fizz

ORIGEN VIVO

Maria Paula Rocha Rebolledo

Memoria Proyecto de Grado

PADCV 2026-1

CULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT

Pontificia Universidad JAVERIANA Cali

[TRIGLIAS SINDICACIÓN No. 1226 de 2015]





2026 Maria Paula Rocha.

FIZZ. ORIGEN VIVO
Proyecto de Grado - Diseño de comunicación visual
Pontificia Universidad Javeriana Cali

Investigación, diagramación, ilustración y redacción:
Maria Paula Rocha

Directora del proyecto:
Elingth Rosales

Impreso en Cali, Colombia

fizz

ORIGEN VIVO

Maria Paula Rocha Rebolledo

Memoria Proyecto de Grado
PADCV 2026-1

CULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT

Pontificia Universidad JAVERIANA Cali

AGRADECIMIENTOS.

A mis padres, **Carlos Enrique y Maria Fernanda**, que desde el inicio me apoyaron e hicieron todo para darme la oportunidad de estudiar la carrera que escogí.

A mi amiga de toda la vida **Camila Ramirez**, con la que llevo compartiendo desde que tengo memoria, y con la que decidimos hacer este proyecto en conjunto siendo ella de gastronomia y yo de diseño.

A mi asesora **Elingth Rosales** que siempre estuvo apoyandome desde el inicio dandome la confianza que necesitaba para cumplir satosfactoriamente con el proyecto.

Y finalmente a **Max**, mi compañero, mi perro, que a pesar de las trasnochadas y sin importar la hora siempre me acompañó haciendo el esfuerzo para no dormirse hasta yo no haber terminado.

CONTENIDOS.

- Agradecimientos
- Tema
- Justificación y situación abordada
- Objetivos
- Expertos aliados
- Metodología Design Thinking
- Proceso creativo
- Producto y servicio
- Prototipos
- Diseño de marca
- Validación



TEMÁTICA.

Lanzamiento y promoción para bebidas probioticas orientado a la salud intestinal de los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali



JUSTIFICACIÓN.

Surge como respuesta a la evidente falta de alternativas en el mercado de bebidas probióticas y naturales que sean aptas para personas con diversas condiciones alimenticias.

SITUACIÓN ABORDADA.

La creación de una estrategia gráfica de comunicación que acompañe a la promoción y producción del mismo, reforzando el posicionamiento y visualización,

OBJETIVO GENERAL.

Construir una estrategia comunicativa, bajo un enfoque experiencial para el incentivo del consumo de bebidas probióticas en la población estudiantil de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. **Analizar** estrategias de comunicación mediante casos de estudio, para reconocer las acciones y herramientas más adecuadas para la población universitaria.
2. **Diseñar** acciones de promoción y activación visual mediante recursos gráficos interactivos adaptados al entorno universitario, para incentivar el interés y la interacción de los estudiantes con el producto.
3. **Evaluar** la recepción y el impacto de la estrategia a través de herramientas del consumidor CX, para determinar la efectividad de la propuesta en la comunidad estudiantil.



EXPERTO.



Juan Sebastián Ramirez Navas

Profesor Asistente, Departamento de Alimentación y Nutrición
Director, Departamento de Alimentación y Nutrición
Miembro grupo de investigación, Grupo de Investigación Ciencias Básicas y Clínicas de la Salud

USUARIO.

El proyecto se trabajará con estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, en un rango de edad de 17 a 25 años.

ALIADOS.

PLATANITOS COPE



David Arango Arévalo

CUCHUFLETTOS



David Sánchez

PSICOLOGÍA



Franki L. Acosta

METODOLOGÍA DESIGN THINKING.

1 Empatizar

Qué hice?
Investigaciones sobre el mercado de bebidas naturales y funcionales.

Benchmarking de marcas referentes.

Observación en puntos de venta y hábitos de consumo en la universidad.

Encuestas a estudiantes sobre preferencias, necesi dades, y percepción de productos actuales.

2 Definir

Qué hice?
Análisis y recolección de datos recolectados.

Entrevistas con aliados como Platanitos COPE y CUCHUFLETTOS.

Creación de insights que revelan oportunidades de diseño y comunicación.

Definición del problema central desde la perspectiva del usuario.

3 Idear

Qué hice?
LLuvia de ideas (brainstor-ming) para creación de marca, nombre, paleta de color, sabores, conceptos, beneficios, y comunicación.

Mapas mentales y moodboard.

Exploración de tonos visuales, estilos gráficos, y mensajes clave.

4 Prototipar

Qué hice?
Bocetación de logo, etiquetas para botellas, y aplicaciones gráficas.

Diseño de empaques y piezas de comunicación.

Desarrollo de primeros prototipos de la marca FIZZ.

5 Validar

Validación #1
Herramientas del consumidor CX
1. Encuesta de 4 semanas a focus group.
2. Muestra experiencia FIZZ-stands de los sentidos.

Presentación de primeros prototipos.

Experiencia sensorial (vista, olfato, oido, gusto, tacto).

Recolección de retroalimenta-ción.

Validación #2
Evaluación propuestas finales de la marca

fizz
ORIGEN VIVO

Fizz no es solo una bebida natural, también es una experiencia sensorial creada para conectar con las personas de una forma diferente. El proyecto incluye una activación de los sentidos donde, a través de aromas, sabores, texturas y dinámicas interactivas, los usuarios pueden vivir la esencia de la marca y descubrir el bienestar de Fizz de manera más cercana y memorable.

PROCESO CREATIVO.

Tipografía principal **Mezzotint CF**
Tipografía secundaria Satoshi Variable





Uso de formas organicas para diseño de etiquetas

PRODUCTO Y SERVICIO.

Nuestro sistema de experiencia y activación de marca está enfocado en conectar con jovenes universitarios, personas fitness y consumidores interesados en un estilo de vida saludable, especialmente estudiantes de últimos semestres que enfrentan altos niveles de estrés.

A través de una experiencia sensorial dividida en tacto, olor, sabor, estímulo visual y explicación del producto, buscamos que el usuario conozca FIZZ de maneta cercana e interactiva.



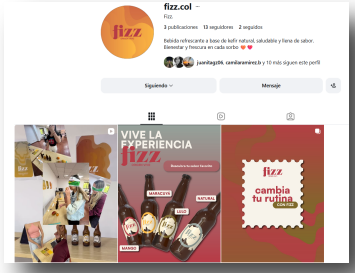


PROTOTIPO INICIAL.

Invitación a la muestra



Redes



Diseño empaque



Diseño etiqueta

Diseño posters



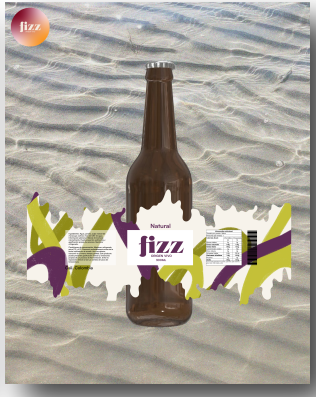


ENGAGEMENT - REDES SOCIALES



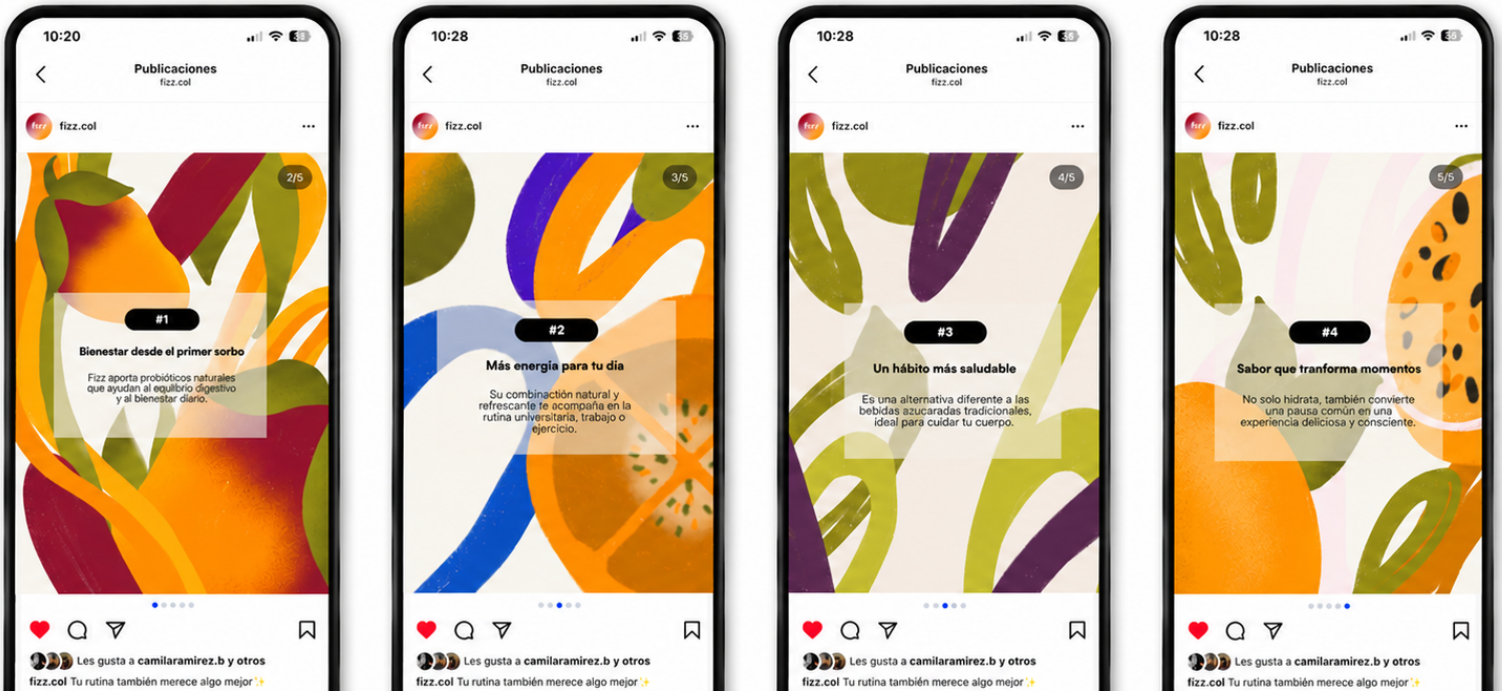






PROTOTIPO FINAL.

ENGAGEMENT - REDES SOCIALES




fizz
ORIGEN VIVO
Un aroma que despierta tus sentidos antes del primer sorbo.
fizz
ORIGEN VIVO
Ese “fizz” característico representa frescura, efervescencia y vida.


fizz
ORIGEN VIVO
Kefir Fizz combina frescura, un toque efervescente y sabores equilibrados que sorprenden al paladar.
fizz
ORIGEN VIVO
Kefir Fizz ofrece una experiencia refrescante que se siente en las manos y en el paladar, reforzando la calidad y naturalidad de la bebida.


Lulo
fizz
ORIGEN VIVO
300ML
Ingredientes: Agua, panela, pulpa natural de maracuyá, cultivos vivos de kefir de agua. Información adicional: Bebida fermentada naturalmente. Puede presentar sedimentos y gasificación propia del proceso. Mantener refrigerado.
Condiciones de conservación: Mantener refrigerado entre 2°C y 6°C. Consumir preferiblemente antes de la fecha indicada en el envase. Una vez abierto, consumir en el menor tiempo posible. Este producto puede presentar gasificación natural y variaciones propias de un proceso de fermentación. Evitar la exposición directa al sol y a cambios bruscos de temperatura.
Cali, Colombia
Información nutricional
Tamaño por porción: 330ml
Porciones por envase: 1
Calorías (kcal) | Por 100ml: 19 | Por porción: 61
Grasas totales | 0g | 0g
Grasa saturada | 0.0g | 0.0g
Grasa trans | 0mg | 0mg
Carbohidratos totales | 5g | 15g
Fibra dietaria | 0g | 0g
Azúcares totales | 5.1g | 16.8g
Azúcares añadidos | 3.9g | 12.9g
Proteína | 0g | 0g
Sodio | 0mg | 0mg
No es fuente significativa de proteína, grasa total, grasa saturada, grasa trans, fibra dietaria y sodio


Natural
fizz
ORIGEN VIVO
300ML
Ingredientes: Agua, panela, pulpa natural de maracuyá, cultivos vivos de kefir de agua. Información adicional: Bebida fermentada naturalmente. Puede presentar sedimentos y gasificación propia del proceso. Mantener refrigerado.
Condiciones de conservación: Mantener refrigerado entre 2°C y 6°C. Consumir preferiblemente antes de la fecha indicada en el envase. Una vez abierto, consumir en el menor tiempo posible. Este producto puede presentar gasificación natural y variaciones propias de un proceso de fermentación. Evitar la exposición directa al sol y a cambios bruscos de temperatura.
Cali, Colombia
Información nutricional
Tamaño por porción: 330ml
Porciones por envase: 1
Calorías (kcal) | Por 100ml: 23 | Por porción: 74
Grasas totales | 0g | 0g
Grasa saturada | 0.0g | 0.0g
Grasa trans | 0mg | 0mg
Carbohidratos totales | 5g | 18g
Fibra dietaria | 0g | 0g
Azúcares totales | 5.0g | 26.5g
Azúcares añadidos | 3.9g | 12.9g
Proteína | 0g | 0g
Sodio | 0mg | 0mg
No es fuente significativa de proteína, grasa total, grasa saturada, grasa trans, fibra dietaria y sodio


Maracuyá
fizz
ORIGEN VIVO
300ML
Ingredientes: Agua, panela, pulpa natural de maracuyá, cultivos vivos de kefir de agua. Información adicional: Bebida fermentada naturalmente. Puede presentar sedimentos y gasificación propia del proceso. Mantener refrigerado.
Condiciones de conservación: Mantener refrigerado entre 2°C y 6°C. Consumir preferiblemente antes de la fecha indicada en el envase. Una vez abierto, consumir en el menor tiempo posible. Este producto puede presentar gasificación natural y variaciones propias de un proceso de fermentación. Evitar la exposición directa al sol y a cambios bruscos de temperatura.
Cali, Colombia
Información nutricional
Tamaño por porción: 330ml
Porciones por envase: 1
Calorías (kcal) | Por 100ml: 26 | Por porción: 85
Grasas totales | 0g | 0g
Grasa saturada | 0.0g | 0.0g
Grasa trans | 0mg | 0mg
Carbohidratos totales | 6g | 20g
Fibra dietaria | 0g | 0g
Azúcares totales | 7.2g | 23.6g
Azúcares añadidos | 3.9g | 12.9g
Proteína | 0g | 0g
Sodio | 0mg | 0mg
No es fuente significativa de proteína, grasa total, grasa saturada, grasa trans, fibra dietaria y sodio


Mango
fizz
ORIGEN VIVO
300ML
Ingredientes: Agua, panela, pulpa natural de maracuyá, cultivos vivos de kefir de agua. Información adicional: Bebida fermentada naturalmente. Puede presentar sedimentos y gasificación propia del proceso. Mantener refrigerado.
Condiciones de conservación: Mantener refrigerado entre 2°C y 6°C. Consumir preferiblemente antes de la fecha indicada en el envase. Una vez abierto, consumir en el menor tiempo posible. Este producto puede presentar gasificación natural y variaciones propias de un proceso de fermentación. Evitar la exposición directa al sol y a cambios bruscos de temperatura.
Cali, Colombia
Información nutricional
Tamaño por porción: 330ml
Porciones por envase: 1
Calorías (kcal) | Por 100ml: 23 | Por porción: 74
Grasas totales | 0g | 0g
Grasa saturada | 0.0g | 0.0g
Grasa trans | 0mg | 0mg
Carbohidratos totales | 5g | 18g
Fibra dietaria | 0g | 0g
Azúcares totales | 8.0g | 26.5g
Azúcares añadidos | 3.3g | 12.9g
Proteína | 0g | 0g
Sodio | 0mg | 0mg
No es fuente significativa de proteína, grasa total, grasa saturada, grasa trans, fibra dietaria y sodio

VALIDACIÓN DEL SISTEMA PRODUCTO

Se usaron herramientas CX para validar tanto prototipos
como la muestra - activación

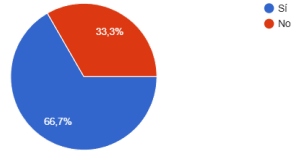
ENCUESTA A FOCUS GROUP - 4 SEMANAS

Semana	Actividad	Datos
1	Primer contacto con el kéfir	Percepción del sabor, curiosidad, primeras impresiones
2	Consumo regular	Cambios en energía, digestión o sensación corporal
3	Integración en rutina	Momentos en los que lo consumen (después de ejercicio, estudio, etc.)
4	Evaluación final	Conocer si continuarán consumiendo y por qué

- Retroalimentación inmediata
- Encuestas de satisfacción

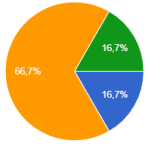
¿Conocías anteriormente el kéfir?

6 respuestas



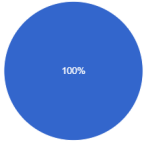
¿Qué estación de la experiencia te llamó más la atención?

6 respuestas



¿Comprarías este producto?

6 respuestas



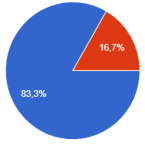
¿La experiencia sensorial te ayudó a entender mejor el producto?

6 respuestas



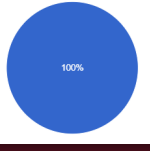
¿Qué tan atractiva te pareció la presentación visual de FIZZ?

6 respuestas



Después de conocer FIZZ, ¿consideras que es una buena alternativa saludable?

6 respuestas



BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI). (2019). Enfoque competitivo No. 117: Macrosnacks. Cámara de Comercio de Cali. https://www.ccc.org.co/file/2019/08/Enfoque-competitivo-N117.pdf

Cali.gov.co. (2023, 25 de septiembre). En Cali se promueven estilos y hábitos de vida saludables para prevenir enfermedades cardiovasculares. Secretaría de Salud Pública de Santiago de Cali. https://www.cali.gov.co/salud/publicaciones/183059/en-cali-se-promueven-estilos-y-habitos-de-vida-saludables-para-prevenir-enfermedades-cardiovasculares/

Cámara de Comercio de Cali. (s.f.). Plataforma cluster: Macrosnacks. https://www.ccc.org.co/plataformacluster/macrosnacks/

Cancino. G (2023). Diseño de estrategia gráfica para la promoción de bebidas naturales inclusivas orientadas a la salud intestinal de los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana Cali]. Repositorio Institucional Vitela. https://vitela.javerianacali.edu.co/items/93bed063-67d6-485e-b3b3-0306b15d94fc

Comercio Exterior Universidad de Barcelona. (2016). Tesina: Montes Francisco — Análisis del sector de bebidas no alcohólicas en Latinoamérica.
https://www.comercioexterior.ub.edu/tesina/tesinasaprobadas/1516/TesinaMontesFrancisco.pdf

Crepes & Waffles. (s.f.). Sitio oficial Crepes & Waffles Colombia. https://www.crepesywaffles.com
Danone. (s.f.). Activia: Essential dairy and plant-based products.
https://www.danone.com/brands/essential-dairy-and-plant-based-products/activia.html

Eaemadrid. (2023, 12 de septiembre). Importancia de elaborar un branding para transmitir emociones. Escuela de Administración de Empresas de Madrid.
https://www.eaemadrid.com/es/blog/importancia-elaborar-branding-transimtir-emociones

Esenttia. (2023, 17 de julio). Industria de bebidas no alcohólicas en Colombia. Esenttia Blog.
https://www.esenttia.co/blog/industria-de-bebidas-no-alcoholicas-en-colombia/

Eventtia. (2023, 11 de agosto). Marketing experiencial: 4 ejemplos de marcas que acertaron.
https://www.eventtia.com/es/marketing-experiencial-4-ejemplos-de-marcas-que-acertaron/

FoodTech LATAM. (2023, 3 de noviembre). Innova Market Insights presenta las áreas de oportunidad para el desarrollo de bebidas funcionales en LATAM. The Food Tech.

García Díaz, L. M. (2022). Estrategias de comunicación visual para promover hábitos de consumo saludable en jóvenes universitarios [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana Cali]. Repositorio Institucional Vitela. https://vitela.javerianacali.edu.co/server/api/core/bitstreams/ca258ba1-b4a7-4a2f-9546-89233f8c7127/content

Hatsu. (s.f.). Hatsu Colombia: Bebidas naturales y saludables. https://hatsu.com.co/

Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. (2023). ¿Qué es una alimentación saludable? https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx

Okf Beverage Co. (s.f.). OKF Corporation: Global beverage brand. https://okf.kr/

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (s.f.). Probióticos: Seguridad alimentaria y calidad. https://www.fao.org/food/food-safety-quality/a-z-index/probiotics/es/

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (1998). Los probióticos en la nutrición humana. https://www.fao.org/4/w0073s/w0073s07.htm

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2001). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2001 [PDF]. FAO. https://www.fao.org/4/am401s/am401s02.pdf

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2023). Dieta saludable: hoja informativa. https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet

Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2023). Manual de normas APA (7.ª ed., versión final, 19 de noviembre de 2023) [PDF]. Pontificia Universidad Javeriana Cali.
https://www.javerianacali.edu.co/sites/default/files/2025-08/Manual_De_Normas_APA.pdf

Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2025). Manual de normas APA (7.ª ed.).
https://www.javerianacali.edu.co/sites/default/files/2025-08/Manual_De_Normas_APA.pdf

Red Cluster Colombia. (s.f.). Cluster de macrosnacks del Valle del Cauca.
https://redclustercolombia.gov.co/initiatives_f/39/show-initiatives

The Food Tech. (2023). Tendencias de consumo de bebidas funcionales en América Latina.
https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/innova-market-insights-presenta-las-areas-de-oportunidad-para-el-desarrollo-de-bebidas-funcionales-en-latam/

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH). (s.f.). Comunicación educativa [PDF]. UAEH.
https://en.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/maestria/documentos/LECT46.pdf

Yakult Honsha Co. (s.f.). Yakult: Probiotic drink official site. https://www.yakult.co.jp/english/





fizz

ORIGEN VIVO