

SABAJÓN DE GUAYABA

Luz Esperanza Prada Forero¹
John Jairo Cáceres Ríos²
María Cristina Rangel Moreno³
Olga Lucía Ariza Walteros⁴

El sabajón es una bebida alcohólica tradicional colombiana, de 14° a 20° alcoholimétricos, que se obtiene por de la mezcla de leche, endulzantes, huevo y alcohol etílico neutro, aguardiente u otros licores; puede contener o no aditivos permitidos por el Ministerio de Salud.

Estandarización del sabajón de guayaba

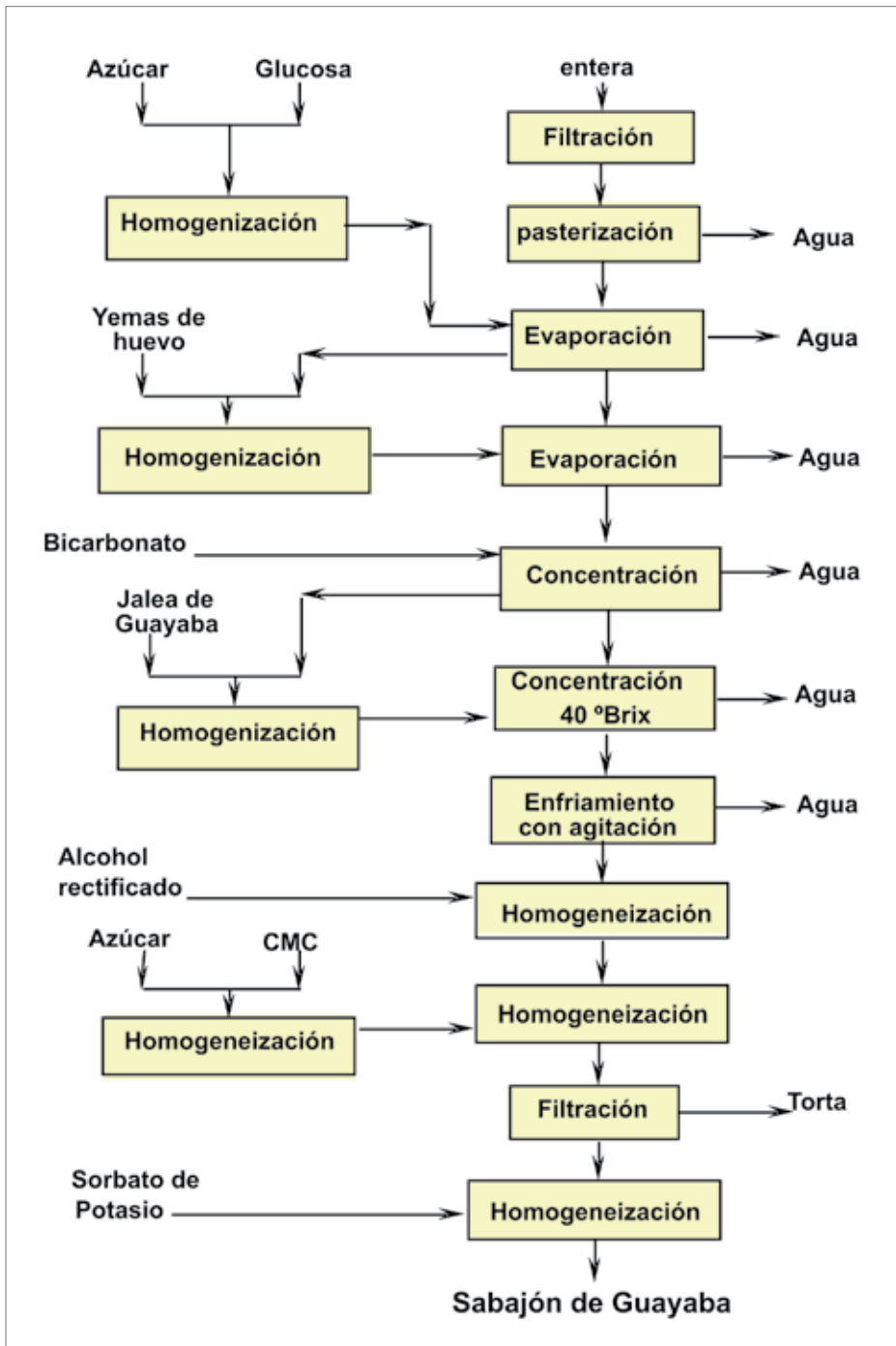
La formulación y estandarización del producto la realizó CORPOICA en la E. E. Cimpa. Tanto el ajuste del proceso como la selección del tipo de empaque, contaron con un panel organoléptico de especialistas.

Siguiendo el diagrama de proceso mostrado en la Figura 1, se trabajó con jalea de 40% _{p/p} de azúcar y 48° Brix, cuya pulpa se refinó mediante una malla de 120 orificios de 1 milímetro por pulgada cuadrada.

El refinado ofrece, en relación con el simple despulpado con una malla de 100 orificios de 1 milímetro por pulgada cuadrada, una sustancial disminución de la torta y, por ende, mayor rendimiento, facilidad y rapidez en el filtrado.

- 1 Ingeniera química. Investigadora Corpoica E.E. Cimpa.
- 2 Técnico. Consultor Corpoica E.E. Cimpa.
- 3 Socióloga. Consultora Corpoica E.E. Cimpa.
- 4 Profesional en gestión empresarial. Corpoica E.E. Cimpa.





Fuente: Jiménez, 2003.

Figura 1. Diagrama de proceso para la producción de sabajón de guayaba

Selección y diseño de empaques y piezas publicitarias

Se trabajó con base en los resultados de las evaluaciones organolépticas y fisicoquímicas realizadas a las muestras a los 0, 10 y 30 días de producción, siguiendo la siguiente secuencia.

Exploración de empaques y ubicación en góndola: como referente para el diseño se indagó sobre las tendencias predominantes en empaques y presentaciones del producto. Para ello se exploraron 15 establecimientos comerciales en Usaquén, en Bogotá; se registraron precios del producto y competencia, volúmenes, sabores, presentación, tipo de empaque empleado, ubicación y contexto en la góndola y estrategias de marketing. Se seleccionó la localidad de Usaquén porque allí están representados todos los estratos socioeconómicos de Bogotá, el mercado más grande del país. Los datos recolectados se tabularon y analizaron encontrándose las siguientes conclusiones:

- En los supermercados, 52% de los licores derivados de la leche son ubicados en la sección de fríos de la góndola, junto con los licores y las cremas de café y whisky.
- Se encontraron 40 marcas de licores a base de leche; 28% de ellas de sabajón.
- El sabajón se comercializa saborizado con vainilla, brandy, coco, café melocotón, chocolate y feijoa.
- Los sabores de sabajón con mayor demanda son los de vainilla y brandy, los cuales se encuentran en 30% de los establecimientos visitados.
- En todos los establecimientos se encontró la marca Apolo®.
- Se comercializan volúmenes de 375 y 750 ml de sabajón.
- El 80% de los envases de sabajón comercial corresponde a botellas de vidrio de 750 ml, transparentes, con banda auto-sellable en la tapa y etiqueta termoencogible.

Selección de materiales de empaque: para las pruebas de empaque primario se seleccionaron cuatro materiales en los cuales se almacenó el producto en condición ambiental de Barbosa, con una intensidad de luz media. Los cuatro materiales son:



- Envase de polietilentereftalato (PET) translúcido
- Envase de vidrio transparente
- Envase de vidrio verde
- Envase de vidrio ámbar
- Se emplearon tapas de polietileno en colores en los envases de todos los materiales mencionados. Sólo los envases de vidrio transparente y ámbar conservaron el producto por más de 30 días. Las menores alteraciones del producto se presentaron en el envase de vidrio color ámbar.

Diseño de la etiqueta, empaque y material publicitario: estas piezas se diseñaron con base en las presentaciones del mercado y en la norma técnica Icontec 4676; como resultado se realizaron un pendón, un separador y seis presentaciones.

Las seis presentaciones de la Figura 2 resultan de la combinación de dos tipos de envase, dos empaques secundarios -uno en madera y el otro en cartulina- y tres etiquetas diferentes en



Figura 2. Diseños de empaques para sabajón de guayaba

tonalidades café, beige y vinotinto. Ambos envases se seleccionaron en vidrio color ámbar; el primero, una botella cuello largo de 750 ml, y el segundo, tipo caneca de 375 ml.

El pendón y el separador mostrados en la Figura 3 presentan una foto del producto servido sobre un fondo negro. Como eslogan se empleó el texto "Sabajón de guayaba: un licor especial para ocasiones especiales".

Reacción de los potenciales clientes

A través de la metodología de "investigación descriptiva concluyente" se realizó una prueba con el propósito de percibir la reacción de aceptación al producto de los potenciales clientes.

La prueba se aplicó a la población estratificada de la ciudad de Bogotá y haciendo uso de la ecuación de Zapata; de esta forma la muestra fue de 119 individuos para los estratos 1 y 2, 136 para los estratos 3 y 4, y 13 para los estratos 5 y 6, para una muestra total de 268 encuestados.



Figura 3. Diseño de pendón y separador para sabajón de guayaba

Los resultados se tabularon y analizaron a través del programa estadístico SPSS® y se hallaron las siguientes conclusiones:

- El 80% de los encuestados en todos los estratos consumen sabajón.
- La marca Apolo® cuenta con el mayor reconocimiento por parte de los consumidores.
- El sabajón tradicional presenta una preferencia de 70%.
- Los estratos medio y bajo prefieren el envase de 750 ml.
- Una vez degustado el nuevo sabajón de guayaba, todos los estratos presentaron una aceptación del producto superior a 90%; les gustaría encontrarlo en tamaños de 375 y 750 ml.
- En general, las características que prefirieron en el nuevo producto fueron el sabor y la suavidad.
- Los estratos medio y bajo reconocen especialmente el sabor de la guayaba en el nuevo producto.
- Todos los estratos presentaron disposición de compra promedio superior a 92%.
- El 80% de los estratos medio y alto preferirían encontrar el producto en los supermercados.
- La frecuencia de compra para todos los estratos es de una vez al mes.
- La presentación con mayor aceptación fue la de lujo con caja de madera, en concordancia con la manifestación de consumir el producto como un regalo típico de la región.
- Los encuestados calificaron el producto de bueno o excelente por su suavidad y el valor nutritivo de la guayaba.

Bibliografía

- Jiménez Rosilys y Prada Luz E. Desarrollo de una formulación para el sabajón de guayaba. En: Compendio de guayaba, Publicación CORPOICA. Litografía La Bastilla, Bucaramanga, 2003, pp. 87-97.
- Jiménez Rosilys. Estandarización de la elaboración de sabajón de guayaba para la agroindustria rural en Colombia. (Trabajo de grado). Barrancabermeja, Universidad de la Paz. Escuela de Ingeniería

- agroindustrial, Barbosa, Santander, CORPOICA E. E. Cimpa, 2003. 182 p.
- Parra Rosalina. Selección y diseño de empaques y material promocional para los nuevos productos a base de guayaba desarrollados por CORPOICA Cimpa: dulce de leche, sabajón y gomas acidas (informe final del contrato de consultoría). Bogota, IICA, Barbosa, Santander, CORPOICA E. E. Cimpa, 2006, 68 p.
- Rangel Cristina. Prueba de concepto para los nuevos productos a base de guayaba desarrollados por CORPOICA en la estación experimental Cimpa: sabajón, dulce de leche y gomitas acidas (informe final del contrato de prestación de servicios). Bogota, IICA, Barbosa, Santander, CORPOICA E. E. Cimpa, 2006, 153 p.
- Colombia. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificaciones. Norma técnica colombiana 2972: debidas alcohólicas, sabajón. Bogota, Icontec, 2001, 50 p.
- Colombia. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificaciones. Norma técnica colombiana 4676: rotulado y empaque de bebidas alcohólicas. Bogota, Icontec, 2001, 50 p.

