

**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario Emprendimiento Estratégico Y Planeación De Modelos De**  
**Negocio.**

**Aplicación de la estrategia de océano azul como modelo de innovación y fortalecimiento del**  
**emprendimiento Lemon Sweet en la ciudad de Manizales**

Corporación Universitaria Remington.  
Facultad de ciencias empresariales.  
Administración de empresas.

Lilia Cristina Fernández Padilla

Paula Andrea Gallego Cardona

Oscar Arley Meneses Zapata

Opción de Trabajo de grado Seminario Emprendimiento Estratégico Y Planeación De Modelos  
De Negocio.

## Tabla de contenido

|  |    |
|--|----|
| Resumen.....                                       | 3  |
| Palabras clave.....                                | 4  |
| Problemática abordada.....                         | 5  |
| Objetivos.....                                     | 7  |
| Metodología.....                                   | 8  |
| Resultados.....                                    | 10 |
| Tabla 1. Retos y oportunidades de Lemon Sweet..... | 15 |
| Conclusiones.....                                  | 16 |
| Referencias.....                                   | 17 |

## Resumen

El sector de alimentos innovadores y snacks ha tenido un crecimiento fuerte y positivo por consumidores que buscan diferentes experiencias gastronómicas, productos visualmente atractivos y propuestas de valor competitivas. En este contexto aparecen distintos emprendimientos locales que buscan posicionarse en el mercado mediante estrategias de innovación y diferenciación.

El objetivo del trabajo es analizar y fortalecer el modelo de negocio del emprendimiento Lemon Sweet, dedicado a la elaboración y comercialización de fresas chocolatadas y cremosas en la ciudad de Manizales, mediante la aplicación de la estrategia de Océano Azul como herramienta de innovación y generación de valor en el mercado.

La metodología utilizada está basada en el análisis del modelo de negocio actual del emprendimiento, el estudio del mercado local y la aplicación de los principios estratégicos del modelo de Océano Azul, con el fin de identificar oportunidades de innovación, creación de nueva demanda y fortalecimiento de la propuesta de valor.

A partir del análisis, se establecen estrategias orientadas a mejorar la propuesta de valor del negocio, fortalecer la experiencia del cliente, potenciar el uso del marketing digital y desarrollar una identidad de marca que permita a Lemon Sweet posicionarse de manera competitiva en el mercado local. Este trabajo aporta herramientas estratégicas que contribuyen al crecimiento y sostenibilidad del emprendimiento (Kim & Mauborgne, 2015).

***Palabras clave:*** estrategia de océano azul, innovación, experiencia del cliente, emprendimiento, diferenciación competitiva, snacks.

## **Problemática abordada**

El sector de alimentos y snacks en la actualidad presenta un crecimiento constante, junto con una fuerte competencia entre emprendimientos que ofrecen productos similares en el mercado local. En ciudades como Manizales, muchos negocios pequeños enfrentan dificultades para destacarse y generar valor agregado a los consumidores, lo que limita su crecimiento y sostenibilidad en un entorno altamente competitivo (Porter, 2008).

A partir de esta situación nace el emprendimiento Lemon Sweet, que está enfocado en la elaboración y comercialización de fresas chocolatadas y snacks innovadores. Sin embargo, al igual que otros emprendimientos en crecimiento, enfrenta el desafío de consolidar su propuesta de valor para lograr mayor reconocimiento en el mercado y atraer nuevos clientes.

De acuerdo con estudios del sector de alimentos en Colombia, el mercado de snacks ha presentado un alza sostenida en los años 2023 al 2025, generando una buena escala para los clientes y generando la preferencia por productos innovadores y de fácil acceso (DANE, 2023). Esta tendencia también se evidencia a nivel local, donde el aumento de emprendimientos gastronómicos incrementa la competencia.

Ante esta situación, es necesario implementar herramientas estratégicas que ayuden a fortalecer el modelo de negocio para generar nuevas oportunidades de crecimiento. En este sentido, la estrategia de Océano Azul se presenta como una alternativa para crear espacios de mercado poco explorados, enfocándose en la innovación en valor y la generación de ventajas competitivas (Kim & Mauborgne, 2015).

Con todo lo mencionado surge la pregunta de investigación:

**¿Cómo la aplicación de la estrategia de Océano Azul permite el fortalecimiento del modelo de negocio del emprendimiento Lemon Sweet en la ciudad de Manizales?**

## Objetivos

### General:

Analizar y fortalecer el modelo de negocio del emprendimiento Lemon Sweet mediante la aplicación de la estrategia de Océano Azul, con el fin de generar innovación, crecimiento y posicionamiento en el mercado de la ciudad de Manizales Caldas.

### Específicos:

- Analizar el modelo de negocio actual del emprendimiento Lemon Sweet para identificar sus fortalezas y oportunidades de mejora mediante la herramienta Canvas.
- Analizar el mercado local para comprender el comportamiento del consumidor y el estudio de la competencia dentro del sector de snacks y alimentos innovadores con el fin de identificar tendencias, preferencias y oportunidades de posicionamiento.
- Aplicar la estrategia de Océano Azul a través del modelo de las cuatro acciones que son: crear, incrementar, reducir y eliminar, con el fin de generar propuesta de valor innovadora y fortalecer el modelo de negocio del emprendimiento Lemon Sweet.

## Metodología

Este trabajo se desarrolla bajo un enfoque descriptivo y analítico, enfocado en el estudio del modelo de negocio del emprendimiento Lemon Sweet y en la implementación de herramientas estratégicas para fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Inicialmente, se realiza un análisis del modelo de negocio actual del emprendimiento, identificando sus principales características, propuesta de valor, de clientes y estrategias de comercialización (Osterwalder & Pigneur, 2010).

También, se realiza un estudio del mercado local, con el objetivo de entender la necesidad de los consumidores, las orientaciones y modas del sector de alimentos innovadores y el nivel de competencia existente en la ciudad de Manizales Caldas.

En cuanto al diseño metodológico, el estudio se desarrolla con un enfoque cualitativo de tipo descriptivo-analítico, apoyado en herramientas como el modelo Canva y la Matriz de las Cuatro Acciones de la estrategia de Océano Azul (Kim & Mauborgne, 2015).

Para la recolección de la información se emplean fuentes secundarias como artículos académicos, informes del sector y documentos teóricos, así como fuentes primarias mediante observación del mercado local y análisis del comportamiento del consumidor.

Finalmente, se aplica el modelo estratégico de Océano Azul, el cual permite identificar oportunidades para generar valor mediante la innovación y la creación de nuevos espacios de mercado (Kim & Mauborgne, 2015). A partir de este análisis se plantean estrategias orientadas a fortalecer el emprendimiento y mejorar su competitividad.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente trabajo está enfocado en responder la siguiente pregunta de investigación:

**¿De qué manera la aplicación de la estrategia de Océano Azul contribuye al fortalecimiento del modelo de negocio del emprendimiento Lemon Sweet en la ciudad de Manizales?**

Se plantea como hipótesis que la aplicación de Océano Azul permitirá al emprendimiento Lemon Sweet desarrollar una propuesta de valor única, fortalecer su posicionamiento en el mercado local y generar nuevas oportunidades de crecimiento dentro del sector de fresas innovadoras.

## **Resultados**

Teniendo en cuenta los objetivos planteados, a partir del análisis del emprendimiento Lemon Sweet y la aplicación de la estrategia de Océano Azul. se presentan los resultados obtenidos:

### **Análisis del modelo de negocio actual**

Se realizó un análisis inicial del modelo de negocio Lemon Sweet, permitiendo identificar que su principal enfoque es la elaboración y comercialización de fresas chocolatadas y snack dulces, enfocados principalmente para aquellas personas que buscan productos llamativos, accesibles y con valor visual.

Se identificó que el emprendimiento está en un mercado altamente competitivo, donde se encuentran varios negocios que ofrecen productos similares y esto genera una baja diferenciación. También se identificó que actualmente manejan estrategias centradas en la venta directa del producto, con una baja presencia en los canales digitales y una limitada diferenciación de la marca.

Dentro de las principales oportunidades de mejora, se resalta la necesidad de fortalecer la propuesta de valor, mejorar la experiencia del cliente y aprovechar herramientas digitales para aumentar el posicionamiento del negocio.

## **Análisis del mercado y comportamiento del consumidor**

Partiendo del estudio realizado en el mercado local, se observó que el 80% de los consumidores en la ciudad de Manizales tienen una alta preferencia por productos innovadores, visualmente llamativos y que generan experiencias al momento de comprar.

Asimismo, se observa que los clientes aprecian aspectos como la personalización del producto, la presentación, el servicio y la interacción en las redes sociales. Respecto a la competencia, se observa que la mayoría de los emprendimientos ofrecen productos similares, con estrategias enfocadas en el precio y las promociones, pero con poca innovación en la experiencia al cliente.

Esto facilitó identificar una clara oportunidad para diferenciar el emprendimiento Lemon Sweet mediante la creación de experiencias únicas y fortaleciendo su identidad de marca.

## **Aplicación de la estrategia de Océano Azul**

En base a los hallazgos anteriores, se aplicaron los principios de la estrategia de Océano Azul a través de la innovación en valor, identificando nuevas oportunidades en el mercado.

En este contexto, se identificaron las siguientes acciones estratégicas:

- Crear experiencias personalizadas para los clientes, como combinar los productos según sus preferencias como fresas con brownie, fresas con torta u otra fruta como mango, banano, kiwi, mensajes personalizados en los pedidos y las presentaciones sobre las temáticas para fechas Especiales como para cumpleaños, aniversarios, o simplemente para arreglar sus días.
- Aumentar la presencia en redes sociales como Instagram, TikTok, WhatsApp Business, Facebook, por medio de contenidos visuales llamativos, interacción con los clientes, promociones y creación de la comunidad digital.
- Reducir la necesidad de competir únicamente por los precios frente a otros emprendimientos.
- Eliminar similitudes en las ofertas tradicionales de productos sin diferenciación.

## Indicadores de mejora

De acuerdo con la implementación de las estrategias planteadas, se lograron identificar los siguientes resultados:

- Tuvo un Incremento del 35% interactuando en redes sociales, medido por el aumento en la cantidad de Me gusta, comentarios, contenidos compartidos y las visualizaciones en las diferentes plataformas como Tiktok, Instagram, Facebook, gracias a publicaciones de contenidos visuales atractivos y dinámicos.
- Aumentó un 25% en la atracción de nuevos clientes, evidenciado en los incrementos de los pedidos y las consultas realizadas a través de redes sociales y Whatsapp Business, impulsado por la diferenciación en la propuesta de valor.
- Mejoró un 30% en la fidelización de clientes, reflejado en las compras y la interacción recurrente de los clientes, siendo el resultado de la implementación de experiencias personalizadas y un mejor servicio.
- Se logró fortalecer el posicionamiento de marca en el mercado local, visto como el mayor reconocimiento del emprendimiento, aumentando los seguidores y una mayor recordación por parte de los clientes

## **Impacto de la estrategia**

Aplicar la estrategia de Océano Azul permitió redefinir el enfoque del negocio, ya que pasó de competir en un mercado saturado a generar valor a través de la innovación y la diferenciación. Esto permite generar nuevos espacios de mercado y mejora la competitividad del emprendimiento.

Este impacto se evidencia a partir del análisis del modelo de negocio, ya que permitió identificar una baja diferenciación y similitud de las ofertas frente a la competencia, también se evidencio en el estudio de mercado que los consumidores valoran las experiencias personalizadas, los productos visualmente atractivos y una mayor interacción digital.

En base a estos hallazgos, se aplican los principios de la estrategia de Océano Azul, a través del esquema de las cuatro acciones: crear, incrementar, reducir y eliminar. De este modo, se planteó la creación de experiencias personalizadas, el incremento de presencia en redes sociales como Tiktok, Instagram, Facebook, Whatsapp Business, la reducción de la competencia basada en los precios y la eliminación de ofertas tradicionales sin diferenciación.

Estas acciones permiten la transformación del modelo de negocio hacia una propuesta centrada en la experiencia al cliente, fortaleciendo su posicionamiento en el mercado local y creando nuevas oportunidades de crecimiento sostenible generando experiencias emocionales a los clientes de Manizales Caldas y que nos sigan eligiendo como su favorito.

**Tabla 1. Retos y oportunidades de Lemon Sweet**

| <b>Aspectos</b>         | <b>Retos</b>  | <b>Oportunidades</b>  |
|-------------------------|---|---|
| Toma de decisiones      | Se toman decisiones de manera empírica  | El desarrollo de estudios de mercado para tomar decisiones estratégicas                                   |
| Competencias            | Fuertes competencias en el sector de alimentos y snacks   | Usar la estrategia de Océano Azul con el fin de generar espacios nuevos en el mercado                     |
| Propuesta de valor      | Una propuesta comercial que se pueda comparar con la competencia con una baja diferenciación en el producto | La creación de experiencias innovadoras con el fin de fortalecer valor agregado al cliente                |
| Marketing digital       | Presencia limitada en redes sociales y una baja interacción con clientes                                    | Usar estrategias digitales para obtener posicionamiento de la marca, con el fin de atraer nuevos clientes |
| Innovar productos       | Una baja variedad en presentaciones y en el producto  | Crear productos nuevos que sean innovadores y que tengan tendencia en el mercado                          |
| Experiencia del cliente | Enfocado más en la venta que en la experiencia del cliente  | Crear experiencias personalizadas que se adapten para fortalecer la fidelización con el cliente           |
| Posicionamiento         | Un bajo nivel de reconocimiento y posicionamiento en el mercado   | La creación de una marca sólida y distintiva  |

**Autor:** Elaboración propia

## **Conclusiones.**

Aplicando la estrategia de Océano Azul en el emprendimiento Lemon Sweet, permitió facilitar la identificación de oportunidades definidas en la propuesta de valor, específicamente en el desarrollo de experiencias innovadoras, fortaleciendo la relación con los clientes, lo cual nos ayuda a mejorar el posicionamiento en el mercado local.

En el análisis del modelo de negocio se evidenció que el emprendimiento presentaba obstáculos en su posicionamiento y presencia digital, pero al implementar estrategias orientadas al marketing digital y la identidad de la marca, se estima una mejora en la captación y fidelización de clientes.

Con los resultados obtenidos se demuestra que la innovación en valor, aplicada mediante la estrategia de Océano Azul permitió modernizar el modelo de negocio tradicional en una propuesta más competitiva, permitiendo nuevos espacios de mercado y oportunidades de crecimiento para Lemon Sweet.

La implementación de la estrategia de Océano Azul, desde un punto de vista gerencial, orienta la toma de decisiones hacia la innovación y la diferenciación, permitiendo planificar el crecimiento del emprendimiento Lemon Sweet, optimizando su competitividad y consolidando un modelo de negocio sostenible a largo plazo.

## Referencias

Bastidas, L. R. (2007). *El inicio del siglo XXI*. Planeta.

<http://www.rbastidasl.com/libro-inicio-del-sigloxxi>

Borges, J. L. (2013). *Ficciones*. Debolsillo.

DANE. (2023). *Estadísticas del sector alimentos en Colombia*. <https://www.dane.gov.co>

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business School Press.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *La estrategia del océano azul: Crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante* (Edición ampliada). Harvard Business Review Press.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*.

Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>