

PAGDCV 2026 - 01



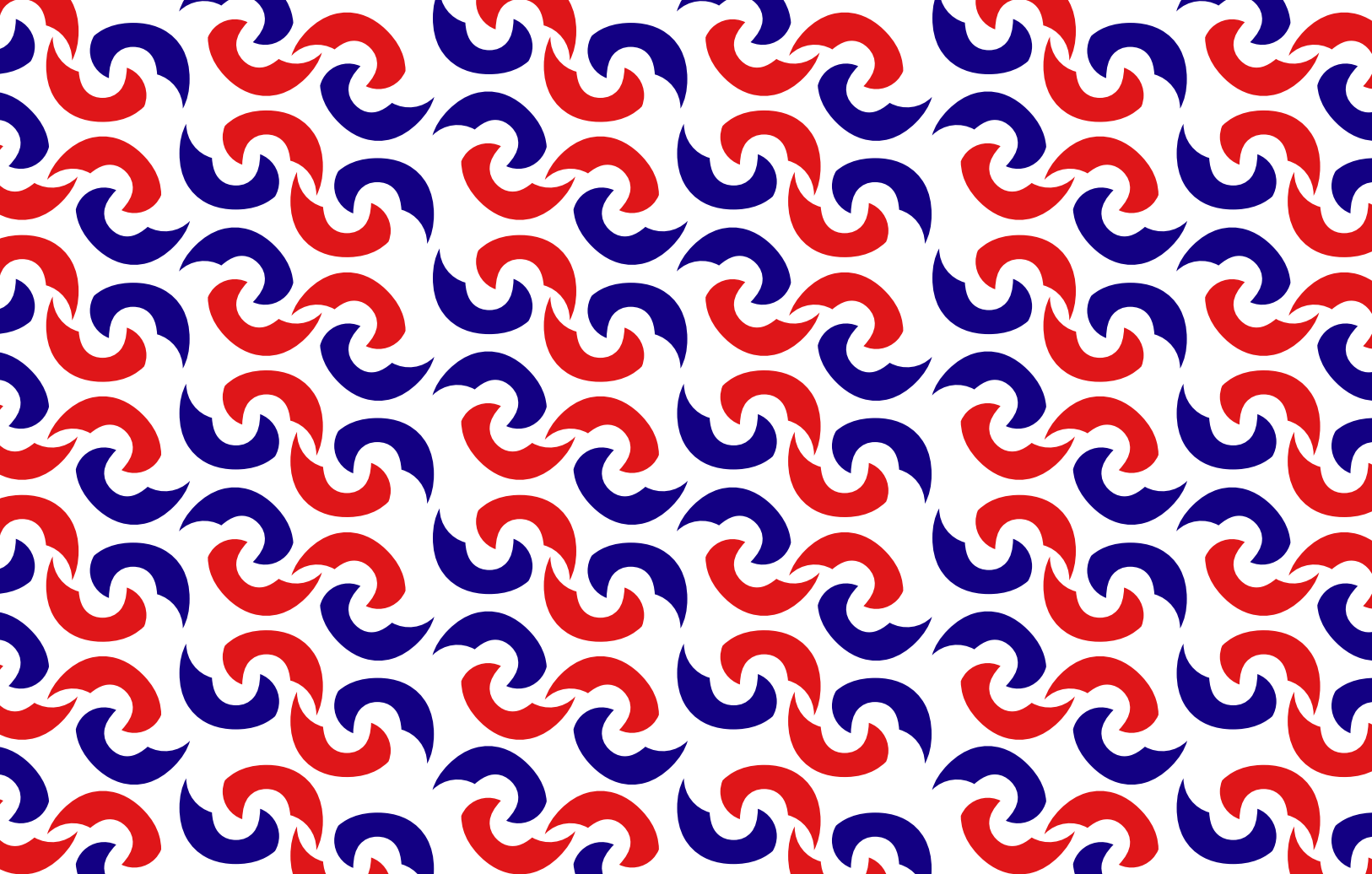
El Sabor que Conecta

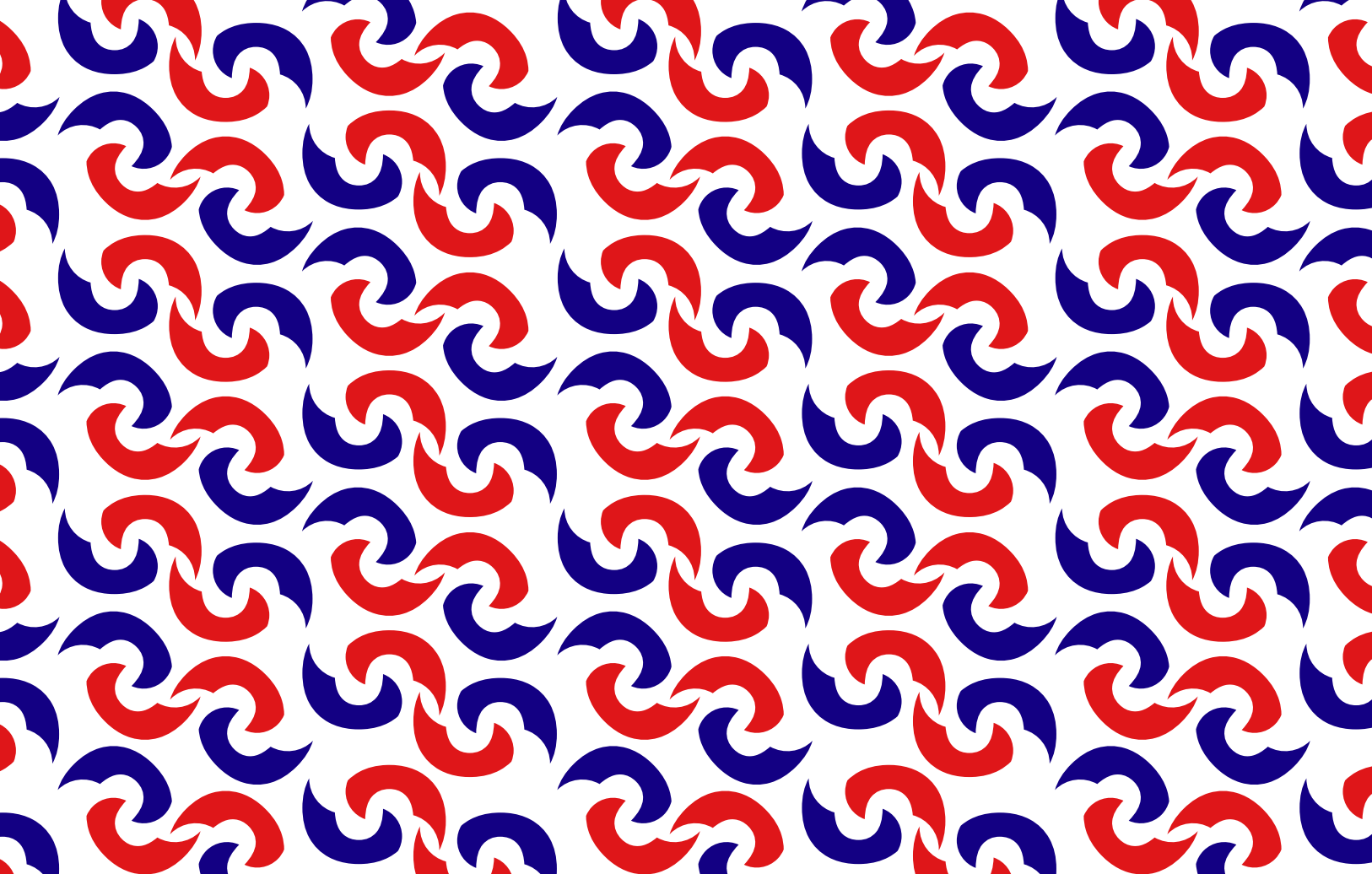
Cartilla de Memoria

Fortalecimiento de comunicación

Jacobo Noreña - Manuela Vásquez









Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

Jacobo Noreña Vacca - Manuela Vásquez Cuervo

Director de Proyecto: Jose Rafael Gonzales

Facultad de Creación y Hábitat

PAGDCV 2026 - 02



ÍNDICE

01 Temática
02 Justificación
03 Objetivo general y específicos
04 Usuario
05 Metodología
06 Narrativa
07 Marca
08 Patrones

09 Empaque
10 Experiencia Santuario
11 - 12 Web
13 Plan de implementación
14 Validación
15 Oportunidad de mejora
16 Conclusión
17 Respeto
18 Agradecimientos



Temática

Fortalecimiento de la identidad de marca y
los canales de interacción de Sabortec

Justificación

Sabortec cuenta con 23 años de trayectoria y una capacidad operativa de excelencia en la industria alimentaria, respaldada por su promesa de utilizar "tecnologías de punta". Sin embargo, la empresa enfrenta una profunda disonancia comunicacional: su presencia digital, anclada en un sitio web estático de 2017 y redes sociales inactivas, contradice su estatus industrial y erosiona su credibilidad.

Esta desconexión resulta crítica frente al comprador B2B, un perfil que hoy realiza investigaciones exhaustivas en línea antes de establecer cualquier contacto comercial y para quien el descubrimiento digital ha superado al tradicional "voz a voz".

Por lo tanto, el proyecto no busca una simple actualización visual, sino aprovechar esta oportunidad estratégica para transformar su consolidada fuerza logística en una experiencia inmersiva. Al alinear su reputación con un ecosistema visual y comunicativo, Sabortec logrará desbloquear nuevos mercados, para así posicionarse como el líder en innovación y servicio de su sector.



Objetivos

General

Proponer una estrategia por medio de un enfoque experiencial inmersivo y comunicativo para el fortalecimiento de la identidad y comunicación de Sabortec.

Específicos

Analizar la situación comunicacional interna y externa de Sabortec mediante un mapeo de sus puntos de contacto para identificar oportunidades de transformación y de impacto.

Proponer una estrategia comunicativa por medio de un enfoque experiencial, interactivo y personalizado para el fortalecimiento de la identidad y comunicación de Sabortec.

Validar la estrategia desarrollada por medio de pruebas de prototipado para comprobar la eficacia y memorabilidad.



Usuarios

Emprendedor



Busca inmediatez digital y una experiencia de compra fluida. Su mayor fricción es el "miedo al precio" y los procesos complejos. Necesita educación y acompañamiento cercano para impulsar su negocio.

Validador Técnico



Es un perfil analítico, exige datos exactos. Su mayor dolor es la pérdida de tiempo al no encontrar la información exacta en la web..

Metodología

Nuestra brújula, guía y traza nuestro camino, asegurando que cada fase del proceso mantuviera el rigor técnico y la orientación necesaria para transformar a la marca en el guía definitiva de la industria.

El viaje se dividió en tres hitos fundamentales:

Exploración y Cartografía

Mapeo de actores clave, la identificación de brechas en la experiencia comercial y análisis del terreno competitivo.

Trazado de ruta

Definición de los perfiles de viajeros, creación del universo narrativo "La Ruta de los Horizontes Infinitos" y diseño de todos los prototipos del nuevo ecosistema físico digital.

Expedición Piloto

Prueba de navegación en terreno real. Diseño y ejecución de tests de usabilidad de las herramientas desarrolladas con usuarios representativos.



La Ruta de los

Horizontes Infinitos

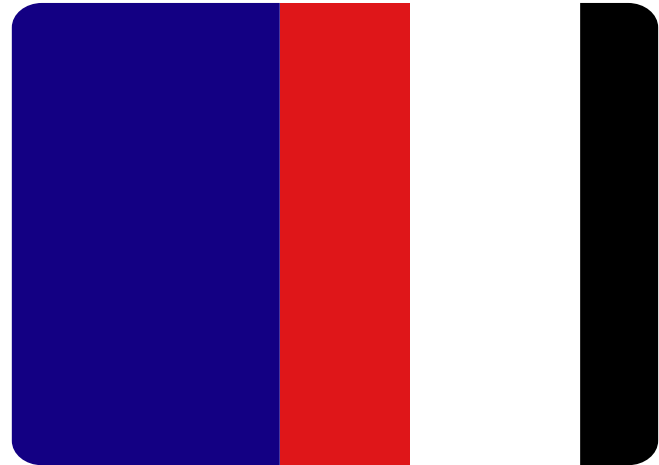
La Gran Caravana del Sabor, un viaje que conecta las zonas de origen con las plantas de producción, utilizando el sabor como un puente estratégico entre culturas y negocios.

Toda la comunicación del ecosistema se rige bajo una promesa clara "Tu visión es el destino, nosotros trazamos el camino".



Marca

Logo, paleta color y tipografía



Mulish

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

Patrones

y personajes



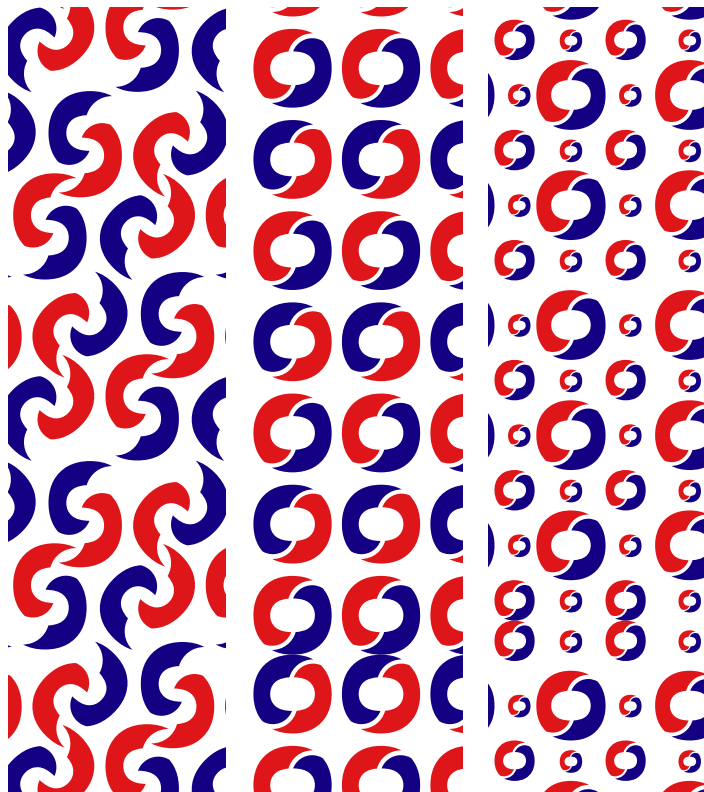
Experto



Emprendedor



Validador técnico



Santuario

El punto de venta evoluciona a un espacio inmersivo. En el santuario, el cliente interactúa y aprende junto al experto aromas, texturas, métodos en tiempo real.



Experiencia

Mural Interactivo

Como elemento de bienvenida, al escanear un código QR, el usuario navega el mapa digital "ADN del Sabor", descubriendo el origen geográfico de los insumos.

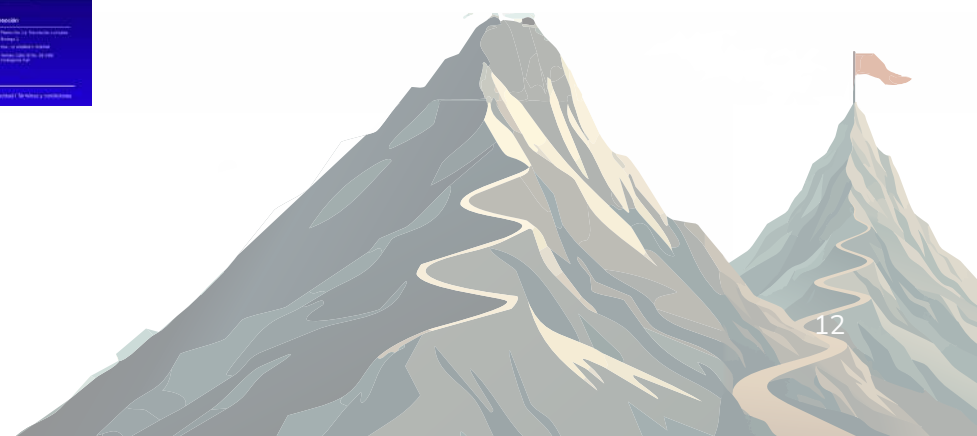


Web

Más allá de ser la web y un e-commerce, la Terminal Digital funciona como el puente hacia el entorno físico. A través de la web, los usuarios pueden agendar citas, consultar dudas específicas y reservar su espacio para los talleres de co-creación en El Santuario, logrando una verdadera experiencia omnicanal.



Web



Plan de implementación

Cimentación

El enfoque inicial es establecer la nueva identidad y facilitar las herramientas físicas de uso diario más urgentes para la industria.

*Difusión Nueva Identidad de marca
Transición del Packaging*

1

Digitalización y Conexión

Una vez cimentada la imagen corporativa, el fin es otorgar autonomía tecnológica al usuario y comenzar a transformar el espacio físico.

*Terminal web
Mural Interactivo*

2

Co-creación

Con los canales visuales y digitales dominados, el esfuerzo operativo se centra al 100% en la experiencia inmersiva presencial.

Apertura del Santuario

Activación agendamiento talleres y citas

3

Validación



Andrés Urbano

Validador técnico

Destacó que el nuevo sistema de íconos en el empaque optimiza ágilmente el trabajo en la línea de producción. Además, validó el gran atractivo de El Santuario como un espacio de aprendizaje esencial que había "esperado por mucho tiempo", sugiriendo únicamente refinar las fotografías de la web y detallar la información de los talleres para mayor claridad.



Nicolás Vivas

Emprendedor autónomo

Resaltó la enorme autonomía que le brinda el Marketplace para facilitar sus pedidos y la versatilidad del nuevo empaque. Confirmó que la transparencia del mural interactivo y la oportunidad de tener una validación sensorial de los productos en los talleres son la clave definitiva para generar confianza en la marca.



Oportunidades de mejora

1

Potenciar la Terminal Digital haciendo uso de ilustraciones más gastronómica e industrial para conectar mejor con la industria.



2

Optimizamos la experiencia en las reservas de "El Santuario", agregando descripciones claras sobre la metodología de los talleres antes del botón de agendamiento, dándole al usuario la confianza y el contexto necesarios para asegurar su compra.

Conclusión

La "Expedición Piloto" demostró que el empaque funcional y el Marketplace resuelven de inmediato las fricciones operativas, la experiencia inmersiva en El Santuario se consolida como el gran diferencial de Sabortec para fidelizar al cliente B2B. Los hallazgos nos permitieron iterar el diseño, enfocando las mejoras y la experiencia de usuario (UX) en la web para asegurar un viaje perfecto.



Agradecimiento

Deseo expresar nuestro más profundo agradecimiento a **nuestras familias** por su apoyo incondicional en cada etapa de este camino. Al profesor **José Rafael González**, por su optimismo, dedicación y por la valiosa guía que nos brindó durante todo el proceso. A nuestro amigo **Julián González**, cuya alegría y motivación fueron fundamentales para seguir adelante. A mi pareja, quien se convirtió en un pilar esencial, brindándome aliento mutuo y fortaleza constante.

Asimismo, agradezco a la profesora **Ángela Sánchez** por recibirnos siempre con una sonrisa y palabras de aliento que nos impulsaron a avanzar.

Finalmente, extendiendo mi gratitud a todas las personas que, de una u otra forma, participaron en este proyecto. A todos ellos, mis más sinceros agradecimientos



