

TRABAJO DE GRADO

Seminario de grado

Plan de negocio para el emprendimiento chía enfocado en alimentación saludable y bienestar integral.

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ciencias Empresariales.

Administración de Empresas

Juliana Astrid Echavarría Gallego

Lizeth Yurani Uribe Guzmán

Tutor: Oscar Arley Meneses Zapata.

Opción de trabajo de grado, Seminario de emprendimiento estratégico y planificación de
modelos de negocio

2026

Tabla de Contenidos

Tabla de contenido

Resumen	3
Palabras clave.....	4
Problemática abordada en el trabajo de grado.....	5
Justificación	6
Objetivos	7
Objetivo general	7
Objetivos Específicos	7
Metodología.....	8
Resultados.....	9
Hábitos de consumo:	9
Portafolio de productos:	10
Entorno competitivo:	13
Modelo de negocio Chía mercado saludable.....	15
Conclusiones.....	16
Referencias.....	18
Anexos	19

Resumen

Pensando en la necesidad de las personas de tener una vida más saludable, presentamos el emprendimiento Chía, cuyo objeto social se especializa en la comercialización de productos saludables y de bienestar integral para mejorar la calidad de vida de la comunidad en general. Este negocio ofrecerá gran variedad de opciones, las cuales incluirán: Snacks, suplementos deportivos, vitaminas y productos naturales como huevos de "Gallinas felices", también encontrarán frutos secos y otra gran variedad de opciones. Chía como modelo de negocio se enfoca en mejorar el estilo de vida mediante productos nutritivos y a precios asequibles, con una tendencia orientada hacia el bienestar, con ello no solo se busca responder a la demanda de opciones de alimentación saludable, también se pretende generar conciencia en los consumidores sobre los cambios de sus hábitos para mejorar su desempeño diario. Chía esta direccionado hacia un segmento de mercado específico, el cual permite que se posicione de forma más competitiva, no solo por la gran variedad de productos y marcas, también ofreciendo una experiencia integral de acompañamiento pre y posventa, siendo este un factor diferenciador para nuestro modelo de negocio. Para ello se realizó un análisis basado en estadística descriptiva con la finalidad de determinar los gustos y las necesidades de los clientes Fitness a los cuales les gusta cuidar su salud, obteniendo resultados bastante interesantes a partir de una muestra de 50 clientes con edades desde 10 hasta 85 años, donde pudimos evidenciar horarios recurrentes en las preferencias de consumo, preferencias en los alimentos basados en productos orgánicos, y la prioridad que las personas le dan a los alimentos que potencien su energía y bienestar en general. Se realiza con el objetivo de implementar estrategias que permitan generar un impacto positivo que nos lleve a la consolidación de Chía como referente en el sector. En síntesis, meternos en la cabeza de los clientes y convertirnos en la mejor opción de mercado con enfoque saludable.

Palabras clave: Mercado saludable, plan de negocio, emprendimiento, bienestar integral, estilo de vida

Problemática abordada en el trabajo de grado: Plan de negocio para el emprendimiento Chía enfocado en alimentación saludable y bienestar integral

¿Cómo puede el emprendimiento Chía crecer de manera sostenible promoviendo hábitos de consumo saludable?

Justificación

En la actualidad, en un mundo en el cual las personas cada vez están más preocupadas por su salud y bienestar general, se ha presentado una creciente demanda de productos que no solo cumplan con parámetros nutricionales y amables con el paladar, las personas cada vez más buscan productos que también les ayude de manera integral a cuidar su salud y por consiguiente alargar su vida. Sin embargo, el mercado de productos saludables se ha quedado corto al momento de suplir dichas necesidades, pues no es fácil salir de tu casa y encontrar establecimientos de comercio que vendan productos que cumplan con sus expectativas de salud, nutrición, bienestar y sobre todo personalización, pues cuando se trata de la salud, cada persona tiene necesidades específicas. Chía como emprendimiento, nace al identificar estas necesidades, teniendo como objetivo suplirlas de manera inteligente, buscando no solo ser un establecimiento de comercio de alimentos saludables, sino promover cambios en los hábitos de consumo de las personas llevándolas a un nivel más elevado en la concepción del bienestar integral. Al ser un mercado tan específico, es la oportunidad perfecta para marcar un punto diferenciador como negocio, es allí donde cobra importancia nuestra estrategia de mercado en la cual buscamos educar y generar nuevos hábitos de consumo, pues los clientes que buscan mejorar su bienestar nos preferirán por hacer las cosas diferentes a nuestros competidores creando confianza y fidelidad a través de estrategias educativas, talleres grupales, QR y folletos con información nutricional adecuada. Se espera con este emprendimiento generar un impacto económico positivo no solo para los inversionistas, sino para la comunidad en general, por medio de la generación de nuevos empleos y oferta competitiva en el mercado saludable, dinamizando el sector y haciéndolo más atractivo para nuevos inversores y nuevos clientes.

Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar un plan de negocio integral enfocados en la comercialización de productos saludables y nutritivos, promoviendo hábitos de consumo saludable a través de estrategias educativas de alto impacto que contribuyan al bienestar y fidelización del consumidor.

Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades del cliente específico, analizando sus hábitos de consumo y las preferencias con respecto a alimentos saludables.
- Diseñar un portafolio de productos saludables acorde con las necesidades del mercado objetivo.
- Analizar el entorno competitivo en el sector de la alimentación saludable, con el fin de identificar oportunidades de diferenciación para el emprendimiento de Chía en el mercado.
- Generar una propuesta de valor en la cual se tenga como objetivo no solo suplir las necesidades de nuestros clientes sino generar una alta rentabilidad que nos vuelva una empresa sostenible en el tiempo.

Metodología

El plan de Desarrollo de Negocio **Chía, Bienestar, Alimentación y salud a otro nivel**, ha sido estructurado bajo un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo con alcance descriptivo a través de un análisis de contenido y categorización de la información por medio de herramientas de análisis del consumidor, realizando recolección de datos por medio de redes sociales, entrevistas informales y entrevistas con expertos en el mercado saludable. Se realizó también un trabajo investigativo para análisis de la competencia, realizando visitas a los almacenes de cadena y tiendas mixtas, tiendas de barrio y supermercados. Nuestro propósito no es solo comprender los hábitos de consumo, necesidades y preferencias de los consumidores en el municipio de Copacabana Antioquia y el área metropolitana en general, también pretendemos hacer un análisis de nuestros competidores, entender como venden los productos, los precios, el entorno en el cual se venden, pero sobre todo, como es el acompañamiento pre y postventa, todo ello con la finalidad de diseñar una propuesta de valor que esté basada en necesidades reales del consumidor, de esta manera convertirnos en su mejor opción al momento de tomar la decisión de compra. Se han utilizado registros y resultados del emprendimiento, como reportes de ventas, comportamiento de cli3entes, control de inventarios y resultados financieros. Todo esto, nos sirvió de base para interpretar y comprender de una mejor manera el desempeño del negocio y oportunidades de crecimiento sostenible.

Con la información obtenida, se logra construir una propuesta de valor que nos dé la oportunidad de diferenciarnos frente a la competencia, ofreciendo productos alineados a las necesidades identificadas, educando al consumidor y promoviendo hábitos de alimentación saludables y responsables.

Resultados

Identificar las necesidades del cliente específico, analizando sus hábitos de consumo y las preferencias con respecto a alimentos saludables.

Hábitos de consumo:

Tras analizar los hábitos de consumo de los habitantes del municipio de Copacabana Antioquia y el área metropolitana del valle de Aburrá, se logra identificar que la mayoría tiende a consumir de manera ocasional alimentos saludables, mas no es constante que consuman este tipo de alimentos. Pudimos notar que actualmente existe un gran interés por adoptar buenos hábitos alimenticios ya que muchos de los consumidores manifiestan que tienen intenciones de mejorar su dieta, la realidad es que muchos continúan realizando compras a las que están acostumbrados, en estas influye mucho el precio, la disponibilidad inmediata e incluso la costumbre de comprar los mismos productos. En gran parte se debe a la limitada educación nutricional la cual influye fuertemente en la toma de decisiones del consumidor y puede ocurrir por varias razones:

- No logran comprender adecuadamente la información que traen las etiquetas de los productos
- En ocasiones, algunos productos pasan como saludables debido al marketing, lo cual genera confusión frente a lo que sí es saludable.
- Los consumidores desconocen cómo se puede integrar los productos saludables en su dieta diaria y todo esto ocasiona opten por productos de más fácil acceso pero que, nutricionalmente, no son los más adecuados.

De esta manera, logramos percibir una gran oportunidad para Chía, incorporando herramientas educativas como los códigos QR y folletos informativos y atención personalizada, con la cual facilitamos la comprensión nutricional y orientamos al consumidor para que elija productos más saludables, de tal manera que, se disminuyan las compras por decisiones

impulsivas o habituales, para lograr que nuestros clientes realicen compra por elección siendo más conscientes de lo que obtienen en cada producto.

Portafolio de productos:

De acuerdo con la información obtenida y basados en los comportamientos y percepciones comunes en los consumidores, además basados en los resultados de nuestras encuestas, logramos identificar hábitos de consumo, preferencias alimenticias y la percepción de valor de los productos saludables. Con ello, se evidencio que hay un gran interés en las personas por mejorar su alimentación y tienen preferencia por productos tales como: frutos secos, suplementos deportivos, también se evidenció un gran interés de las personas en los snacks saludables, las ensaladas, pero lo que más nos sorprendió es la alta preferencia de los clientes por los batidos y jugos naturales, lo cual nos muestra una gran oportunidad de negocio al mejorar y perfeccionar este tipo de productos.



Instagram . (s.f.). Instagram. Recuperado el 3 de abril de 2026 de <https://www.instagram.com/chiamercadosaludables?igsh=Nm52dXVidmR2aGph>

Para el portafolio de productos tenemos:

Línea de snacks:

- ✓ Mix de frutos secos (almendras, nueces, maní)
- ✓ Snacks de semillas (chía, ajonjolí, linaza)
- ✓ Chips saludables (plátano, yuca)
- ✓ Barras energéticas saludables

Suplementos y bienestar:

- ✓ Proteínas (vegetales o tradicionales)
- ✓ Vitaminas y multivitamínicos
- ✓ Batidos saludables
- ✓ Jugos naturales con contenido proteico

Productos naturales

- ✓ Huevos de gallinas felices
- ✓ Granola artesanal
- ✓ Avena y cereales integrales
- ✓ Miel natural

Frutos secos y semillas a granel

- ✓ Almendras
- ✓ Nueces
- ✓ Maní
- ✓ Semillas de chía y linaza

Contamos con código QR donde podrán encontrar recomendaciones básicas de alimentación según el objetivo de cada consumidor (energía, masa muscular, etc.), la información nutricional de cada uno de los productos ofrecidos en el portafolio y todo lo relacionado acerca del origen, calidad y beneficios de cada producto.

Entorno competitivo:

Al analizar el entorno competitivo, pudimos observar que, en el municipio de Copacabana, Antioquia se hallan varios establecimientos que ofrecen variedad de alimentos saludables, incluyendo los supermercados y algunas tiendas fitness. Sin embargo, se puede evidenciar que, aunque ofrecen una variedad de productos, su propuesta de negocio tiene algunas limitaciones ya que solo se enfocan en la comercialización del producto, sin tener en cuenta una adecuada orientación al consumidor que le permita comprender el producto, su uso, beneficios y como integrarlos en la dieta diaria.

Se logra identificar también, que la experiencia de compra es poco educativa, no logran diferenciarse de la competencia ya que no tienen estrategias claras para fidelizar a sus clientes, basándose principalmente en la venta puntual, el precio y ubicación.

Esto representa una significativa oportunidad de diferenciación para nuestro emprendimiento Chía, ya que logramos evidenciar que hay un segmento amplio de consumidores que han manifestado interés por mejorar sus hábitos alimenticios y que, aunque tienen poco conocimiento o están desinformados, también están interesados en prestar más atención a los productos que consumen, buscan que tengan gran valor nutricional. Con nuestra propuesta de valor, educando a los consumidores a través de folletos e información nutricional en códigos QR y atención personalizada, logramos acompañarlos y orientarlos para que obtengan productos que sean benéficos para su salud, de esta manera fidelizamos clientes, nos posicionamos como una marca que no solo vende, sino que también guía y educa al consumidor.

Chía como emprendimiento, nace al identificar las necesidades crecientes de alimentación saludable entre la población, teniendo como objetivo suplirlas de manera inteligente, buscando no solo ser un establecimiento de comercio de alimentos saludables, sino promover cambios en los hábitos de consumo de las personas llevándolas a un nivel más

elevado en la concepción del bienestar integral, también buscamos evaluar la viabilidad del emprendimiento teniendo las ventas como la parte más neurálgica del negocio.

Las ventas definitivamente constituyen el principal motor del emprendimiento para garantizar su sostenibilidad en el tiempo, es por esto que conservar un nivel alto de ventas al inicio del emprendimiento es sumamente importante, pues se debe tener en cuenta que al comienzo de cualquier emprendimiento, la rentabilidad probablemente no será la esperada, allí es donde cobra importancia el poder resistir los primeros meses en los cuales los costos operativos probablemente superarán las ventas mientras se estabiliza el proceso de captación de clientes.

En los primeros meses de actividad los resultados fueron negativos, sin embargo, se evidencia un crecimiento exponencial de clientes frecuentes, lo cual ha ido llevando la rentabilidad a un punto de equilibrio.

Modelo de negocio Chía mercado saludable.



Figura. Modelo de negocio Chía. Elaboración propia.

Conclusiones.

Teniendo en cuenta las necesidades cada vez más crecientes de las personas por alimentarse de manera saludable y alargar sus vidas, Chía como emprendimiento ha demostrado ser una propuesta innovadora al ofrecer una experiencia única de alimentación que aumenta el bienestar de las personas, con una gran variedad de productos, dando la oportunidad a los clientes de probar algo nuevo y diferente, lo cual abre una gran oportunidad en el mercado.

El Plan de Desarrollo de Negocio Chía, permitió evidenciar la importancia de impulsar productos que no solo ayuden a satisfacer las necesidades de los clientes, también que los lleven a tener un bienestar integral y hábitos más saludables. Con una gran variedad de opciones en productos se logrará integrar aspectos nutricionales en el diario vivir y aumentar las probabilidades de preferencia en el mercado.

Se han establecido parámetros para llevar a cabo estrategias que nos lleven a posicionarnos en el sector de alimentación saludable, concientizando a los clientes en mejorar sus objetivos de salud y tener una alimentación equilibrada, de esta manera se logrará aportar en forma significativa a su calidad de vida. Se evidenció que, aunque existe interés por mejorar los hábitos alimenticios, los consumidores aun no cuentan con información clara ni acompañamiento experto, lo cual los limita para adoptar un estilo de vida saludable, por lo tanto, el portafolio de productos y servicios de Chía responde a las necesidades identificadas en los consumidores.

Al realizar las mediciones por medio de las herramientas de análisis del consumidor, se ha podido evidenciar que existe una gran oportunidad de mercado en comunidades con unas

edades específicas las cuales tienen gustos muy marcados por los jugos con contenido proteico y los batidos saludables alcanzando porcentajes de 65%, lo cual abre la posibilidad de incrementar la variedad y especialización en este tipo de productos, con lo que se podrá incrementar exponencialmente el volumen de ventas mensuales en la actividad.

Referencias

Alimentación saludable. (Dakota del Norte). Quien.int. Recuperado el 3 de abril de 2026 de

<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

Greger, M., & Stone, G. (2018). *Comer para no morir: Descubre los alimentos científicamente probados que previenen y curan enfermedades.*

Inchauspé, J. (2022). *La revolución de la glucosa: Equilibra tus niveles de glucosa y cambiarás tu salud y tu vida.*

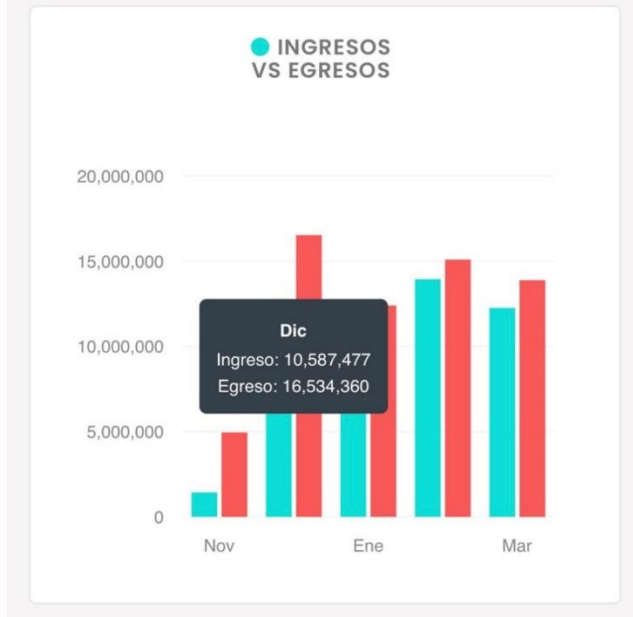
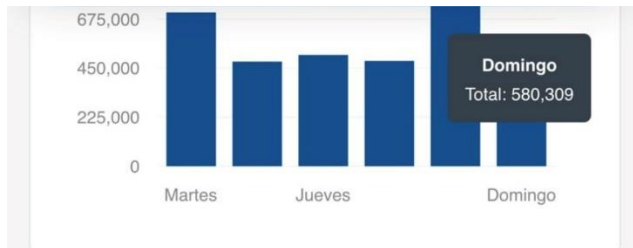
Instagram. (s.f.). Instagram. Recuperado el 3 de abril de 2026 de

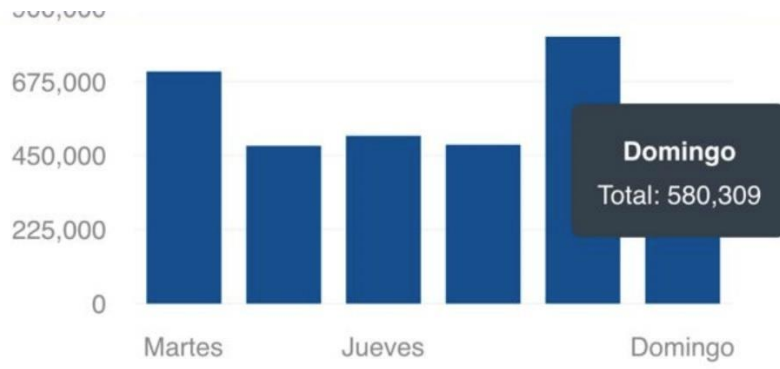
<https://www.instagram.com/chiamercadosaludables?igsh=Nm52dXVidmR2aGph>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Comportamiento del consumidor* (15.^a ed.). Pearson Educación.

Anexos

Indicadores



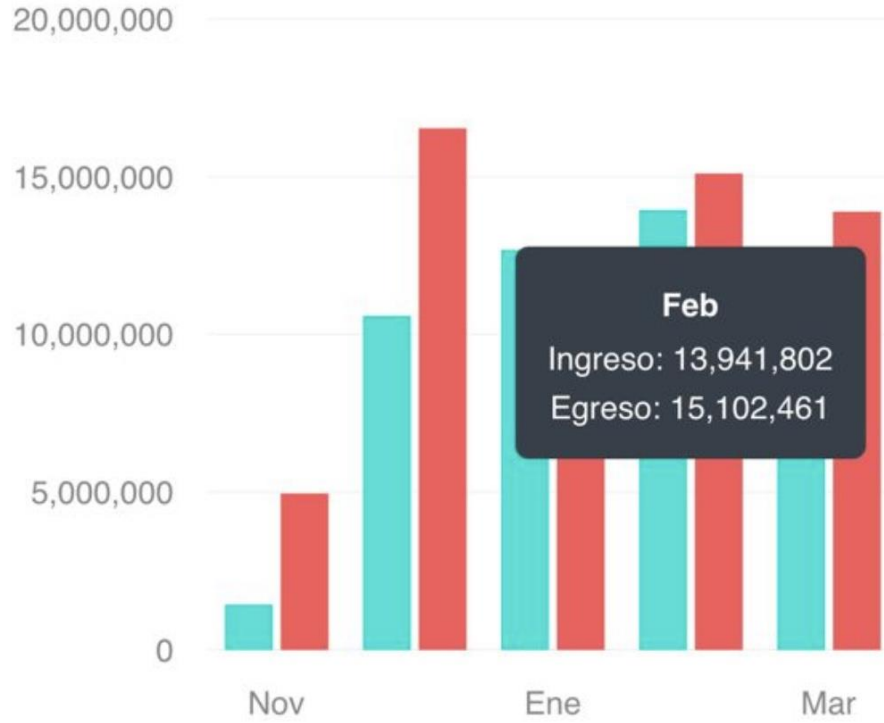


● INGRESOS VS EGRESOS





● INGRESOS VS EGRESOS



Tenemos ya un alto porcentaje de clientes frecuentes, y en el día nos podrían visitar entre 10 a 15 clientes. El promedio de compras por cliente está entre los \$20.000 a los \$80.000 pesos.

UTILIDAD NETA	
Gastos	Total
Compras (sin inventario)	1.647.938,00
Arrendamiento	4.500.000,00
Servicios publicos	849.918,00
Operativos y/o administrativos	1.276.570,00
Otros y/o imprevistos	157.000,00
Nomina	5.386.228,00
Publicitario	42.000,00
Total	

Utilidad Bruta:	8.328.194,51
Gastos:	-13.859.654,00
Utilidad Neta (\$):	-5.531.459,49
Utilidad Neta (%):	-11,18%

De acuerdo a los ingresos por mes desde la que se inició con el emprendimiento.

Se identifica que las pérdidas en productos en el primer mes, fue en panadería por el 85%. Para evitar que en los meses siguientes las perdidas fueran tan altas se tomó como medida de realizar pedidos de pocas cantidades, para poder evitar esto.

Los gastos del Emprendimiento Chía son por conceptos de: arriendo, servicios, liquidaciones de empleados, internet, nominas, productos de aseo. Estos gastos entre el mes de noviembre 2025 a marzo del 2026 han sido de \$13.859.654.

