



## **OPCIÓN DE GRADO 1 PROYECTO SÁBALO**

**PRESENTADO POR:**

ANGÉLICA MARÍA GONZALEZ

ANDREA CASALLAS

JUAN SEBASTIÁN GALLEGO ZAMORA

**DOCENTE:**

NÉSTOR ECHAVARRÍA

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**CUN, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, BOGOTA 2018**

## CONTENIDO

### PRESENTACION

1. INTRODUCCION.....	3
2 JUSTIFICACION.....	4
3. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT.....	5
4. MISION, VISION, OBJETIVOS.....	7
5. POLITICA DE CALIDAD, VALORES.....	8
6. FICHA TECNICA.....	9
7. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO.....	11
8. PRECIO COSTO - TABLA DE ATRIBUTOS.....	12
9. DISTRIBUCION DE PLANTA.....	13
10. ANEXOS.....	14
11. VARIABLE GEOGRAFICA.....	18
12. ENCUESTAS.....	20
13. ANALISIS DE INFORMACION DE RESULTADOS.....	23



## INTRODUCCIÓN

Este trabajo realizado por estudiantes de la CUN tiene el fin de mostrar una idea innovadora en Colombia y así resaltar un producto insignia de nuestra cultura.

Donde gracias a las encuestas realizadas a personas de diferentes edades y sectores con edad mínima de consumir bebidas alcohólicas, nos dan a conocer sus intereses al consumo de esta bebida típica

## JUSTIFICACIÓN

Colombia necesita generar desarrollo sostenible por medio de la innovación y el emprendimiento, para lo cual requiere de una sociedad orientada a generar alternativas de crecimiento generen ideas de negocio, que contribuyan a mejorar la economía y el desarrollo del país. La creación de un producto o servicio requiere de personas con visión y la capacidad para suplir las necesidades que se evidencian en nuestra sociedad.

Desarrollar este proyecto de Sabalujón requiere de investigar los cimientos del sabajón y establecer los beneficios de cada uno de los ingredientes que lo componen y resaltar que se le adicionará un ingrediente muy especial que es el Lulo debido a que este tiene diversos atributos de gusto y además de ser muy saludable, contiene un nivel de alcohol bajo que es de gran importancia, ya que en el mercado la variedad de productos de este tipo es menor a comparación con las bebidas con alto porcentaje de alcohol.

El paso para dar un valor agregado a este novedoso producto es implementar la utilización de envases que no afecten al medio ambiente, esto con el fin de ir a la vanguardia en la solución de contrarrestar los problemas de contaminación ambiental y el calentamiento global que nos afecta a todos.

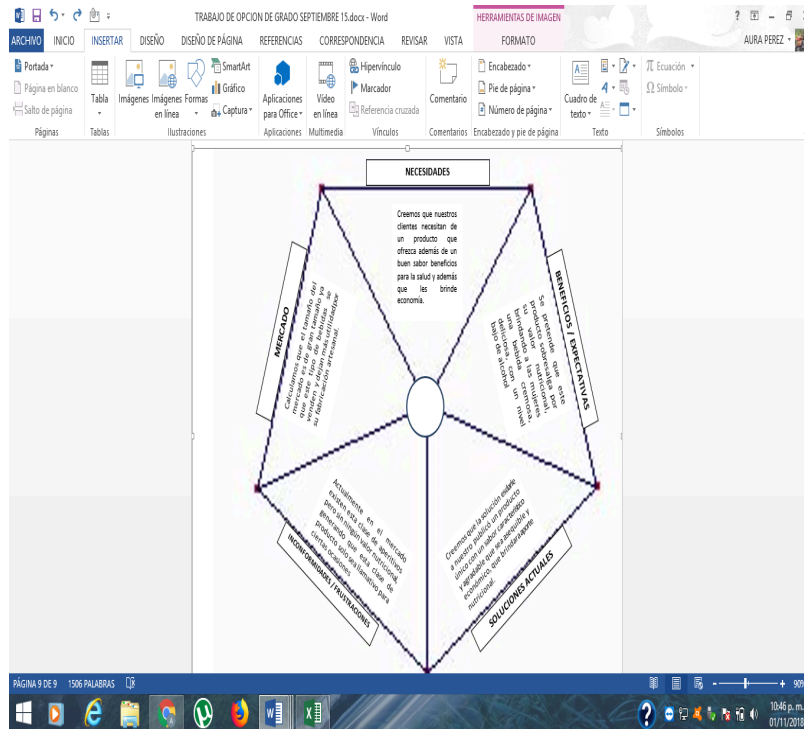
La razón por la cual vamos a desarrollar este proyecto con base en este producto, es porque es una bebida alcohólica a base de leche y lulo que proporciona vitaminas, energía, carbohidratos, beneficia a las personas que padecen de hipertensión o con exceso de colesterol, contiene calcio y estimula al buen estado de ánimo.

## **DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT**

- a. **Stake Holders:** mujeres, jóvenes, sector económico bajo y medio
- b. **Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis):**  
Las mujeres tienen dificultades para encontrar una bebida alcohólica económica  
Las mujeres tienen dificultades para encontrar una bebida alcohólica con un sabor delicado.  
Jovenes tienen dificultades para encontrar una bebida alcohólica económica Jovenes tienen dificultades para encontrar una bebida alcohólica diferente.
- c. **Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis):**  
Adecuar una bebida de acuerdo a un bolsillo más económico
- d. **Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis):**  
las soluciones actuales que se identifican dentro de ese proyecto es darle a un mercado ya específico una bebida alcohólica que esté dentro de sus gustos y su presupuesto con esto buscamos que más personas se animen a consumir nuestro producto satisfaciendo así su necesidad.
- e. **Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis):**  
Que no tengamos presupuesto para el marketing que requiere hacer conocer el producto. Nuestro mercado tiene una variedad grande en productos que pueden hacer una competencia grande no saber de marketing y no vender la idea como debe ser No gustar del sabor del producto, las principales objeciones del cliente ante una nueva solución son la falta de experiencia de la empresa y el respaldo de servicio

**f. Mercado:**

Actualmente hay oportunidades para productos hechos en Colombia la situación económica actual permite que productos elaborados internamente estén en la mira de los consumidores Y aunque es una mala noticia para sectores dedicados a las importaciones está claro que los competidores internacionales tienen una gran Barrera para llegar de forma competitiva al país. Sabalujon por su naturaleza aperitivo/cóctel, es un producto hecho 100% con ingredientes de origen colombiano, con un costo competitivo y un portafolio que ofrece diferentes opciones para las preferencias de los consumidores. Los consumidores colombianos históricamente habían estado inclinados hacia bebidas como el aguardiente y la cerveza esto impulsado por gran medida por la producción regionalista (Antioquia, caldas, Cundinamarca), y por otro lado de a las condiciones geográficas del país las cuales limitan la capacidad de distribución, además de aumentar los costos logísticos.



## MISION

Producir y comercializar la bebida típica del sabajon en diferentes variedades de sabores, con el fin de que está sea llamativa para las nuevas generaciones, avivando así las tradiciones de nuestros antepasados ya que este rico aperitivo con bajo nivel de alcohol es ideal para acompañar diversos momentos, brindando satisfacción a nuestros clientes y representando el sabor nacional que nos identifica.

## VISION

Alcanzar y mantener una posición de liderazgo en el mercado de aperitivos, con un sólido y sustentable desempeño, con base en la excelencia y calidad de nuestro producto,



superando las expectativas de nuestros clientes, nuestra gente, accionistas y la comunidad en la que vivimos y nos desenvolvemos.

## **OBJETIVOS**

- ❖ Verificar el nivel de satisfacción de nuestros clientes.
- ❖ Aumentar la participación en el mercado a nivel nacional.
- ❖ Aportar a la preservación del medio ambiente.
- ❖ Incrementar la utilidad sobre las ventas.

## **POLITICA DE CALIDAD**

Sabalujon s.a, se compromete con el cumplimiento de los requisitos del Sistema de Gestión de Calidad, el establecimiento y revisión de sus objetivos, con el fin de buscar la plena satisfacción de nuestros consumidores y comercializadores, por medio de la mejora continua y el fortalecimiento en el mercado nacional.

## **VALORES**

**Transparencia:** Actuar con la mayor claridad y la óptima utilización de todos los recursos, generando confianza en la Organización.

**Respeto:** Reconocimiento de la diferencia del otro, valorando y aceptando su forma de pensar y de actuar.



**Honestidad:** Proceder correctamente, con honradez, respetando lo que le pertenece al otro.

**Compromiso:** Respuesta y disposición personal a favor de la satisfacción de las necesidades de la Organización.

**Responsabilidad:** Ejecutar los compromisos adquiridos con los máximos estándares de calidad, con el fin de satisfacer a nuestros clientes.

**FICHA TECNICA**

<p><b>SABAJÓN DE LULO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Leche líquida</li>   <li>● Leche condensada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Es un líquido nutritivo de origen animal que tiene muchas vitaminas y beneficios (calcio, hierro).</li>   <li>● Al ser un producto a base de leche contiene vitaminas A, D, B y C;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Por su alto contenido de vitaminas en especial de calcio nos ayuda a cuidar los huesos, es nutritivo, revitalizante, hidrata la piel, contribuye a la prevención de enfermedades cardiovasculares, estimula el cerebro, sacia el hambre y</li> </ul>
-------------------------------	---	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Yemas de huevo</li> <li>● Maizena</li> </ul>	<p>minerales que proporcionan fuente de calcio, fósforo y carbohidratos ya que contiene un elevado contenido de azúcar, glucosa y lactosa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Constituye la célula del huevo que proporciona una gran fuente de energía y contiene vitamina A, D y E.</li> <li>● Este producto a base de fécula de maíz, es un alimento rico en carbohidratos ya que en 100 gramos contienen 88 gramos de carbohidratos, vitaminas y no contiene colesterol ayudando al sistema circulatorio.</li> <li>● Formada por molécula de sacarosa y fructosa que se obtiene inicialmente de la caña de azúcar y la remolacha, importante fuente de calorías.</li> <li>● Contiene vitamina C y procesada con cáscara posee más contenido de minerales</li> </ul>	<p>fortalece el sistema inmunológico.</p>
--	---	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Azúcar blanca</li> <li>●Lulo</li> <li>●Aguardiente</li> <li>●Envase de vidrio</li> </ul>	<p>como: calcio, fósforo, fibra, hierro, sodio, proteína, agua y carbohidratos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Contiene bajos niveles de sodio lo cual beneficia a las personas que padecen de hipertensión o con exceso de colesterol, contiene calorías, calcio y estimula el buen estado de ánimo.</li> <li>● Es inerte, higiénico, no interfiere en el sabor de la bebida, no tiene ninguna interacción química y cuida el medio ambiente.</li> </ul>	
--	--	---	--

## CARACTERÍSTICAS PRODUCTO

Bebida con bajos niveles de alcohol, elaborada a base de lulo, el cual es mezclado con leche líquida, huevos, azúcar, leche condensada y aguardiente.

## POR QUE EL PRODUCTO PUEDE SER ATRACTIVO

La particularidad de nuestro producto es que es una bebida con una cremosidad exquisita, con bajos niveles de alcohol, donde el ingrediente predominante y llamativo es el lulo, el cual es mezclado con leche líquida, huevos, azúcar, leche condensada y aguardiente de nuestra tierra.

## PRECIO COSTO - TABLA DE ATRIBUTOS

INGREDIENTE	VALOR APROXIMADO
LULO	\$1.000=
1 LTR LECHE LÍQUIDA	\$1.600=
3 YEMAS DE HUEVO	\$750=
LECHE CONDENSADA	\$3.000=

**SABALU**  
Bebida a base de sabajon y lulo natural

  
Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

¼ DE AGUARDIENTE	\$4.000=
MAIZENA	\$1.000=
ENVASE EN VIDRIO	\$1.000=

**COSTO:** \$12.350

**RENTABILIDAD:** 45.8%

**PRECIO DE VENTA:** **\$18.000=**

**DISTRIBUCION DE LA PLANTA**



## ANEXOS

<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p>Es necesario contar con una buena estrategia publicitaria con el fin de que este producto sea reconocido exitosamente en el mercado, ya que es indispensable que el sabajón sea un producto muy llamativo y reconocido por sus diferentes beneficios ante los posibles clientes.</p>	<p>Para vender en grandes superficies se necesita una gran cantidad de registros lo cual lleva tiempo como lo es el registro sanitario, Códigos de barras (Gs1) que nos puede llevar más tiempo de lo esperado para poder comercializar el producto</p>	<p>La creación de nuevas empresas en el país no está en su mejor momento y cada día vemos que las PYMES no tienen un apoyo por parte del gobierno para su desarrollo debido a la llegada de grandes empresas extranjeras y los acuerdos con otros países</p>	<p>La tecnología que al inicio de este proyecto vamos a implementar no será de punta y queremos de una gran inversión para implementar nuevas y mejores tecnologías que están a la vanguardia de los demás competidores.</p>	<p>La tecnología que al inicio de este proyecto vamos a implementar no será de punta y queremos de una gran inversión para implementar nuevas y mejores tecnologías que están a la vanguardia de los demás competidores.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<p>Teniendo en cuenta que decidimos adicionar al</p>	<p>Se puede desarrollar productos derivados de la</p>	<p>No hay un producto con las mismas características</p>	<p>Al ser un producto nuevo se puede desarrollar</p>	<p>Poca competencia en el mercado. tendencia al</p>

# SABALU

Bebida a base de sabajón y lulo natural



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

	<p>sabajón denominado como una bebida popular en Colombia, un ingrediente que le brinde un sabor y aroma diferente, como lo es el lulo, una fruta rica en vitaminas que va complementar los beneficios nutritivos que ofrece esta bebida, consideramos que esto nos facilita brindar al consumidor una bebida cremosa, deliciosa, con un nivel bajo de alcohol y una particularidad que lo haga</p>	<p>bebida, donde podemos llegar a un mercado secundario de lo planteado al principio</p>	<p>en el mercado, que a pesar que ya existe unos productos que se asemejan, su características son diferentes debido a su sabor a Lulo</p>	<p>nuevos mercados ya que Colombia es un país en potencial siendo que los jóvenes y personas adultas han desarrollado cada día mas un aire de patriotismo queriendo conocer nuevas experiencias en su país natal</p>	<p>consumo local. diversificación del portafolio (bebidas sin alcohol) para el consumo de menores de edad. temporadas: provechar las diferentes pocas del año para realizar actividades de activación comercial.</p>
--	---	--	--	--	--



# SABALU

Bebida a base de sabajon y lulo natural



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

	sobresalir y marcar la diferencia entre los demás.				
<b>FORTALEZAS</b>	Una de sus principales fortalezas se basa en el precio público que se maneja, ya que es muy favorable para el consumidor, generando así que sea un producto de alta basequible en el mercado.	La materia prima utilizada para la elaboración de nuestro producto es de alta calidad, lo cual permite que los clientes se sientan a gusto con la presentación, color y sabor de sabalujon.	Es un producto fácil de elaborar que contiene ingredientes que son abundantes en el mercado nacionales fáciles de adquirir	responsabilidad social al implementar envases amigables con el medio ambiente, creando así un impacto social.	Debido a su bajo contenido de alcohol, facilita que sea consumido con mayor frecuencia en reuniones familiares, encuentros sociales, momentos de ocio, etc, ya que adicional a ser una bebida alcohólica, también es una bebida refrescante, con sabor a fruta, que ayuda a la salud por su contenido vitamínico

# SABALU

Bebida a base de sabajon y lulo natural



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

					proporcionado por los mejores lulos utilizados en la elaboración.
<b>AMENAZAS</b>	Una de las principales amenazas, es la monopolización en el mercado de este tipo de bebidas por parte de grandes industrias como lo es la compañía POLO, la cual por su gran posicionamiento en el mercado dificultará que el consumidor quiera cambiar de marca.	Supermercados que ofrecen bebidas a menor valor, la cual puede llegar a nuestro mercado principal. Adicionalmente estando presente que la ganancia que quiera tener este tipo de plazas nos elevarían considerablemente el valor del producto dejándonos fuera de competencia	Fenómenos naturales o paros agrícolas que pueden encarecer la materia prima, debido a que estos factores externos son variables pueden dejarnos una menor rentabilidad de lo esperado		

## VARIABLE GEOGRÁFICA

Unidad geográfica: Bogotá, Colombia, Barrio Restrepo, Localidad Antonio

Nariño, sus principales vías de acceso son:

- Avenida Caracas (estaciones Restrepo y Fucha del sistema TransMilenio)
- Avenida Primero de Mayo(cll 22y/o 26 Sur)
- AV. Mariscal Sucre Carrera 2487
- Carrera 24G
- AV. Carrera 19
- Carrera 17
- Calle 10B Sur
- Calle 17 sur
- AV.General Santander Carrera 27
- Carrera 18
- AV.Fucha Calle 11 Sur

Nota: Exceptuando la primera, todos cuentan con transporte de buses para el centro y sur de

la ciudad

Tipo de Población: Es un barrio eminentemente comercial donde se destaca la actividad

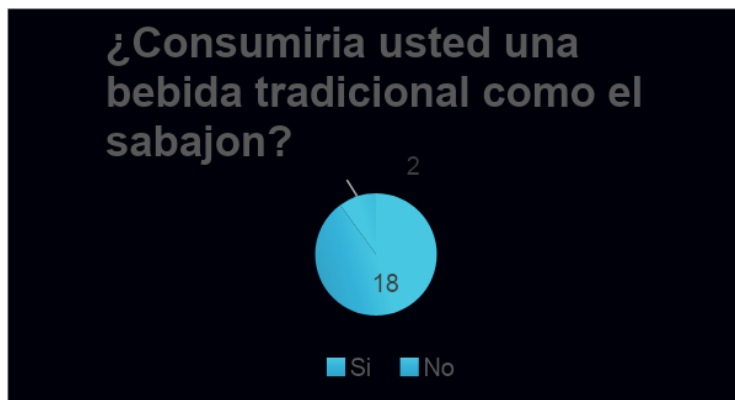


bancaria, instituciones privadas de educación superior, tiendas de ropa y calzado y supermercados entre ellos Almacenes Éxito, Supermercados Colsubsidio, Bodega Surtimax, Almacenes Olímpica y el Centro Comercial Social del Restrepo Comerciantes informales reubicados. También supermercados de salud como Locatel y Farmatodo y tiendas escolares como Panamericana. Posee la plaza de mercado, donde se venden insumos para la alimentación en la transversal 21ª con carrera y calle 19 sur se encuentra la biblioteca pública. Entidades Financieras Como Banco Caja Social, Banco de Bogotá, Banco de Occidente Credencial, Banco Popular Colombiano, Citibank

## ENCUESTAS

### 1. ¿Consumiría usted una bebida tradicional como el sabajon?

Opciones	Valor	Porcentaje
Si	18	90%
No	2	10%
Total encuestas	20	100%



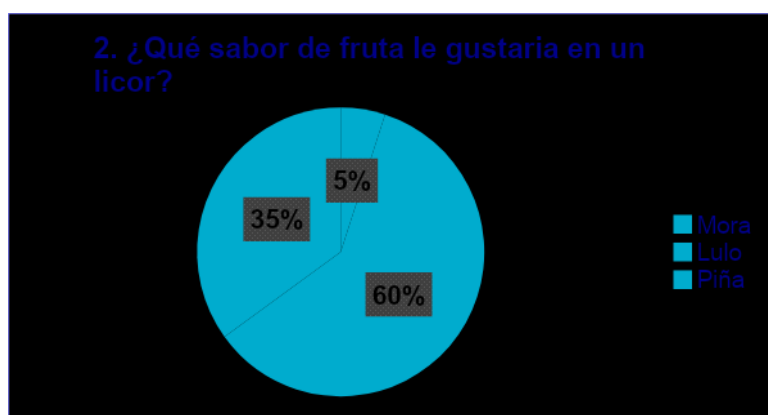
**2. ¿Con que frecuencia consume usted bebidas alcohólicas?**

Opciones	Valor	Porcentaje
Siempre	10	50%
A veces	5	25%
Nunca	5	25%
Total encuestas	20	100%



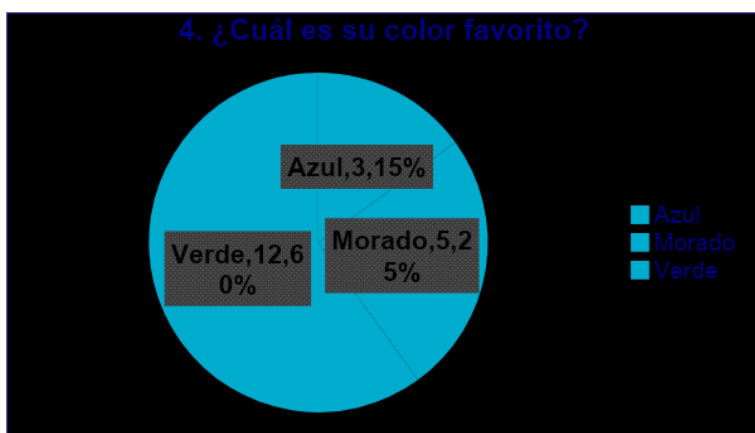
**3. ¿Qué sabor de fruta le gustaría en un licor?**

Opciones	Valor	Porcentaje
Mora	1	5%
Lulo	12	60%
Piña	7	35%
Total encuestas	20	100%



**4. ¿Cuál es su color favorito?**

Opciones	Valor	Porcentaje	
Azul	3	15%	
Morado	5	25%	
Verde	12	60%	
Total encuestas	20	100%	





### **ANALISIS DE LA INFORMACION DE RESULTADOS**

Según los resultados arrojados por las encuestas podemos identificar que las personas aún siguen consumiendo productos con alto grado de alcohol y entre los diferentes tipos de bebidas los aperitivos con un sabor distinto al natural como en nuestro caso incluyendo frutas .

### **PLAZA**

Este producto será comercializado en la ciudad de Bogotá, en el barrio Restrepo, y se distribuirá en las grandes superficies, principales licorerías y tiendas de la zona.