en la plaza de Coyhaique para promocionar los productos SurYuis.
 - Tácticas: Rediseño de imagen corporativo, contemplando su etiqueta, packaging y sitio web, activación de redes sociales, en Facebook y aumentar su presencia en ferias especializadas, por lo menos en una anual., de acuerdo a lo planteado en el plan de marketing se desarrolló una imagen de una mujer tehuelche, para lo cual cada detalle fue analizado exhaustivamente, desde el cintillo de color rojo de guanaco, los pies descalzos hasta el abrigo de guanaco con el cual se cubrían, además para potenciar más la imagen se incorporó en la etiqueta lo siguiente la *"leyenda de calafate"*, lo que es un atractivo como souvenir para los turistas, se realizó lanzamiento en las redes sociales de la nueva imagen, publicación en revista Rumbo Aysen un publlirreportaje bilingüe con entrega en Aeropuerto nacional e Internacional, en tiendas Britt Shop ubicadas en Aeropuertos en Chile además en varias tiendas especializadas para turista nacional y extranjero, vigencia desde noviembre 2017 a febrero 2018.
 - A partir de mayo de 2017 se inició campaña de publicidad en Canal Regional Rocco TV y Radio Rocco, en un programa de conversación transmitido de lunes a viernes a las 8:30 horas AM y 20:30 horas PM, conversando acerca de las propiedades de los jugos y promoviendo la nueva imagen.
2. Los objetivos 2 y 3 con respecto a los análisis de laboratorio y fabricación de olla respectivamente se cumplieron (se adjunta fotografías de la olla concentradora en el proceso), con esta implementación se logró optimizar el proceso y aumentar la producción diaria, ya que, anteriormente se producía 150 jugos diarios y con la nueva olla concentradora adquirida se producen 300 jugos diarios aumentando el doble producción.
3. Los objetivos 4, 5, 6, 7 y 8 sobre La Investigación, diseño y desarrollo de branding, concepto gráfico general y packaging para jugo Sur Yuis se desarrollo lo siguiente:
 - Se realizo un benchmark remoto de la competencia tanto en Chile como en el extranjero, para entender los códigos visuales y comunicacionales utilizados en esta categoría de productos, e genero una marca atractiva tanto para los consumidores nacionales como internacionales.

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:

Formulación e implementación de un plan de marketing para Posicionar, Captar y Comercializar Jugos de Frutos silvestres de la región de Aysen, Patagonia Chilena

4.2 Objetivos específicos (OE)

Nº OE	Descripción OE	% de cumplimiento ¹
1	Elaboración del plan de marketing	100 %
2	Realizar Análisis de laboratorios	100 %
3	Mejorar el proceso de elaboración	100 %
4	Implementación de Plan de marketing	100 %
5	Investigación y reconocimiento para jugos SurYuis	100 %
6	Anteproyecto para jugos de Frutos silvestres SurYuis	100 %
7	Desarrollo de Proyecto para los productos SurYuis	100 %
8	Formulación de Especificaciones Técnicas de diseño de etiquetas	100 %
9	Promoción y difusión de los resultados	100 %

¹ **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.

Comparación, descripción y justificación de los objetivos específicos planteados versus los resultados obtenidos (% de cumplimiento¹). Indicar razones que explican las discrepancias.

1. De acuerdo a carta Gantt la formulación e implementación de Plan de marketing se había planificado iniciar según cronograma de actividades en diciembre de 2016 y debido a correcciones y/o modificaciones en el Plan de marketing se dio inicio en marzo de 2017, a partir de esta fecha, se dio cumplimiento en 100% a todas las actividades planificadas en el Plan de marketing entregando como resultado rediseño de etiquetas, aumento de cartera de clientes, posicionar productos Suryuis en mercado regional, aumentar publicidad de la marca.
2. Para la Investigación, diseño y desarrollo de branding, concepto gráfico general y packaging para jugos Sur Yuis se desarrollo con un 100% de cumplimiento con un trabajo meticuloso de los diseñadores para lograr obtener la nueva imagen Suryuis y los resultados obtenidos finalmente es la nueva imagen Suryuis
3. En la fabricacion de la olla concentradora se produjo un pequeño cambio en el diseño de la olla para lo cual hubo una demora aproximada de 15 dias, pero finalmente se cumplio en un 100%, ya que, la olla cumplio con todos los detalles de diseño para mejorar y aumentar la producion de jugos de frutos silvestres, asociado a este objetivo se realizaron analisis de laboratorio para ser incorporados en la nueva etiqueta.
4. Se realizo promocion y difusion de la nueva imagen a partir de abril de 2017 a la fecha, a traves de gigantografía ubicada en plaza de coyhaique, en programa de TV y radio regional y la publicaion de la revista bilingüe la cual se va a publicar en Noviembre de 2017 hasta febrero de 2018 y la modificacion de pagina web www.suryuis.cl, con la nueva imagen y contenido bilingüe cumpliendo con el objetivo N°9 en un 100%.

El estado de avance es de un 100% considerando los objetivos específicos planteados y su cumplimiento a la fecha.

4. 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	1.1	I-Análisis del entorno : Competencia, Segmentación y Mercado, Demanda y Tendencias, Análisis de provisión de producto y participación de mercado, participación de mercado, producto y valor agregado, análisis de los hábitos del uso del producto, análisis del mix de marketing actual, elementos medioambiente y contexto relevante, análisis interno y externo de la empresa. II-Plan a futuro: Objetivos de provisión de servicio, estrategia de marketing, matriz de posicionamiento, marketing mix esperado, arquitectura de marca, presupuesto III- Indicadores para medir satisfacción y control.
2	2.2	Enviar una muestra de cada producto a laboratorio para el análisis nutricional y la obtención de los resultados para el nuevo etiquetado
3	3.3	Elaboracion diseño industrial y fabricacion de olla concentradora para la elaboracion de jugos silvestres de maqui, calafate, grosella, zarzaparrilla y rosa mosqueta
4	4.4	Ejecución del Plan de marketing a traves de los objetivos y tacticas que entregaron como resultado el plan de marketing
5	5.5	Investigación en terreno y gabinete de todo el entorno de los Jugos de frutos silvestres
6	6.6	Diseños de conceptos, logotipo, diseño de etiqueta
7	7.7	Branding mas Packaging y materiales de soporte
8	8.8	Entrega de manual
9	9.9	Impresión de material de difusión Difusión y promoción en TV y radio Regional, Gigantografia con la imagen nueva, publicaicon en revista bilingüe con publico objetivo como turistas extranjeros y nacionales Modificación de pagina web www.suryuis.cl
<p>Describa las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta.</p> <p>Las modificaciones estan relacionadas directamente a la ampliacion de las fechas para la ejecucion de las actividades programas en la carta gantt inicial, debido a las modificaciones realizadas en Plan de marketing y a la conectividad que existe entre Santiago y Coyhaique, esto provoco aumentar el tiempo de ejecucion, de todas formas igualmente se dio cumplimiento en un 100% a las actividades programadas.</p>		

5. RESULTADOS ESPERADOS (RE) OBTENIDOS

6.1. Cuantificación de los Resultados esperados obtenidos

Nº O E	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				
			Nombre del indicador	Meta del indicador	Resultados obtenido	Medio de verificación ²	% de cumplimiento
1	1.1	Plan de Marketing para los productos de Jugos SurYuis.	Plan de Marketing	Desarrollo e implementación de Plan de Marketing	Un Plan de Marketing para los jugos SurYuis	Plan de Marketing	100%
2	2.2	Obtención de análisis nutricional según lo requerido por la normativa vigente de los jugos de Calafate, maqui, Cauchao y Grosella.	Análisis nutricionales de cada fruto silvestre	Cada sabor de jugo con etiquetado nutricional según normativa vigente	Análisis Nutricionales de cada jugo	Etiquetado Nutricional	100%
3	3.3	Diseño y adquisición de olla concentradora para la obtención de jugos para incrementar la cantidad y calidad de producto obtenido.	Olla concentradora	Fabricación de olla concentradora	Una Olla concentradora funcional	Olla Concentradora	100%
4	4.4	Ejecución del Plan de marketing	Plan de Marketing	Implementación de Plan de marketing	Desarrollo de los objetivos tácticas y estrategias de MKT	Diseño Etiquetas Listado de clientes	100%

² Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

5	5.5	Informe de investigación y reconocimiento de marca SurYuis.	Informe	Investigación de la marca SurYuis	Informe	Informe Final de diseñadores	100%
6	6.6	Diseños de moodboard general Diseño de concepto para branding. Diseño de logotipo.	Diseños	Diseños	Logotipo SurYuis	Etiquetas Pendon Dipticos Packaging	100%
7	7.7	Presentación de piezas gráficas o materiales que componen el total del proyecto.	Informes	Informes	Piezas graficas	Informe PDF con todos los diseños	100%
8	8.8	Planimetrías y originales de impresión, Manual de marca de usos simple.	Manuales	Manuales para posterior impresión de etiquetas	Impresión de etiquetas para cada jugo de fruto	Etiquetas e imagen impresa	100%
9	9.9	Impresión de material de difusión y promoción en TV, radio y diarios. Modificación de página web.	Posicionamiento del producto en el mercado	Imagen corporativa Nueva	Logo y Marca diseñada y publicada	Material de difusión, fotografías	100%

<p>Describa y justifique detalladamente los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis de los resultados obtenidos.</p>
<p>1.1-Plan de Marketing para los productos de Jugos SurYuis, entregó como resultado un informe completo que detallo actividades y tácticas que se cumplieron en su totalidad durante el desarrollo del proyecto.</p> <p>2.2-Obtención de análisis nutricional según lo requerido por la normativa vigente de los jugos de Calafate, maqui, Cauchao y Grosella, el resultado es un etiquetado nutricional en las nuevas etiquetas.</p> <p>3.3-Diseño y adquisición de olla concentradora para la obtención de jugos para incrementar la cantidad y calidad de producto obtenido, con la adquisición de una nueva olla concentradora se aumentó en el doble la producción diaria.</p> <p>4.4- Ejecución del Plan de marketing, los resultados obtenidos son rediseño de etiquetas, aumento en cartera de clientes, se realizó lanzamiento en las redes sociales de la nueva imagen, publicación en revista Rumbo Aysen un publrreportaje bilingüe con entrega en Aeropuerto nacional e Internacional, en tiendas Britt Shop ubicadas en Aeropuertos en Chile además en varias tiendas especializadas para turista nacional y extranjero, vigencia desde noviembre 2017 a febrero 2018.</p> <p>5.5- Informe de investigación y reconocimiento de marca Suryuis, los informes entregados durante todo el proceso de los diseñadores fueron fundamentales para la nueva imagen de los jugos SurYuis</p> <p>6.6- Diseños de moodboard general Diseño de concepto para branding. Diseño de logotipo. se desarrolló una imagen de una mujer tehuelche, para lo cual cada detalle fue analizado exhaustivamente, desde el cintillo de color rojo de guanaco, los pies descalzos hasta el abrigo de guanaco con el cual se cubrían, además para potenciar más la imagen se incorporó en la etiqueta lo siguiente la "leyenda de calafate", lo que es un atractivo como souvenir para los turistas.</p> <p>7.7- Presentación de piezas gráficas o materiales que componen el total del proyecto, los diseñadores entregaron todas las piezas gráficas para su impresión.</p> <p>8.8- Planimetrías y originales de impresión, Manual de marca de usos simple.</p> <p>9.9- Impresión de material de difusión y promoción en TV, radio y diarios. Modificación de página web. se realizó lanzamiento en las redes sociales de la nueva imagen, publicación en revista Rumbo Aysen un publrreportaje bilingüe con entrega en Aeropuerto nacional e Internacional, en tiendas Britt Shop ubicadas en Aeropuertos en Chile además en varias tiendas especializadas para turista nacional y extranjero, vigencia desde noviembre 2017 a febrero 2018, a partir de mayo de 2017 se inició campaña de publicidad en Canal Regional Rocco TV y Radio Rocco, en un programa de conversación transmitido de lunes a viernes a las 8:30 horas AM y 20:30 horas PM, conversando acerca de las propiedades de los jugos y promoviendo la nueva imagen.</p>
<p>Indique si ha obtenido resultados adicionales a los planteados en el plan operativo, describa a continuación.</p>
<p>Participacion como empresaria en Rueda de Negocios Mujeres del Fin del Mundo Rio Gallegos Argentina, con el objetivo de generar redes de negocio, ya que se gestiona un Tratado de libre Comercio que deberia estar firmado durante este año que beneficiara el intercambio comercial.</p>

6. 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 ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
-Análisis históricos, causal y comportamiento de la fuerza de ventas -Estudio de mercado -Análisis FODA -Análisis Entorno, Imagen, posicionamiento en la red, mercado, red de distribución, competencia, producto y política de comunicación -Establecimiento de los objetivos -Definición del público objetivo -Elaboración de estrategias -Llevar a cabo las acciones definidas	31 de octubre de 2016	100%	La fecha programada de entrega del plan de marketing se cumplió pero hubo varias correcciones y/o modificaciones que fueron aprobadas en febrero de 2017, por lo que se dio inicio a la ejecución del plan de marketing en febrero de 2017
-Enviar un jugo de cada fruto para análisis -Incorporar cambios de tabla nutricional en nuevas etiquetas	31 de enero de 2017	100%	La fecha en la cual se enviaron los jugos para los análisis de laboratorio quedó determinado por la entrega final de la olla concentradora motivo por el cual los análisis se enviaron en septiembre de 2017
-Elaborar el diseño de Olla Concentradora -Enviar diseño a fabricante -Utilizar olla concentradora	31 de diciembre de 2016	100%	En la elaboración de la olla concentradora se realizó una modificación en el diseño el cual se realizó correctamente cumpliendo las expectativas en la fabricación
-Resumen ejecutivo -Análisis del entorno -Plan a futuro -Principales indicadores para medir la satisfacción y control	31 de octubre de 2016	100%	Se entregó de acuerdo a la fecha programada
-Investigación y reconocimiento de marca Sur Yuis en su entorno para conocer sus procesos, origen y todo el mundo que	31 de octubre de 2016	100%	Se efectuó de acuerdo a lo planificado

<p>hoy rodea a la marca incluyendo sus exposiciones, ventas y proyecciones. - Investigación remota y presencial de competencia en Chile respecto a conceptos, cromática, comunicación, packaging, marca y exhibición en tiendas como en supermercados. -Investigación cromática, material y conceptual para marca y potenciar su discurso</p>			
<p>-Diseño de moodboard general - Diseño de concepto para branding - Diseño de Logotipo - Diseño de branding general del proyecto, desarrollo del imaginario y lenguaje de marca, (fotografías, formas, etc) - Diseño de Etiqueta - Diseño de Packaging contenedor unitario - Diseño de Packaging contenedor (Case Pack) de unidades para despacho. -Propuesta de color y tipografías - Desarrollo conceptual material y espacial para marca - Diseño de soportes de marca simples tales como: Volantes, pendones u otros</p>	<p>31 de diciembre de 2016</p>	<p>100%</p>	<p>La fecha de entrega de los diseños se realizo posterior a la aprobacion del plan de marketing por lo que no se cumplio con la fecha planificada pero el resultado según las actividades se cumplieron en su totalidad</p>
<p>- Desarrollo final de concepto para branding según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Logotipo según propuesta seleccionada - Desarrollo final de imaginario y lenguaje de marca, (fotografías, formas, etc) según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Etiqueta según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Packaging según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Case Pack según propuesta seleccionada -Propuesta de color y tipografías según propuesta seleccionada - Desarrollo final conceptual material y espacial para marca según propuesta seleccionada - Desarrollo final de soportes de marca simples tales como: Volantes, pendones u otros según propuesta seleccionada -Desarrollo de manual de marca de uso simple.</p>	<p>31 de enero de 2017</p>	<p>100%</p>	<p>La fecha de entrega de los diseños se realizo posterior a la aprobacion del plan de marketing por lo que no se cumplio con la fecha planificada pero el resultado según las actividades se cumplieron en su totalidad</p>
<p>-Especificaciones técnicas para cada diseño. (troqueles, papeles, colores especiales, etc) y originales de impresión o producción (planimetrías)</p>	<p>01 de febrero de 2017</p>	<p>100%</p>	

-Folletos y dípticos -Difusión y promoción de los productos en TV, radio y diario regional. -Página web modificada www.suryuis.cl	01 de marzo de 2017	100%	A partir de abril se inició con la campaña de publicidad en todos los medios programados
---	---------------------	------	--

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 ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Objetivos Cuantitativos: Aumentar en un 50% de clientes y en un 100% en las ventas anuales.	Octubre de 2017	100	100	Se cumplió con esta actividad, ya que, a la fecha se aumentó en un 100% la cartera de clientes
Objetivos Cualitativos: 1- Posicionarse como la marca pionera de jugos premium en la región de Aysén.	Octubre de 2017	100	100	Se cumplió, ya que, al desarrollar la campaña publicitaria con la nueva imagen potenciando el producto aumentando el consumo e interés de los jugos Suryuis
Rediseño de imagen corporativa, contemplando su etiqueta, packing y sitio web.	Octubre de 2017	100	100	Se cumplió en su totalidad, ya que, se trabajaron en varias temáticas decidiendo finalmente por la línea étnica la cual rescata la imagen de una mujer Tehuelche
Activación de redes sociales, en Facebook, Twitter y Youtube.	Octubre de 2017	100	100	Se inició un trabajo en redes Sociales que progresivamente ha ido en aumento el interés por parte de los consumidores en informarse acerca de los beneficios que proporciona cada jugo.

<p>Aumentar su presencia en ferias especializadas, por lo menos en una anual.</p>	<p>Diciembre de 2017</p>	<p>100</p>	<p>100</p>	<p>Se asitira con Prochile a Rueda de Negocios Mujeres del Fin del Mundo Rio Gallegos Argentina, con el objetivo de generar redes de negocio, ya que se gestiona un Tratado de libre Comercio que deberia estar firmado durante este año que beneficiara el intercambio comercial, esta actividad esta programada para el 13 y 14 de octubre de 2017.</p>
---	--------------------------	------------	------------	---

7.3. Tabla de actividades no programadas³ realizadas en la iniciativa.

Informar las actividades que no estaban programadas y justificar su realización.

Actividad no programada		Justificación ⁴
Descripción	Fecha	
<p>_____</p>	<p>_____</p>	<p>_____</p>

³ Actividades realizadas fuera de lo indicado en el plan operativo inicial.

⁴ Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programada inicialmente.

7. POTENCIALES IMPACTOS

POTENCIAL IMPACTO ⁵

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.

1. Los jugos Sur Yuis son elaborados de manera artesanal a partir de frutas exóticas y a la vez silvestres de los recursos forestales no madereros, cuentan con propiedades nutraceuticas, que en una primera instancia con la relación del producto cumple la función de hidratación debido a que uno de sus componentes es agua y por otro lado las cualidades funcionales de las frutas entregan beneficios a la salud, si bien su consumo va a público final, la entrada en el mercado sería más factible de realizar a través de la distribución a puntos de ventas, lo cual a la fecha ha aumentado practicamente en el triple de locales donde se entregan al por mayor los jugos Suryuis, a su vez debido a que el Ingeniero comercial realizo estructuras de costos por productos y según los datos entregados, se decidio aumentar el precio de venta al por mayor y esto no incidio en las ventas todo lo contrario el nivel de venta ha ido en aumento.
2. Participacion como empresaria en Rueda de Negocios Mujeres del Fin del Mundo Rio Gallegos Argentina, con el objetivo de generar redes de negocio, ya que, se gestiona un Tratado de libre Comercio que deberia estar firmado durante este año que beneficiara el intercambio comercial, la invitacion a esta rueda de negocio es directamente relacionada con la campaña de publicidad promoviendo la nueva imagen efectuada durante el desarrollo del IMA

⁵ El impacto debe dar cuanto 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.

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.

Los impactos esperados en terminos sociales en dos años, es el aumento de usuarios de Indap que deseen replicar e incorporar cultivos de frutos silvestres en sus predios debido a que vamos a ser pioneros en la domesticacion de plantas de calafate y maqui que se van a plantar el proximo año, ademas del aumento en la recoleccion de frutos silvestres lo cual va en directo beneficio de las familias campesinas, porque tienen poder comprador de sus productos, ya que, la produccion ha ido en aumento cada año, ademas que gracias a este proyecto IMA logramos el cambio de imagen con una mujer Tehuelche , pueblo recolector que fue pionero en esta Region y no se habia rescatado de ninguna forma, por lo que la imagen y la historia que representa la marca va a motivar el rescate de esta cultura olvidada en nuestra Region.

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.

Suryuis es pionero en la actividad de productor de Jugos con frutos silvestres por lo que debido a este proyecto IMA genera mayor impacto con la publicidad generando motivacion a otros emprendedores y/o potenciales emprendedores a desarrollar productos con los frutos de nuestra Region, ademas de incorporar otros frutos no explotados en la Region de Aysen.

8. 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**.

- 1-Etiqueta Jugo Calafate 250cc
- 2-Etiqueta Jugo de Grosella 250 cc
- 3-Etiqueta Jugo de Maqui 250 cc
- 4-Etiqueta Jugo de Zarzaparrilla 250 cc
- 5-Etiqueta Jugo de Cauchao 250 cc
- 6-Caja Packaging 26 unidades 250 cc
- 7-Caja Packaging 4 unidades 250 cc
- 8-Caja Packaging 5 unidades
- 9- Pendón publicitarios
- 10-Diptico Publicitario
- 11-Logotipo

9. 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)
Fecha de aprobacion de Plan de Marketing	1-Solicitud de ampliacion de plazo para dar cumplimiento a las actividades programadas 2-Reprogramar Carta Gantt con las actividades de la estrategia de marketing cumpliendo paso a paso la estrategia	Las medidas fueron efectivas ya que se cumplieron en un 100% con las actividades programadas.
La distancia de la fabrica para ver los detalles de la construcción de la olla concentradora que esta ubicada en Santiago y la sala de proceso en Coyhaique y la fabricacion de una olla que no sea funcional en el momento de producir	1-Solicitud de ampliacion de plazo. 2-Modificacion en el diseño de la olla.	Las medidas entregaron como resultado una olla concentradora de excelente diseño y funcionamiento para la produccion de jugos.
Que los jugos continúen con un diseño que no sea representativo de sus atributos	1-Informes constantes. 2-Supervisión del trabajo de los diseñadores.	Si se cumplio con todo lo programado.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

11.1 ¿Considera que los resultados obtenidos permitieron alcanzar el objetivo
El desarrollo del proyecto incluyendo la ampliacion de plazo autorizada por parte de FIA fue clave para dar cumplimiento a todos los objetivos planteados en el proyecto.

11.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto?
El funcionamiento del equipo tecnico permitio que cada uno de las actividades programadas se cumplieran.

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

Si hubo dificultades principalmente debido a la conectividad que tenemos como Region lo que hace aumentar los plazos de ejecucion, ya que, para el traslado de equipos por ejemplo la demora es de 15 dias asociado a las condiciones climaticas que es un factor importante para el desarrollo de actividades, por tanto estas dificultades se resolvieron aumentando el plazo de ejecucion del proyecto.

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

Ninguna, solo agradecer la gestion del equipo del FIA.

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

No hay aspectos relevantes que informar.

11. ANEXOS

Anexo 1. Medios de verificación.

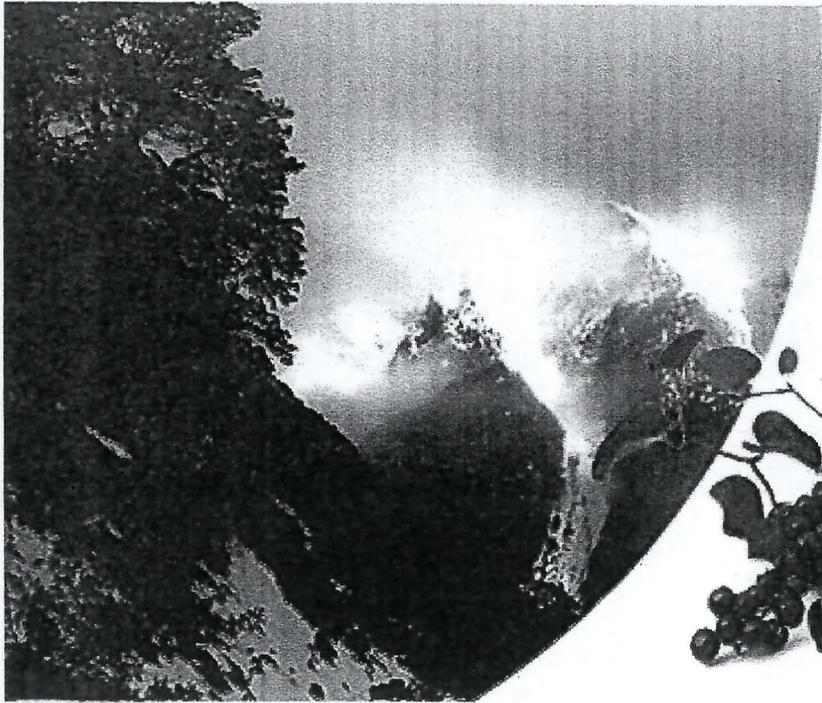
- Anexo 1.1 Listado de clientes
- Anexo 1.2 Imagen de Pagina de Facebook
- Anexo 1.3 Imágenes de Olla concentradora
- Anexo 1.4 Gigantografía en diversas actividades promocionando la nueva imagen SurYuis
- Anexo 1.5 Imagen de programa de TV promocionando los productos SurYuis
- Anexo 1.6 Imágenes de distintos puntos de venta con el nuevo diseño de los jugos SurYuis

Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.

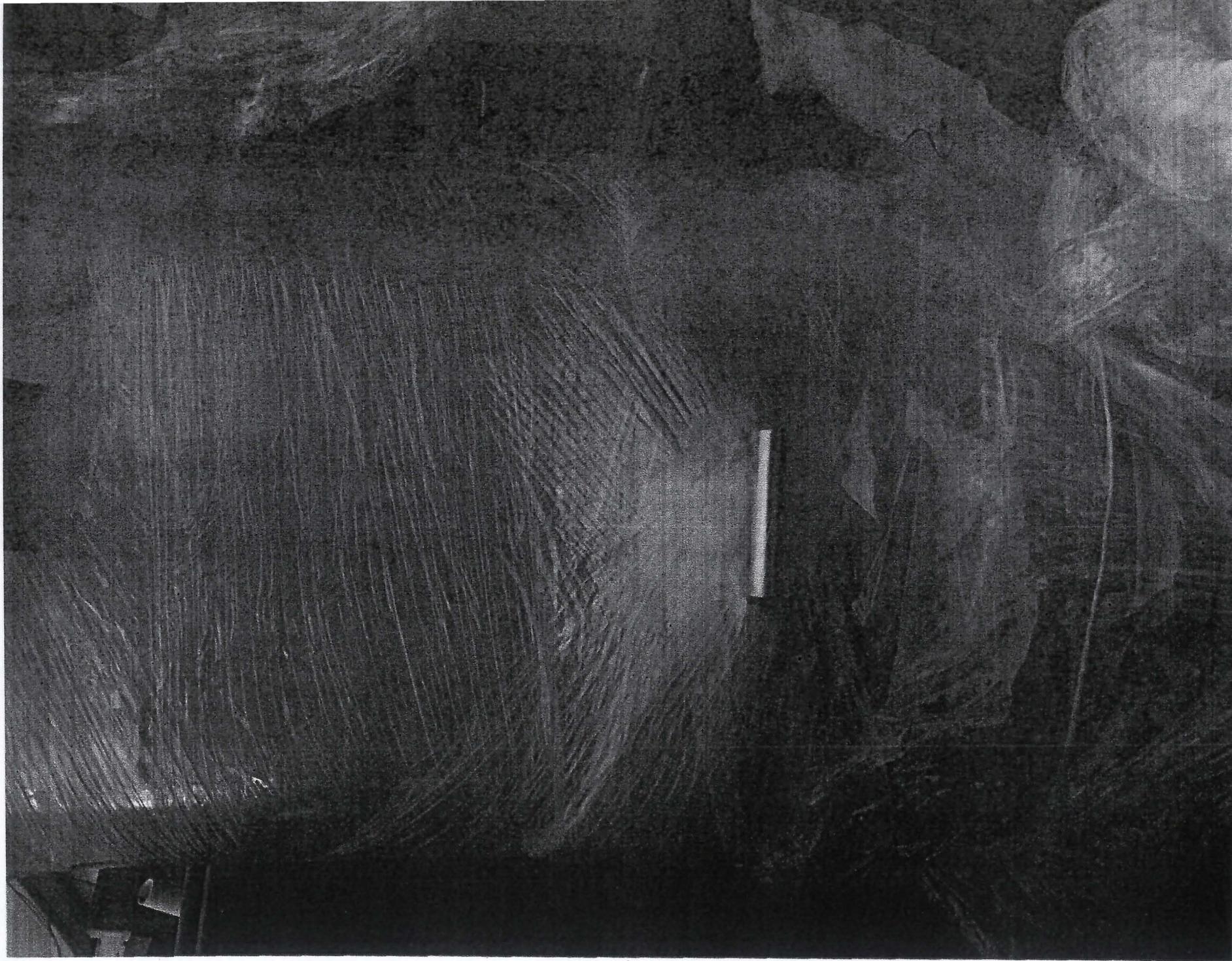
- Anexo 2.1 Diseños anteriores
- Anexo 2.2 Logo de la marca Suryuis
- Anexo 2.3 Informe diseñadores incluye etiquetas, pendón
Dípticos y Packaging
- Anexo 2.4 Etiquetas
- Anexo 2.5 Packaging de 26, 5 y 4 unidades

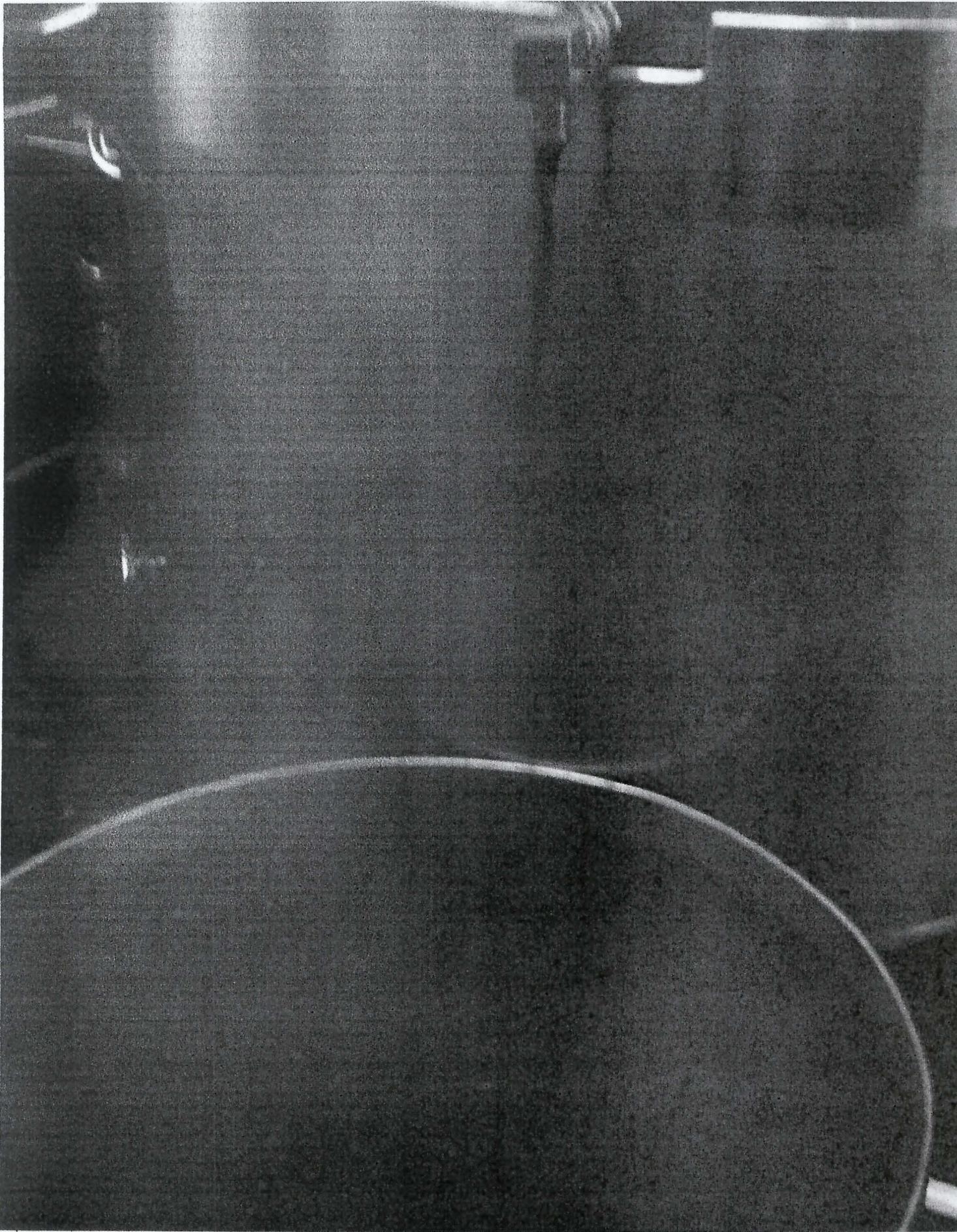
- Anexo 1.1 Listado de clientes

- Anexo 1.2 Imagen de Pagina de Facebook

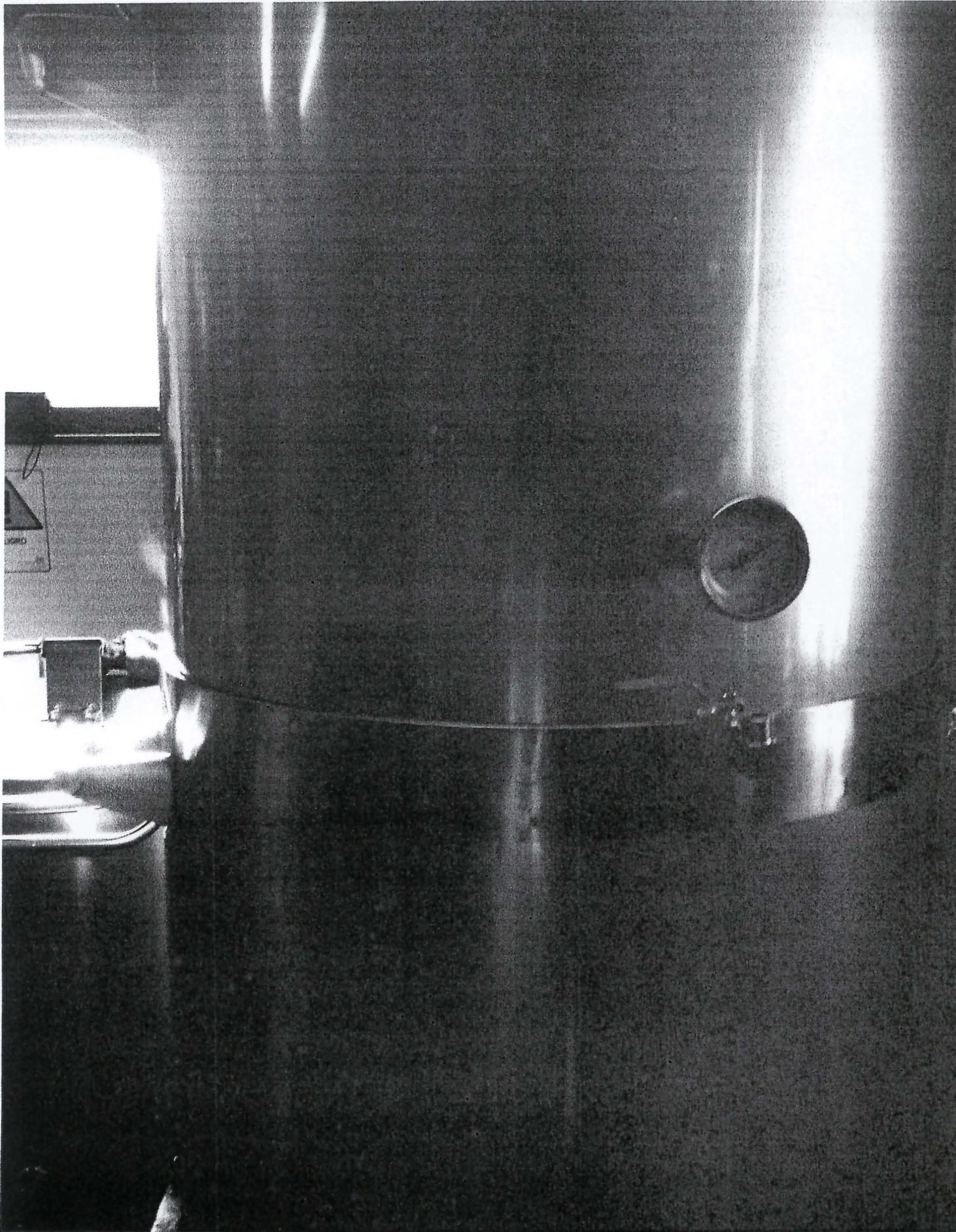


- **Anexo 1.3 Imágenes de Olla concentradora**











- Anexo 1.4 Gigantografía en diversas actividades promocionando la nueva imagen SurYuis

19	Café de Mayo	Coyhaique			
20	Café Puesto Viejo	Coyhaique			
21	Litos Restaurante	Coyhaique			
22	Patagonia vinos	Puerto Aysen			
23	Restaurante Entre amigos	Puerto Aysen			
24	El pollito supermercado y botiller	Puerto Aysen			
25	Sushi kenkyo	Puerto Aysen			
26	Minimarket Vitorio	Puerto Aysen			
27	Carnes Queulat Restaurante	Coyhaique			
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					

Cartera de clientes

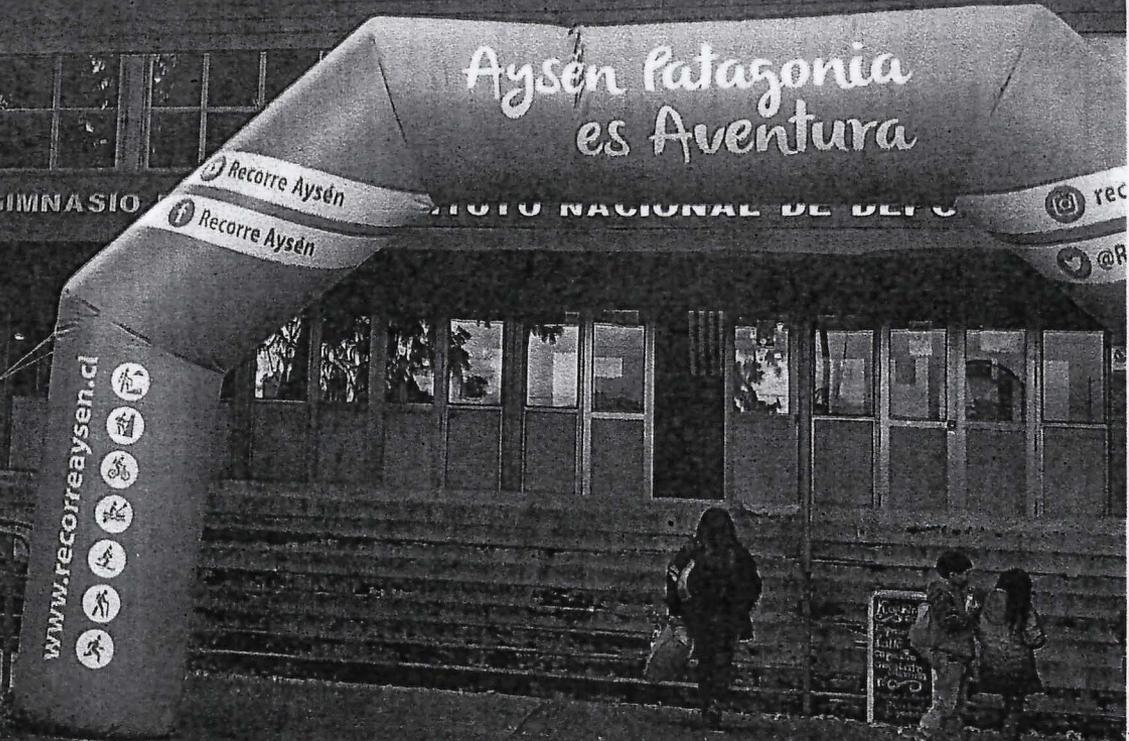
N°	Nombre Local	Direccion	RUT	Celular	Mail
1	El Arriero	Av. Ogana			
2	DMD supermercado	Baquadano			
3	Hajani	Baquadano			
4	La buena esquina	Errazuriz/			
5	San Jose	Doce de octubre			
6	Café express	Pratt			
7	Café Canelo				
8	Café Confluencia				
9	Campero supermercado	Av. Ogana			
10	Spot market				
11	Hotel el reloj				
12	Panadería Stiblear	Los cipreces con libertad			
13	La bodeguita				
14	Aeropuerto balmaceda				
15	Huevo Bacon	km 3 camino aysen			
16	Akelarre Fusion				
17	Distribuidora de Alimentos	Puerto Montt			
18	Botica Gourmet	Puerto Aysen			

- Anexo 1.5 Imagen de programa de TV promocionando productos SurYuis

GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI







COMPAÑIA
PATAGONIA CHILENA

SOS
MILK
MAGGI
MILK

Sur
yuis



CHOCOLATE
CALIENTE

CARAMELO
GRANDE

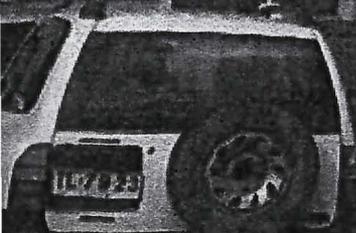
BATIDOS
DE FRUTAS

COLACIONES
SALUDABLES



Sur
Yuis

Sur
Yuis



- Anexo 1.6 Imágenes de distintos puntos de venta
con el
Nuevo diseño de los jugos SurYuis

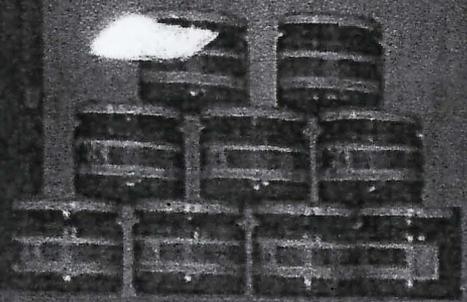
**Suc
yuis**

Open select al part del mundo



1663 Inca colonial

COYACHIQUIL - CHILE



SUR YUIS
200% Jugo natural
Natural juice 100%
PRODUCTO CHILENO | 250ml

MAQUI

SUR YUIS
200% Jugo natural
Natural juice 100%
PRODUCTO CHILENO | 250ml

CALAFATE

SUR YUIS
200% Jugo natural
Natural juice 100%
PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO

SUR YUIS
200% Jugo natural
Natural juice 100%
PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO



Sur Yuís
1662
100% juice without
thiamin per 100g

AGUO DI ZARZAPARRILLA
Sur Yuís
1662
100% juice without
thiamin per 100g

Sur Yuís
1662
100% juice without
thiamin per 100g
GROSELLA

Sur Yuís
1662
100% juice without
thiamin per 100g



**SUR
YUIS**
100% Juice
100% Natural

100% DE MOSQUE

**SUR
YUIS**
100% Juice
100% Natural



- **Anexo 2.1 Diseños anteriores**



BIERE MOQUEITA

BIERE MOQUEITA

BIERE DE CALAFATE

San Ysidro

BIERE ANTI-REUMATISME

Produit par la Brasserie de San Ysidro

BIERE ANTI-REUMATISME

San Ysidro

BIERE ANTI-REUMATISME

Produit par la Brasserie de San Ysidro

JUGO DE GIBBER

San Ysidro

JUGO DE GIBBER

Produit par la Brasserie de San Ysidro

JUGO DE GIBBER

San Ysidro

JUGO DE GIBBER

Produit par la Brasserie de San Ysidro

Elaborado por Sur Yuis
Coyhaique - XI Región - Chile
Cel: 73703767
Sitio: www.suryuis.cl
Facebook: Jugos naturales yuis



CONCENTRADO DE MAQUI



aysén - patagonia

RICO EN ANTIOXIDANTES
SIN PRESERVANTES - MANTENER REFRIGERADO

CONCENTRADO DE MAQUI

Porción: 1 unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox:	1	
Proximal	unidad	en 100 gr
Humedad	g	86,1
Cenizas	g	0,5
Proteínas	g	0,8
Grasa Cruda	g	0,1
HC disponibles	g	12,5
Energía	Kcal	54
Sodio	mg	8
Vit C	mg	1,8
Vit E	mg	ND (<0,1)
Betacarotenos	mg	0,050
polifenoles Totales	mg EAG/100 g mta	550
ORAC	µmol ET/100 g mta	7030

Fecha de Elaboración:

Ingredientes: Jugo de Maqui
Duración: 1 año
Resol. Sanitaria: 543 del 11/06/2012,
Seremi de Salud Aysén

Elaborado por Sur Yuis
Coyhaique - XI Región - Chile
Cel: 73733767
Sitio: www.suryuis.cl
Facebook: Jugos naturales yuis



JUGO DE GROSELLA



aysén - patagonia

RICO EN VITAMINA C
SIN PRESERVANTES - MANTENER REFRIGERADO

Porción: 1 unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox:	100 gr	1 porción
Energía (kcal)	0,1	0,0
Proteínas (g)	0,2	0,0
Grasa Total (g)	0,0	0,0
Grasa saturada (g)	Grasa Total	0,0
Grasa Moninsaturada (g)	0,0	0,0
Grasa Polinsaturada (g)	0,0	0,0
Grasa trans (g)	0,0	0,0
Colesterol (mg)	0,0	0,0
Hidrato de Carbono disponible (g)	0,0	0,0
Sodio (mg)	0,0	0,0

08 MAR 2017

Fecha de Elaboración:

Ingredientes: Agua purificada, grosella y azúcar.
Duración: 1 año
Resol. Sanitaria: 543 del 11/06/2012,
Seremi de Salud Aysén

Elaborado por Sur Yuis
Coyhaique - XI Región - Chile
Cel: 73703767
Sitio: www.suryuis.cl
Facebook: Jugos naturales yuis



CONCENTRADO DE CALAFATÉ



aysén - patagonia

RICO EN ANTIOXIDANTES
SIN PRESERVANTES - MANTENER REFRIGERADO

Porción: 1 unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox:	1	
Proximal	unidad	en 100 gr
Humedad	g	86,1
Cenizas	g	0,5
Proteínas	g	0,8
Grasa Cruda	g	0,1
HC disponibles	g	12,5
Energía	Kcal	54
Sodio	mg	8
Vit C	mg	1,8
Vit E	mg	ND (<0,1)
Betacarotenos	mg	0,061
polifenoles Totales	mg EAG/100 g mta	567
ORAC	µmol ET/100 g mta	7741

Fecha de Elaboración:

Ingredientes: Jugo de calafate.
Duración: 1 año
Resol. Sanitaria: 543 del 11/06/2012,
Seremi de Salud Aysén

Elaborado por Sur Yuis
Coyhaique - XI Región - Chile
Cel: 73703767
Sitio: www.suryuis.cl
Facebook: Jugos naturales yuis



JUGO DE MOSQUETA



aysén - patagonia

RICO EN VITAMINA C
SIN PRESERVANTES - MANTENER REFRIGERADO

Porción: 1 unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox:	100 gr	1 porción
Energía (kcal)	81,1	202,8
Proteínas (g)	0,4	0,9
Grasa Total (g)	0,0	0,0
Grasa saturada (g)	0,0	0,0
Grasa Moninsaturada (g)	0,0	0,0
Grasa Polinsaturada (g)	0,0	0,0
Grasa trans (g)	0,0	0,0
Colesterol (mg)	0,0	0,0
Hidrato de Carbono disponible (g)	20,7	51,8
Sodio (mg)	10,7	26,7

Fecha de Elaboración:

Ingredientes: Agua purificada, mosqueta y miel.
Duración: 1 año
Resol. Sanitaria: 543 del 11/06/2012,
Seremi de Salud Aysén

- Anexo 2.2 Logo de la marca Suryuis



SUR YUIS

100% Jugo natural

- Anexo 2.3 Informe diseñadores incluye etiquetas, Pendón Dípticos y Packaging

RASSET
RALONSO

Sur
yuis
*Gran sabor al final
del mundo!*

LÍNEA ETIQUETA ADHESIVA SELECCIONADA

- Se mejora lectura en leyenda completa y se amplía tamaño de sello que informa de proceso único que conserva las propiedades de extracción.
- Se incorpora texto 100% Jugo natural en Inglés y español
- Se incorpora espacio para fecha de elaboración
- Se incorpora etiqueta para Cauchao
- Se modifican colores para cada sabor

La
Salafata

Cuenta la historia que una bella tehuelche de serenos ojos llamada Galafata se enamora profundamente de un Onka.

Furioso, el padre de la tehuelche dice se se parará pisando un conchuro a la Machi transformando a Salafata en un abusto de flores doradas.

A arrepentida la Machi convierte al joven Onka en el fruto de asuel a busto que crece entonces y por siempre vivimos unidos a esa hermosa flor dorada en un dulce y eterno amor.



Suryuis

200% Jugo natural
Natural juice 200%

¡MÁS QUE
COMERTE LAS
PROPIEDADES
DE LA MAQUI!

MAQUI

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml

JUGO DE MAQUI

Nutrientes por 100g		Porción (250ml)
Energía (KJ)	137	3425
Energía (Kcal)	33	825
Grasa total (g)	0,0	0,0
Carbohidratos (g)	80,0	200,0
Proteína (g)	0,0	0,0
Almidón (g)	0,0	0,0
Almidón resistente (g)	0,0	0,0
Almidón soluble (g)	0,0	0,0
Almidón total (g)	0,0	0,0
Almidón soluble (g)	0,0	0,0
Almidón total (g)	0,0	0,0
Almidón soluble (g)	0,0	0,0
Almidón total (g)	0,0	0,0
Almidón soluble (g)	0,0	0,0
Almidón total (g)	0,0	0,0
Almidón soluble (g)	0,0	0,0
Almidón total (g)	0,0	0,0

Rico en antioxidantes
Sin preservantes

MANTENER REFRIGERADO

INGREDIENTES:
Maqui Agria (Fuchsia chilensis)
Agua
Azúcar
Ácido ascórbico
Vitamina C
Vitamina E
Vitamina K
Vitamina B1
Vitamina B2
Vitamina B6
Vitamina B12
Vitamina D3
Vitamina K2
Vitamina B9
Vitamina B5
Vitamina B7
Vitamina B10
Vitamina B11
Vitamina B12
Vitamina B13
Vitamina B14
Vitamina B15
Vitamina B16
Vitamina B17
Vitamina B18
Vitamina B19
Vitamina B20
Vitamina B21
Vitamina B22
Vitamina B23
Vitamina B24
Vitamina B25
Vitamina B26
Vitamina B27
Vitamina B28
Vitamina B29
Vitamina B30
Vitamina B31
Vitamina B32
Vitamina B33
Vitamina B34
Vitamina B35
Vitamina B36
Vitamina B37
Vitamina B38
Vitamina B39
Vitamina B40
Vitamina B41
Vitamina B42
Vitamina B43
Vitamina B44
Vitamina B45
Vitamina B46
Vitamina B47
Vitamina B48
Vitamina B49
Vitamina B50
Vitamina B51
Vitamina B52
Vitamina B53
Vitamina B54
Vitamina B55
Vitamina B56
Vitamina B57
Vitamina B58
Vitamina B59
Vitamina B60
Vitamina B61
Vitamina B62
Vitamina B63
Vitamina B64
Vitamina B65
Vitamina B66
Vitamina B67
Vitamina B68
Vitamina B69
Vitamina B70
Vitamina B71
Vitamina B72
Vitamina B73
Vitamina B74
Vitamina B75
Vitamina B76
Vitamina B77
Vitamina B78
Vitamina B79
Vitamina B80
Vitamina B81
Vitamina B82
Vitamina B83
Vitamina B84
Vitamina B85
Vitamina B86
Vitamina B87
Vitamina B88
Vitamina B89
Vitamina B90
Vitamina B91
Vitamina B92
Vitamina B93
Vitamina B94
Vitamina B95
Vitamina B96
Vitamina B97
Vitamina B98
Vitamina B99
Vitamina B100



Patagonia S.A. - Chile
www.patagonia.cl
Tel: +56 9 942751724175

Salafate

Cuenta la historia que una bella tehuelche de serenos ojos llamada Salafate, se enamoró profundamente de un Ono.

Furioso, el padre de la tehuelche decidió separarlos pisando un conuro a la Machi transformando a Salafate en un abusto de flores doradas.

Arrepentido la Machi convirtió al joven Ono en el hijo de aquel a busto que ella amaba y por siempre van unidos a esa hermosa flor dorada en un jugo y a ella le comen las flores.



**Sur
yuis**

200% Jugo natural
Natural juice 200%

CONSERVA LAS PROPIEDADES NUTRICIONALES

GROSELLA

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250 ml

JUGO DE GROSELLA

Este producto cumple con los requisitos para ser clasificado como jugo de grosella.

	199g	1 Litro
Energía (kJ)	210	840
Proteínas (g)	0,2	0,8
Grasas totales (g)	0,0	0,0
Carbohidratos totales (g)	10,0	40,0
Carbohidratos azúcares (g)	0,0	0,0
Fibra dietética (g)	0,0	0,0
Almidón (g)	0,0	0,0
Alcohol (g)	0,0	0,0
Ácidos grasos saturados (g)	0,0	0,0
Ácidos grasos insaturados (g)	0,0	0,0

Bebida en antiacidantes
sin preservantes

MANTENER REFRIGERADO

INGREDIENTES

Grosella Argentina purificada, agua.

CONSERVA

Evitar el contacto con la luz solar directa.

Evitar el contacto con superficies calientes.

640 ml VOLUMEN NETO. Contenido de azúcar por litro.



Patagonia S.A. - Chile. www.patagonia.cl

**Ca
la
fate**

Cuenta la historia, que una bella tehuelche de serenos ojos llamada Calafate, se enamoró profundamente de un Ono.

Furioso, el padre de la tehuelche decidió separarlos planeando un conjuro a la Machi transformando a Calafate en un abusto de flores bordadas.

A pesar de la Machi convirtió al joven Ono en el fruto de azul a gusto de la Machi entonces por siempre vamos unidos a esa hermosa florada en un dulce y eterno amor.



Survivis
100% Jugo natural
Natural juice 100%

¡MÁS QUE
CONSERVA LAS
PROPIEDADES
DE LA FRUTA!

CAUCHAO

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml

JUGO DE CAUCHAO

Porción 100ml	Porción 250ml	Porción 500ml
Energía (Kcal)	483	1611
Proteína (g)	0,4	0,7
Grasa total (g)	0,1	0,2
Carbohidratos (g)	110	330
Grasa saturada (g)	0,1	0,2
Grasa insaturada (g)	0,0	0,0
Carbón hidrato (g)	0,0	0,0
Carbón hidrato (g)	0,0	0,0
Almidón (g)	0,0	0,0
Fibra (g)	0,3	0,9
Sodio (mg)	0,0	0,0

**Rico en antioxidantes
sin preservantes**

MANTENER REFRIGERADO

BEBER DE ANTES

Consumir Agua purificada o más

CONSERVAR EN

Un lugar fresco y seco

Evitar la luz solar directa

Evitar temperaturas superiores a 25°C

Evitar temperaturas inferiores a 5°C



Patagonia S.A. - Calle Los Andes 1000 - Punta Arenas, Chile
 www.patagonia.cl



Surjuis
100% Jugo natural
Natural juice 100%

CALAFATE

CONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml



Surjuis
100% Jugo natural
100% Grosella

100% natural
GROSELLA

SONIA PRODUCTO CHILENO | 280ml







Surjuis
100% Jugo natural
Natural juice 100%

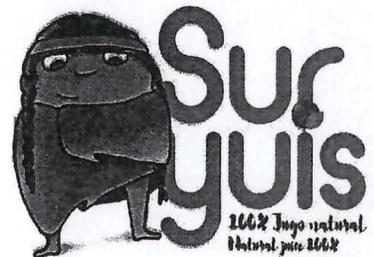
CARAPARRILLA

SONIA | PRODUCTO CHILENO | 280ml



PROPUESTAS DE DÍPTICO, PENDÓN Y EMPAQUES (PARA DESPACHO POR VOLUMEN Y REGALOS PROMOCIONALES)

PROPUESTA DÍPTICO



SurYuis

Emprendimiento que nace en en la XI región de Aysén, Patagonia Chilena, donde la riqueza natural de esta remota zona del mundo nos permite producir jugos 100% naturales, ricos en antioxidantes y otras propiedades, maravillosa herencia natural que queremos compartir con el mundo.



"Suryuis los jugos para tu salud"



JUGO NATURAL DE GROSELLA

Grosella (Ribes rubrum)
Es una fruta adocorada, que ayuda a prevenir la formación del cáncer. Favorece la absorción de algunos nutrientes como el hierro, y aumenta la resistencia a las infecciones. Favoreciendo un buen sistema inmunológico. Mejora la circulación por la fibra, mientras que el zumo o jugo de grosellas rojas aportan una acción antiobésica y antiérgica, especialmente en caso de infección urémica. País de Origen: Chile 15 Es una fruta que, además de lo indicado, ayuda al sistema nervioso como manzanar, gracias a su contenido en potasio.

Porción: 1 unidad - gr.	250	
Porciones por envase apto	1	
	100gr	1 Porción
Energía (Kcal)	0,1	0,3
Proteínas (g)	0,2	0,3
Grasa total (g)	0,0	0,0
Grasa saturada (g)	0,0	0,0
Grasa monoinsaturada (g)	0,0	0,0
Grasa poliinsaturada (g)	0,0	0,0
Carbohidratos (g)	0,0	0,0
Almidón (g)	0,0	0,0
Almidón disponible (g)	0,0	0,0
Hidratos de carbono disponibles (g)	0,0	0,0
Sodio (mg)	0,0	0,0

INGREDIENTES:
Agua embotellada, jugo y azúcar de caña orgánica.

DURACIÓN:
Toda la parte de fecha indicada en envase.

Rico en antioxidantes sin preservantes



JUGO NATURAL DE CAUCHAO

Cauchao (Annona muricata)
El cauchao es el fruto del árbol de Luma, con bayas redondas, negras y brillantes, que maduran en el verano, que pueden confundirse con el calabate. El cauchao es comestible y también puede ser usado en la preparación de vino y chicha. Es una especie leñosa productora de frutos comestibles que rara vez son comestibilizados, debido a su rápida perechibilidad o a sus particulares características de aroma, sabor o textura.

Porción: 1 unidad - gr.	250	
Porciones por envase apto	1	
	100gr	1 Porción
Energía (Kcal)	5,19	129,7
Proteínas (g)	0,7	1,8
Grasa total (g)	0,0	0,1
Grasa saturada (g)	0,0	0,0
Grasa monoinsaturada (g)	0,0	0,0
Grasa poliinsaturada (g)	0,0	0,0
Carbohidratos (g)	0,0	0,0
Almidón (g)	0,0	0,0
Almidón disponible (g)	0,0	0,0
Hidratos de carbono disponibles (g)	0,0	0,0
Sodio (mg)	9,8	24,6

INGREDIENTES:
Agua embotellada, jugo y azúcar de caña orgánica.

DURACIÓN:
Toda la parte de fecha indicada en envase.

Rico en antioxidantes sin preservantes



Nombre empresa: SurYuis.
Nombre contacto: Carolina Jara Sanhueza.
Cajalbar +569 9 3703767.
Sitio web: www.suryuis.cl
e-mail: info@suryuis.cl
Facebook: Jugos SurYuis.
País: Chile, Ciudad Coyhaique, XI Región.



SurYuis

Emprendimiento que nace en en la XI región de Aysén, Patagonia Chilena, donde la riqueza natural de esta remota zona del mundo nos permite producir jugos 100% naturales, ricos en antioxidantes y otras propiedades, maravillosa herencia natural que queremos compartir con el mundo.

"Suryuis los jugos para tu salud"



Cuenta la historia, que una bella tehuelche de dorados ojos llamada Calafate, se enamora profundamente de un Ona.

Fuñoso, el padre de la tehuelche decide separarlos pidiendo un conjuero a la machi, transformando a Calafate en un arbusto de flores doradas.

Arrepentida, la machi convierte al joven Ona en el fruto de aquel arbusto que desde entonces y por siempre veremos unido a esa hermosa flor dorada en una dulce y eterna compañía.



JUGO NATURAL DE MAQUI

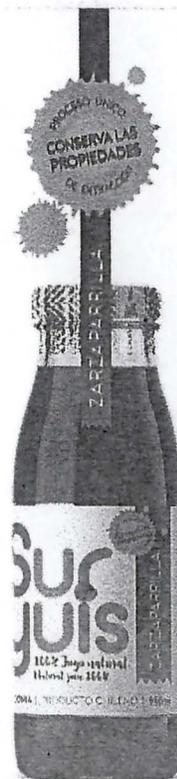
Maqui (Aristoteliaceae)
Es un poderoso antioxidante, pues contiene altas concentraciones de polifenoles, antocianinas y Vitamina C, lo que ayuda a prevenir el cáncer y reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares. Debido a estas mismas propiedades antioxidantes que ayudan a proteger las neuronas, el maqui puede prevenir y tratar problemas neurodegenerativos como el Alzheimer. También es un excelente antiinflamatorio y analgésico natural. Posee propiedades termogénicas, es decir, aumenta la temperatura corporal, permitiendo quemar grasas. Gracias a que ayuda a regular el metabolismo del azúcar en el sangre, es muy recomendable para diabéticos. Esta fruta es además depuradora del intestino, ya que contiene mucha fibra.

Porción 1 unidad - gr	250
Porciones por envase 100gr	1
Energía (Kcal)	119 129,7
Proteínas (g)	0,7 1,8
Grasa total (g)	0,0 0,1
Grasa saturada (g)	0,0 0,0
Grasa monoinsaturada (g)	0,0 0,0
Grasa poliinsaturada (g)	0,0 0,0
Carbohidratos (g)	0,0 0,0
Fibra (g)	0,0 0,0
Almidón (g)	0,0 0,0
Almidón de cereales digerible (g)	0,0 0,0
Sal (mg)	2,8 24,8

INGREDIENTES:
Agua purificada, Maqui y azúcar de caña orgánica.

DIETA:
Tanto a partir de fecha indicada en envase.

Rico en antioxidantes, sin preservantes



JUGO NATURAL DE ZARZAPARRILLA

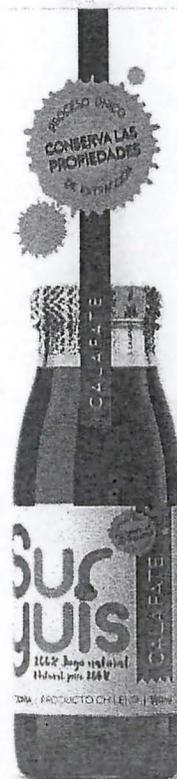
Zarzaparrilla (Smilacaceae)
Pertenece a la familia de los berries, destaca por sus propiedades antioxidantes, entre otras cantidades que han favorecido su cultivo en la región. Usada en la prevención y tratamiento de algunas afecciones como diabetes, enfermedades cardiovasculares (reduce la presión arterial), asma y otras. La zarzaparrilla roja es uno de los berries magallánicos re-descubiertos por sus múltiples propiedades medicinales. Es un aliado en la diabetes por su alto contenido de vitamina C, fibra y agua, convirtiéndose en un excelente antioxidante y diurético que favorece la eliminación del colesterol y ácidos grasos de la sangre. Previene afecciones a la piel, mejorando la cicatrización de heridas y quemaduras, mejora la visión y combate el estreñimiento por sus propiedades laxantes.

Porción 1 unidad - gr	250
Porciones por envase 100gr	1
Energía (Kcal)	111 121,7
Proteínas (g)	0,2 0,5
Grasa total (g)	0,0 0,0
Grasa saturada (g)	0,0 0,0
Grasa monoinsaturada (g)	0,0 0,0
Grasa poliinsaturada (g)	0,0 0,0
Carbohidratos (g)	0,0 0,0
Fibra (g)	0,0 0,0
Almidón (g)	0,0 0,0
Almidón de cereales digerible (g)	0,0 0,0
Sal (mg)	0,3 2,8

INGREDIENTES:
Agua purificada, Lirio y azúcar de caña orgánica.

DIETA:
Tanto a partir de fecha indicada en envase.

Rico en antioxidantes, sin preservantes



JUGO NATURAL DE CALAFATE

Calafate (Berberidaceae)
Es un arbusto nativo de la Patagonia chilena y argentina. En nuestro país se encuentra desde la región Metropolitana hasta Punta Arenas, concentrándose con mayor fuerza en las regiones de Aysén y Magallanes. Es importante tener en cuenta que como la fruta de esta especie sobrevive en muy raras, por lo que se puede adaptar a diversas condiciones climáticas como viento, nieve, sequía y lluvias. Entre otras. Nutricionalmente, el calafate es una fruta con muchas cualidades. La que más destaca, sin dudas, es que cuenta con altos índices de antioxidantes, muy superiores a otras frutas como el arándano. Visivamente, esta especie es similar a cualquier otro berry.

Porción 1 unidad - gr	250
Porciones por envase 100gr	1
Energía (Kcal)	110 120,7
Proteínas (g)	0,7 1,8
Grasa total (g)	0,0 0,1
Grasa saturada (g)	0,0 0,0
Grasa monoinsaturada (g)	0,0 0,0
Grasa poliinsaturada (g)	0,0 0,0
Carbohidratos (g)	0,0 0,0
Fibra (g)	0,0 0,0
Almidón (g)	0,0 0,0
Almidón de cereales digerible (g)	0,0 0,0
Sal (mg)	2,2 24,8

INGREDIENTES:
Agua purificada, Maqui y azúcar de caña orgánica.

DIETA:
Tanto a partir de fecha indicada en envase.

Rico en antioxidantes, sin preservantes



CONTRAPORTADA DESPLEGABLE CERRADO



Nombre empresa: Sur Yuis.
Nombre contacto: Carolina Jara Sanhueza.
Celular: +569 7 3703767.
Sitio web: www.suryuis.cl
e-mail: info@suryuis.cl
Facebook: Juegos Sur Yuis.
País: Chile, Ciudad Coyhaique, XI Región.



PROPUESTA **PENDÓN**



Suryuis

Emprendimiento que nace en la XI región de Aysén, Patagonia Chilena, donde la riqueza natural de esta hermosa zona del mundo nos permite producir jugos 100% naturales, ricos en antioxidantes y otras propiedades, maravillosa herencia natural que queremos compartir con el mundo.

Jugo natural de frutos silvestres
Natural fruit juice



5 sabores ricos en antioxidantes,
sin preservantes
100% naturales



PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO

www.suryuis.cl

VISUALES **PENDÓN**



Suc Yuis

Concentrado a 4 veces en la segunda
ajada. Proceso Chilean de ultra
filtración para eliminar el azúcar
natural presente en jugos 100% naturales.
El proceso de ultrafiltración y ultrafiltración
siguiente para eliminar el azúcar natural
presente en el jugo.

Jugo natural de
frutas y verduras
naturalmente



3 sabores ricos
en antioxidantes
sin preservantes
100% naturales

www.sucyuis.cl



PROPUESTA PARANTE CARTÓN



Suryuis

Emprendimiento que nace en la XI región de Aysén, Patagonia Chilena, donde la riqueza natural de esta remota zona del mundo nos permite producir jugos 100% naturales, ricos en antioxidantes y otras propiedades, maravillosa herencia natural que queremos compartir con el mundo.

"Suryuis los jugos para tu salud"

PATAGONIA 100% NATURAL
www.suryuis.cl

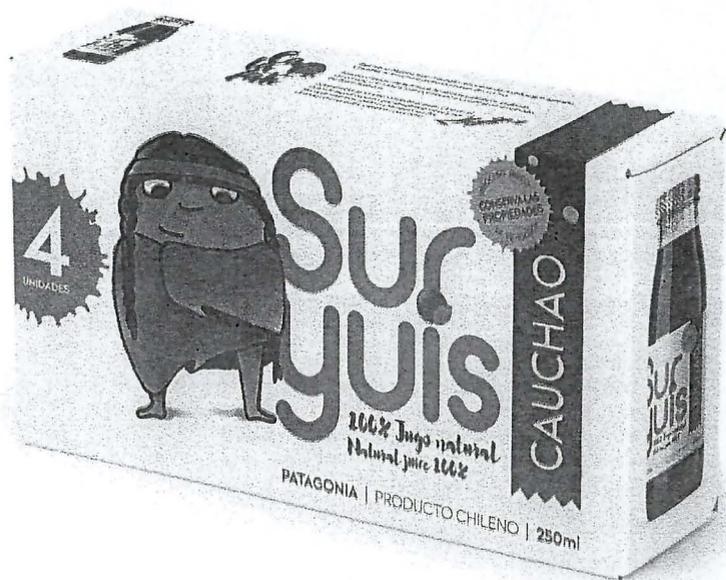


Sabores ricos en antioxidantes, sin preservantes 100% naturales

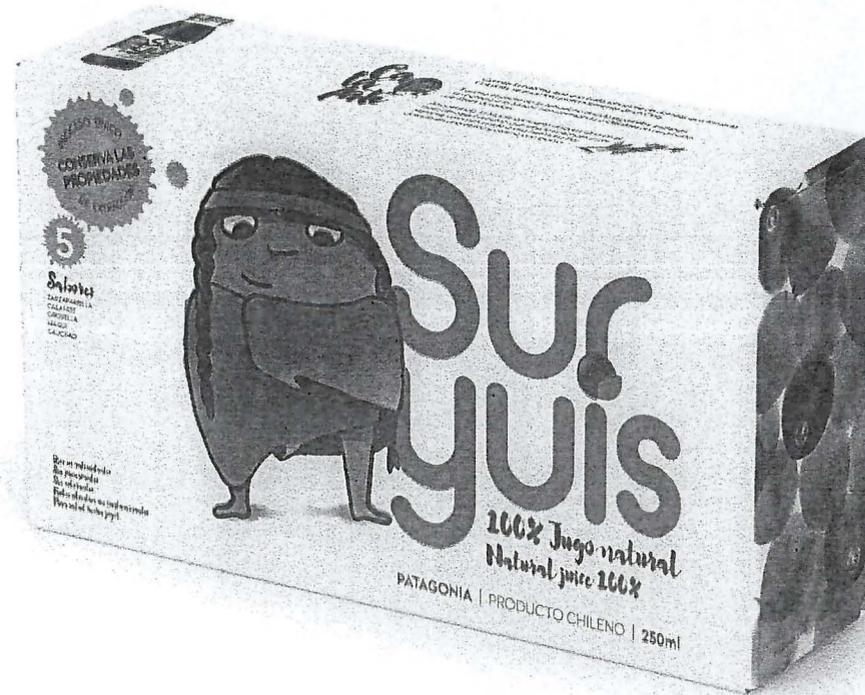


PROPUESTA PACKAGING PARA BOTELLAS

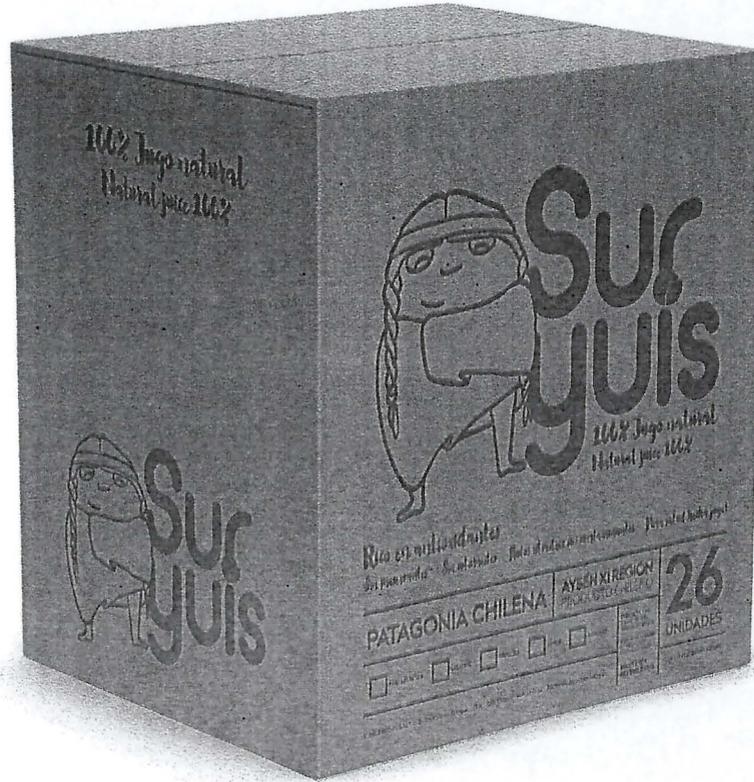
EMPAQUE PARA REGALO (4 UNIDADES)



EMPAQUE REGALO (5 SABORES DISTINTOS)



CAJA DE ENTREGA (26 UNIDADES)



RASSET
RALONSO

- Anexo 2.4 Etiquetas

RASSET
RALONSO

Sur
yuis
Gran sabor al final
del mundo

DISEÑO ETIQUETAS **SURYUIS**

Calafate

Cuenta la historia, que una bella tehuelcha de dorados ojos llamada Calafate, se enamoró profundamente de un Ona.

Furioso, el padre de la tehuelche decide separarlos pidiendo un conjuro a la Machi, transformando a Calafate en un arbusto de flores doradas.

Arrepentida, la Machi convierte al joven Ona en el fruto de aquel arbusto que desde entonces y por siempre veremos unido a esa hermosa flor dorada en una dulce y eterna compañía.



SUR YUIS
200% Jugo natural
Natural juice 200%

REFRESCO LIMPIO
CONSERVA LAS PROPIEDADES
DE ESTE FRUTO

CALAFATE

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml

JUGO DE CALAFATE

Porción: 1 unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox	1	
	100gr	1 Porción
Energía (Kcal)	619	129,7
Proteínas (g)	0,7	1,8
Grasa total (g)	0,0	0,1
Grasas saturadas (g)	0,0	0,0
Grasas Monosaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas polisaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas trans (g)	0,0	0,0
Colesterol (mg)	0,0	0,0
Hidrata de carbono disponible (g)	12,2	30,5
Sodio (mg)	9,8	24,6

Rico en antioxidantes Sin preservantes

INGREDIENTES: Calafate, Agua, Nulceínas, azúcar.
 PURIFICACION: 1 año a partir de fecha industrial en frío.
 RESOLUCION SANITARIA: 623 del 11/05/2012
 Servicio de Salud Aysén

MANTENER REFRIGERADO
 ELABORADO POR SUR YUIS
 Coyhaique - XI Región - Chile

WWW.SURYUIS.CL
 +56973703767
 JUGOS NATURALES YUIS

Fecha Elaboración:

4 094275 724175

CÓDIGO PRODUCTO, USO PARA MAQUETA NO IMPRIMA

Calafate

Cuenta la historia, que una bella tehuelche de dorados ojos llamada Calafate, se enamora profundamente de un Ona.

Furioso, el padre de la tehuelche decide separarlos pidiendo un conjuro a la Machi, transformando a Calafate en un arbusto de flores doradas.

Arrepentida, la Machi convierte al joven Ona en el fruto de aquel arbusto que desde entonces y por siempre veremos unido a esa hermosa flor dorada en una dulce y eterna compañía.



SUR YUIS
100% Jugo natural
Natural juice 100%

PROCESO ÚNICO
CONSERVA LAS
PROPIEDADES
DE EXTRAJOS

CAUCHAO

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml

JUGO DE CAUCHAO

Porción: 1 unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox	1	
	100gr	1 Porción
Energía (Kcal)	48,2	120,4
Proteínas (g)	6,8	16,9
Grasa total (g)	0,1	0,2
Grasas saturadas (g)	0,0	0,0
Grasas Monosaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas polinsaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas Trans (g)	0,0	0,0
Coolesterol (mg)	0,0	0,0
Hidrato de carbono disponible (g)	11,2	27,9
Sodio (mg)	3,0	7,5

Rico en antioxidantes Sin preservantes

INGREDIENTES:
Cauchao, Agua purificada natural.
DURACIÓN:
1 año a partir de fecha
fabricación en botella.
RESOLUCIÓN SANITARIA:
413 del 15/04/2012
Servicio de Salud Región

MANTENER REFRIGERADO
ELABORADO POR SUR YUIS
Coyhaique - XI Región - Chile

WWW.SURYUIS.CL
+569973703767
JUSOS NATURALES YUIS

Fecha Elaboración:



CÓDIGO INVISIBILIZADO, SOLO PARA MONITOREO INTERNO.

4

Calafate

Cuenta la historia, que una bella tehuelche de dorados ojos llamada Calafate, se enamora profundamente de un Ona.

Furioso, el padre de la tehuelche decide separarlos, pidiendo un conjuro a la Machi, transformando a Calafate en un arbusto de flores doradas.

Arrepentida, la Machi convierte al joven Ona en el fruto de aquel arbusto que desde entonces y por siempre veremos unido a esa hermosa flor dorada en una dulce y eterna compañía.



SUR YUIS

100% Jugo natural
Natural juice 100%

GRASO ÚNICO
CONSERVA LAS
PROPIEDADES
DE EXTRAJUGO

GROSELLA

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml

JUGO DE GROSELLA

Porción: Unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox	1	
	100gr	1 Porción
Energía (Kcal)	0,1	0,0
Proteínas (g)	0,2	0,0
Grasa total (g)	0,0	0,0
Grasas saturadas (g)	0,0	0,0
Grasas Monosaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas polisaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas trans (g)	0,0	0,0
Colesterol (mg)	0,0	0,0
Hidrato de carbono disponible (g)	0,0	0,0
Sodio (mg)	0,0	0,0

Res en antioxidantes
Sin preservantes

INGREDIENTES
Saborizante, Agua purificada, azúcar
ELABORACIÓN
1 litro en botella de PET
Indicado en envase

RESOLUCIÓN SANITARIA
513 (4) (19/04/2012)
Se envía con Sello del Agente

MANTENER REFRIGERADO
ELABORADO POR SUR YUIS
Coyhaique - XI Región - Chile

WWW.SURYUIS.CL
+56 9737 03767
JUGOS NATURALES YUIS

Fecha Elaboración:



4 094275 724175

CONSOMIR PROVISIONALMENTE
SÓLO PARA MUESTRA
NO REVENDE

Calafate

Cuenta la historia, que una bella tehuelcha de dorados ojos llamada Calafate, se enamora profundamente de un Ona.

Furioso, el padre de la tehuelcha decide separarlos pidiendo un conjuro a la Machi, transformando a Calafate en un arbusto de flores doradas.

Arrepentida, la Machi convierte al joven Ona en el fruto de aquel arbusto que desde entonces y por siempre veremos unido a esa hermosa flor dorada en una dulce y eterna compañía.



SUR YUIS

100% Jugo natural
Natural juice 100%

Único
CONSERVADAS
PROPIEDADES
DE EXTRACCIÓN

MAQUI

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml

JUGO DE MAQUI

Porción 1 unidad - gr 250
Porciones por envase aprox 1

	100gr	1 Porción
Energía (Kcal)	61,9	129,7
Proteínas (g)	0,7	1,8
Grasa total (g)	0,0	0,1
Grasas saturadas (g)	0,0	0,0
Grasas Monosaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas polinsaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas trans (g)	0,0	0,0
Colesterol (mg)	0,0	0,0
Hidrato de carbono disponible (g)	12,2	30,5
Sodio (mg)	9,8	24,6

Rico en:
antioxidantes
Sin preservantes

INGREDIENTES:
Maqui, Agua purificada natural.
DURACIÓN:
Toda la parte de fecha indicada en el envase.
RESOLUCIÓN SANITARIA:
Nº 5146 T/04/2012
Servicio de Salud Agrícola

MANTENER REFRIGERADO
ELABORADO POR SUR YUIS
Coyhaique - XI Región - Chile

WWW.SURYUIS.CL
+56973703767
JUGOS NATURALES YUIS

Fecha Elaboración:



COBRO PROVISORIO, SOLO PARA MAQUETA. NO EFECTIVO.

**Ca
la
fate**

Cuenta la historia, que una bella tehuelche de dorados ojos llamada Calafate, se enamora profundamente de un Ona.

Furioso, el padre de la tehuelche decide separarlos pidiendo un conjuro a la Machi, transformando a Calafate en un arbusto de flores doradas.

Arrepentida, la Machi convierte al joven Ona en el fruto de aquel arbusto que desde entonces y por siempre veremos unido a esa hermosa flor dorada en una dulce y eterna compañía.



**SUR
YUIS**

**100% Jugo natural
Natural juice 100%**

PROCESO ÚNICO
CONSERVA LAS
PROPIEDADES
DE FRUTAS

ZARZAPARRILLA

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml

JUGO DE ZARZAPARRILLA

Porción: Unidad - gr	250	
Porciones por envase aprox	1	
	100gr	1 Porción
Energía (Kcal)	27,7	69,1
Proteínas (g)	1,4	3,6
Grasa total (g)	0,0	0,1
Grasas saturadas (g)	0,0	0,0
Grasas Monosaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas polisaturadas (g)	0,0	0,0
Grasas trans (g)	0,0	0,0
Coolesterol (mg)	0,0	0,0
Hidrato de carbono disponible (g)	6,4	16,5
Sodio (mg)	6,4	16,1

**Rico en
antioxidantes
Sin preservantes**

INGREDIENTES
Zarzaparrilla, agua purificada, azúcar
ELABORACIÓN
Lino y pesto de frutas
Indicados en envase
RESOLUCIÓN SANITARIA
519 del 11/04/2019
SECRETARÍA DE SALUD PÚBLICA

MANTENER REFRIGERADO
ELABORADO POR SUR YUIS
Coyhaique - XI Región - Chile

WWW.SURYUIS.CL
+56973703767
JUGOS NATURALES YUIS

Fecha de liberación:

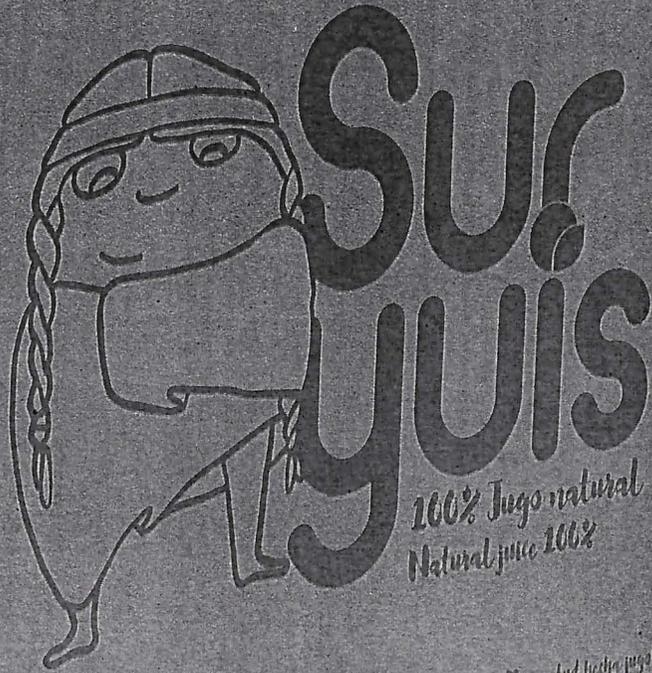


COGNO PROVISIONAL
SOLO PARA MAQUETA
NO USAR

RASSET
RALONSO

- **Anexo 2.5 Packaging de 26, 5 y 4 unidades**

100% Jugo natural
Natural juice 100%



100% Jugo natural
Natural juice 100%

Rico en antioxidantes
Sin preservantes Sin colorantes Sin azúcares sin contaminantes Para salud hecha jugo!

PATAGONIA CHILENA

AYSÉN XI REGIÓN
PRODUCTO CHILENO

26
UNIDADES

- TARDAPARRILLA
- CALAFITE
- BROSELEA
- SAUCI
- ZUCUJO

MANTENER REFRIGERADO

Cada unidad contiene 200ml

ELABORADO POR BUNDO Comercio y Producción - Chile CELFONDOS S.A. - Chile

PROCESO ÚNICO
CONSERVA LAS
PROPIEDADES
DE EXTRACTOS

5

Sabores
ZARZAPARRILLA
CALLEJATE
CROSELLA
MAQUI
CAUCHAO

¡No es solo un jugo!
Su presencia
Su sabor
¡Es un extracto de los mejores
¡No es solo un jugo!



Sur yuis

100% Jugo natural
Natural juice 100%

PATAGONIA | PRODUCTO CHILENO | 250ml



Elaborado en Chile. Ingredientes: agua, azúcar, extracto de zarzaparrilla, extracto de callejate, extracto de croSELLA, extracto de maqui, extracto de cauchao. No contiene conservantes. No contiene gluten. No contiene lactosa. No contiene cafeína. No contiene alcohol. No contiene ácido fólico. No contiene vitaminas. No contiene minerales. No contiene fibra. No contiene proteínas. No contiene grasas. No contiene carbohidratos. No contiene sales. No contiene azúcares. No contiene ácidos. No contiene bases. No contiene metales. No contiene plásticos. No contiene otros aditivos. No contiene otros ingredientes. No contiene otros productos. No contiene otros servicios. No contiene otros suministros. No contiene otros materiales. No contiene otros recursos. No contiene otros factores. No contiene otros elementos. No contiene otros componentes. No contiene otros factores. No contiene otros elementos. No contiene otros componentes. No contiene otros factores. No contiene otros elementos. No contiene otros componentes.



Gran sabor al final del mundo!



C O Y H A I Q U E - C H I L E