

**Emprendimiento de medallones de chocolate saludable en Barranquilla: un
producto innovador para un mercado consciente**

Orlando de Jesús Caamaño Vargas

Asesor

Adrián Mauricio García Córdoba

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

2025

Agradecimientos

A Dios, por permitirme llegar a esta etapa de mi vida, por ser mi sostén en medio de los procesos, y por darme la fortaleza y la sabiduría necesarias para enfrentar y superar cada desafío académico, personal y profesional que se presentó a lo largo de esta formación. Sin Su guía y Su dirección, este logro no hubiera sido posible.

A mi familia, por su amor incondicional, por su comprensión en los momentos que debí ausentarme de espacios familiares para dedicarme al estudio, y por su apoyo constante en cada paso de este camino. De manera especial, a mi esposa por su apoyo permanente, su paciencia, su motivación y su aporte indispensable en el desarrollo de este proyecto. Su disposición, asesoría, acompañamiento, retroalimentación y manos amigas fueron fundamentales para la construcción, revisión y avance de este trabajo.

A los docentes y tutores de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, quienes, a través de su experiencia, orientación, conocimiento y exigencia, contribuyeron al fortalecimiento de mis competencias profesionales y al desarrollo del pensamiento crítico, analítico y propositivo. Sus aportes se ven reflejados en este trabajo y en mi crecimiento como futuro profesional.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas, instituciones y fuentes que de manera directa o indirecta aportaron información, recursos, conceptos, datos y conocimientos que enriquecieron este proceso investigativo y permitieron materializar esta propuesta de emprendimiento. Cada aporte, por pequeño que parezca, tiene una huella significativa en el resultado final que hoy presento.

A todos, muchas gracias.

Resumen

El presente proyecto tiene como propósito la creación y puesta en marcha de un emprendimiento en la ciudad de Barranquilla, Atlántico, dedicado a la producción y comercialización de medallones de chocolate decorados con nueces y frutos secos. Elaborados con chocolate de la línea saludable Balance de Casa Luker, este producto responde a la creciente demanda de alimentos funcionales con bajo contenido de azúcar, dirigidos tanto a personas con restricciones alimentarias (como diabéticos), como a quienes buscan snacks saludables y opciones diferenciadas para regalar. La propuesta de negocio integra elementos clave como sostenibilidad, nutrición, diseño innovador y viabilidad económica. Este trabajo contempla la investigación de mercado, la validación del producto mediante encuestas, el análisis estratégico (FODA), la proyección financiera y el modelo de negocio, con el fin de posicionar una marca diferenciada en el sector de alimentos saludables.

Palabras clave: emprendimiento, chocolatería saludable, Barranquilla, medallones artesanales, alimentación consciente, sostenibilidad, innovación, modelo de negocio.

Abstract

The purpose of this project is the creation and implementation of a business venture in the city of Barranquilla, Atlántico, dedicated to the production and marketing of chocolate medallions decorated with nuts and dried fruits. Made with Balance, the healthy chocolate line by Casa Luker, this product responds to the growing demand for functional foods with low sugar content, aimed both at people with dietary restrictions (such as diabetics) and those seeking healthy snacks and unique gift options. The business proposal integrates key elements such as sustainability, nutrition, innovative design, and economic viability. This work includes market research, product validation through surveys, strategic analysis (SWOT), financial projections, and the business model, with the goal of positioning a distinctive brand in the healthy food sector.

Keywords: entrepreneurship, healthy chocolatier, Barranquilla, artisan medallions, conscious eating, sustainability, innovation, business model.

Tabla de Contenido

Introducción	13
Justificación	14
Planteamiento del Problema.....	15
Problemas identificados en la zona donde vivo.....	15
Falta de Opciones Saludables en el Mercado del Chocolate	15
Escasez de Productos Funcionales que Combinen Nutrición y Buen Sabor	15
Dificultad para Encontrar Regalos Innovadores y Personalizados	15
Poca Accesibilidad a Chocolates Artesanales Saludables	16
Baja Diferenciación de Productos en el Segmento de Snacks Saludables	16
Pregunta Problema	16
Objetivos.....	17
Objetivo General.....	17
Objetivo Específicos	17
Marco Teórico.....	18
Marco Conceptual	21
Chocolate Saludable	21
Alimentos Funcionales	21
Emprendimiento	22
Idea de Negocio	22
Sostenibilidad	23
Valor Agregado	23
Diagnostico Estratégico	25

Análisis FODA	25
Fortalezas	25
Debilidades.....	26
Oportunidades	26
Amenazas	27
Fortalecer Propuesta de Valor	28
Propuesta del Proyecto.....	29
Identidad Visual	29
Características del Producto	29
Presentaciones	30
Modelo de Negocio: Lienzo Canvas	35
Metodología	36
Tipo de Estudio	36
Fases del Proyecto	36
Investigación de Mercado	36
Desarrollo del Producto	36
Estrategia de Comercialización	37
Diseño de Presentación	37
Logística	37
Estrategia de Marketing	37
Población	37
Muestra	38
Encuesta: Identificación de Variables	38

Variables Demográficas	38
Variables de Consumo	39
Variables de Preferencia.....	39
Variables de Canales de Compra	39
Análisis de Resultados de la Encuesta.....	40
Validación del Producto con Consumidores.....	42
Resultados Esperados.....	43
Propuesta de Valor del Producto.....	44
Características del Producto	44
Beneficios.....	44
Ingredientes Principales	45
Formatos.....	45
Cronograma de Actividades.....	46
Recursos necesarios	47
Logística y Distribución.....	48
Almacenamiento	48
Cadena de Frio	48
Preparación de Pedidos	48
Rutas y Distribución	48
Aliados Estratégicos	49
Proyección de Crecimiento	49
Estrategia de Marketing	50
Canales de Venta	50

Campaññas Publicitarias	50
Análisis Financiero	51
Indicadores Financieros	51
Riesgos Identificados	52
Estrategias de Mitigación	53
Escalabilidad del Emprendimiento	54
Proyección de Crecimiento Progresivo	54
Corto Plazo	54
Mediano Plazo	54
Largo Plazo	55
Proyecciones de Costos y Ventas	56
Costos de Producción	56
Precio de Venta	58
Proyección de Ventas Mensual	58
Proyección de Ventas Anual	59
Punto de Equilibrio	60
Impacto del Proyecto	62
Impacto Económico	62
Impacto Social	62
Impacto Ambiental	62
Impacto en la alimentación Saludable	63
Indicadores de impacto Social y Ambiental	64
Indicadores de Impacto Social	64

Indicadores de Impacto Ambiental64

Conclusiones66

Recomendaciones.....67

Referencias Bibliográficas68

Apéndices.....70

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Indicadores Claves de Éxito</i>	43
Tabla 2 <i>Cronograma de Actividades</i>	46
Tabla 3 <i>Recursos Necesarios</i>	47
Tabla 4 <i>Escenarios Financieros Alternativos</i>	52
Tabla 5 <i>Estimación de Inversión para la Expansión Semi-Automatizada</i>	55
Tabla 6 <i>Costos Directos (Unidad)</i>	56
Tabla 7 <i>Costos Indirectos (Kit de 8,14 y 28)</i>	57
Tabla 8 <i>Costo Total de Producción (Kit 8 medallones)</i>	57
Tabla 9 <i>Costo Total de Producción (Kit 14 medallones)</i>	57
Tabla 10 <i>Costo Total de Producción (Kit 28 medallones)</i>	58
Tabla 11 <i>Proyección Ventas Mensuales</i>	58
Tabla 12 <i>Proyección Total Primer Semestre</i>	59
Tabla 13 <i>Proyección Anual</i>	59
Tabla 14 <i>Resumen Proyección Total Anual</i>	60
Tabla 15 <i>Resumen Resultados Punto de Equilibrio</i>	61

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Logo del Proyecto</i>	29
Figura 2 <i>Empaque Caja Marrón</i>	30
Figura 3 <i>Empaque Caja Blanca</i>	31
Figura 4 <i>Empaque Cajas Pequeñas</i>	31
Figura 5 <i>Empaque Bolsa Vertical</i>	32
Figura 6 <i>Empaque Bolsa Horizontal</i>	32
Figura 7 <i>Empaque Caja Rectangular</i>	33
Figura 8 <i>Empaque Caja Rosa</i>	33
Figura 9 <i>Empaque Caja Grande Azul</i>	34
Figura 10 <i>Empaque Caja Grande Blanca</i>	34
Figura 11 <i>Lienzo Canvas</i>	35

Lista de Apéndices

Apéndice A *Encuesta Aplicada*.....70

Introducción

En la ciudad de Barranquilla, como en muchas capitales del país, se ha evidenciado un aumento en la demanda de alimentos saludables, impulsado por una mayor conciencia sobre el autocuidado, la nutrición y los beneficios de una dieta balanceada. Esta tendencia se refleja en los hábitos de compra, donde los consumidores priorizan productos funcionales, bajos en azúcar y con ingredientes naturales. Sin embargo, el acceso a chocolates saludables y atractivos en su presentación aún es limitado, lo que representa una oportunidad de negocio para emprendedores locales.

La alimentación saludable ha cobrado una importancia creciente, los consumidores buscan productos que combinen calidad, sabor y beneficios nutricionales. La tendencia hacia opciones más saludables ha impulsado la demanda de snacks funcionales, con menor contenido de azúcar y mayor aporte nutricional.

Este proyecto de emprendimiento surge como respuesta a esta necesidad del mercado, ofreciendo medallones de chocolate saludable, elaborados con la línea Balance de Casa Luker y decorados con nueces y frutos secos. Este producto se dirige a dos segmentos clave: consumidores interesados en snacks nutritivos y personas que buscan opciones innovadoras para regalos en fechas especiales. El desarrollo de este emprendimiento no solo busca generar un impacto positivo en los hábitos alimenticios, sino que también se enfoca en la sostenibilidad del negocio a través de estrategias de gestión, mercadeo y producción eficiente. A lo largo de este trabajo, se presentará el análisis del mercado, la propuesta de valor, la metodología empleada y las proyecciones financieras, con el objetivo de evaluar la viabilidad y el impacto de este proyecto en el sector de alimentos saludables y personalizados.

Justificación

En los últimos años, la creciente preocupación por la salud y el bienestar ha impulsado una transformación en los hábitos de consumo, especialmente en la industria de alimentos y bebidas, cada vez más personas buscan productos que les permitan mantener una alimentación equilibrada sin renunciar al placer de disfrutar sabores tradicionales como el chocolate. Sin embargo, la oferta actual en el mercado presenta limitaciones en términos de opciones saludables, accesibles y con una presentación innovadora.

Este proyecto surge como una oportunidad de negocio que atiende las necesidades de un consumidor cada vez más consciente de su salud y que busca alternativas naturales sin perder el placer del chocolate. Es por eso que esta iniciativa responde a la necesidad de ofrecer un producto que combine calidad, salud y diseño atractivo, dirigido tanto al mercado de snacks funcionales como una opción de regalo personalizada en fechas especiales como Navidad, cumpleaños, Día de la Madre, Amor y Amistad y eventos corporativos, etc., utilizando la línea Balance de Casa Luker, una alternativa de cero azúcares añadidas y alto valor nutricional.

Según un informe de Euromonitor International (2023), indica que el mercado de snacks saludables en América Latina ha crecido un 28% en los últimos cinco años, con una proyección de crecimiento del 6% anual. Además, NielsenIQ (2022), la Organización Mundial de la Salud (2015), destaca que más del 39% de la población adulta a nivel global presenta sobrepeso, lo que ha impulsado la búsqueda de alimentos con bajo contenido calórico y sin azúcares añadidos. Estas cifras refuerzan la pertinencia de productos como los medallones saludables, que combinan nutrición, diseño y placer sensorial.

Planteamiento del Problema

En la actualidad, los consumidores de Barranquilla, Atlántico, al igual que en otras regiones de Colombia, están cada vez más conscientes de la importancia de una alimentación saludable y buscan alternativas que les permitan disfrutar de productos deliciosos sin comprometer su bienestar, además de brindar a sus seres queridos detalles o snack saludables y únicos en fechas o momentos especiales. Sin embargo, el mercado de chocolates en la región aún presenta una brecha significativa que no se ha explotado en su totalidad, en cuanto a en la oferta de productos que equilibren sabor, calidad, innovación y beneficios nutricionales

Problemas Identificados en la Zona donde Vivo

Falta de Opciones Saludables en el Mercado del Chocolate

Aunque existe una gran variedad de chocolates comerciales, la mayoría contienen altos niveles de azúcar, grasas saturadas y aditivos artificiales. Esto representa un desafío para personas con restricciones alimentarias, como diabéticos, o aquellas que siguen dietas bajas en azúcar.

Escasez de Productos Funcionales que Combinen Nutrición y Buen Sabor

Muchos consumidores buscan snacks que no solo sean saludables, sino que también tengan un excelente sabor y presentación. La falta de productos que integren estos elementos limita las opciones disponibles en el mercado.

Dificultad para Encontrar Regalos Innovadores y Personalizados

En fechas especiales, las personas suelen buscar detalles únicos, personalizados, y que puedan transmitir un mensaje significativo para cada ocasión. Sin embargo, los chocolates tradicionales carecen de un valor diferenciador, los cuales carecen de innovación y esto genera que no puedan destacar como regalos especiales.

Poca Accesibilidad a Chocolates Artesanales Saludables

Los chocolates artesanales suelen tener precios elevados y no siempre están disponibles en el comercio local. Esto dificulta que el consumidor pueda acceder a opciones saludables y atractivas a un precio competitivo.

Baja Diferenciación de Productos en el Segmento de Snacks Saludables

Aunque existe una tendencia creciente hacia el consumo de snacks funcionales, la mayoría de las opciones disponibles en el mercado pertenecen a barras energéticas o frutos secos en su forma natural. Esto deja una oportunidad para innovar con productos de chocolate saludable que combinen ingredientes naturales y un diseño atractivo.

Pregunta problema

Dado este contexto, surge la siguiente pregunta clave:

¿Cómo desarrollar en la ciudad de Barranquilla un producto de chocolate que combine calidad, nutrición y una presentación atractiva, dirigido al mercado de snacks saludables y regalos personalizados, garantizando su viabilidad comercial y sostenibilidad en el tiempo?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización de medallones de chocolate saludable en Barranquilla, elaborados con ingredientes de alta calidad, sin azúcar añadida, dirigidos a personas interesadas en una alimentación consciente o con restricciones alimentarias, utilizando herramientas estratégicas que permitan evaluar la viabilidad técnica, comercial y financiera del emprendimiento.

Objetivos Específicos

Analizar el mercado objetivo para identificar sus preferencias, hábitos de consumo y tendencias relacionadas con el chocolate saludable, como base para el diseño del producto y su estrategia de posicionamiento.

Diseñar y desarrollar un producto con estándares de calidad, diferenciación estética y valor agregado, incluyendo la planificación de su producción, almacenamiento y distribución como snack saludable y opción de regalo personalizado.

Estructurar un modelo de negocio viable mediante la estimación de costos, la aplicación de herramientas estratégicas como el análisis FODA y la definición de una estrategia de marketing orientada al posicionamiento en el mercado de alimentos saludables.

Marco Teórico

El consumo de chocolate ha sido históricamente asociado al placer, la indulgencia y el disfrute sensorial. Durante siglos, este producto ha ocupado un lugar especial en la cultura alimentaria de diversas sociedades, ya sea como parte de rituales religiosos en las civilizaciones prehispánicas o como un artículo de lujo en la Europa colonial. Sin embargo, con el avance de la ciencia en áreas como la nutrición, la medicina preventiva y la bioquímica de los alimentos, se ha comenzado a reevaluar su valor más allá del disfrute gustativo. Estudios recientes confirman que el cacao es fuente de flavonoides y polifenoles que contribuyen a la salud cardiovascular, al control de la presión arterial y a la reducción de radicales libres (Martínez-Pérez et al., 2023). Además, investigaciones recientes evidencian que el consumo de cacao con alto contenido de flavonoides mejora la función endotelial y el estado de ánimo (De Araujo et al., 2022).

De hecho, se ha planteado que el consumo moderado de chocolate amargo puede tener un efecto protector frente a enfermedades crónicas no transmisibles (Gómez-Juaristi et al., 2019). Estas evidencias han dado origen al concepto de alimento funcional, es decir, aquellos alimentos que además de nutrir, generan beneficios específicos sobre una o más funciones del organismo, reduciendo el riesgo de enfermedades.

Se ha observado una evolución significativa en la industria del chocolate, que ha comenzado a responder a una demanda creciente de productos con mayor contenido de cacao (preferiblemente superior al 70%), sin azúcares añadidos o con edulcorantes naturales. Esta tendencia va en concordancia con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (2015), que promueve una reducción drástica del consumo de azúcares libres (aquellos añadidos a los alimentos o presentes de manera natural en jugos y concentrados) para prevenir

enfermedades como la obesidad, la diabetes tipo 2, el síndrome metabólico y otros trastornos relacionados con el estilo de vida (OMS, 2015; WHO, 2020).

En Latinoamérica, la tendencia hacia snacks saludables ha mostrado un crecimiento sostenido. Euromonitor (2023) reporta un aumento del 28% en el mercado de alimentos saludables en los últimos cinco años, con una proyección de crecimiento anual del 6%. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2023) también destaca el creciente interés de los consumidores por productos con bajo contenido de azúcar y alto valor nutricional, impulsado por una mayor conciencia de los riesgos de enfermedades crónicas.

Dentro de este contexto emergen propuestas innovadoras como la del presente proyecto, que busca combinar chocolate funcional como el de la línea Balance de Casa Luker, elaborado con edulcorantes naturales como stevia o maltitol, con ingredientes de alto valor nutricional como frutos secos (almendras, nueces, maní) y semillas (chía, linaza, calabaza). Estos componentes son fuente de grasas saludables (omega 3 y omega 6), proteínas vegetales, fibra dietaria, minerales esenciales como el zinc, el magnesio y el fósforo, y compuestos fitoquímicos con propiedades antiinflamatorias. De este modo, el producto final trasciende su rol como simple golosina para posicionarse como un snack saludable, artesanal y funcional.

Desde una mirada de mercado, el auge de la conciencia nutricional ha redefinido las preferencias del consumidor contemporáneo. Las tendencias de consumo consciente y sostenibilidad han transformado el mercado de alimentos funcionales. NielsenIQ (2022), señala que los consumidores de las generaciones millennial y Z buscan productos con etiquetas limpias, de origen local y empaques biodegradables. Esta preferencia representa una oportunidad para

emprendimientos como el de medallones de chocolate saludable, que integran ingredientes funcionales, empaques sostenibles y procesos de producción de bajo impacto ambiental.

Además, el interés por productos locales, artesanales y personalizados ha crecido como respuesta al deseo de autenticidad, conexión cultural y diferenciación. Esto se traduce en oportunidades para emprendimientos que logren conjugar sabor, salud y sostenibilidad, bajo propuestas de valor innovadoras y bien comunicadas. En este sentido, el branding emocional y las estrategias de mercadeo experiencial juegan un papel clave en la fidelización del cliente y la construcción de una comunidad alrededor del producto.

En el caso particular del mercado de Barranquilla y su área metropolitana, si bien existe una oferta incipiente de productos saludables, aún hay un amplio margen para la diversificación, sobre todo en segmentos de snacks premium, productos funcionales de origen natural, regalos personalizados con valor nutricional y propuestas de alto impacto sensorial. A pesar del creciente interés por la vida saludable, muchos consumidores locales aún desconocen alternativas que combinen sabor, nutrición y beneficios específicos. Por tanto, una estrategia educativa, orientada al conocimiento del consumidor sobre los beneficios del cacao y los ingredientes funcionales, se convierte en un pilar esencial del presente proyecto.

Este proyecto no solo se sustenta en términos nutricionales y funcionales, sino también desde el punto de vista de las tendencias del mercado, el comportamiento del consumidor y el potencial emprendedor. La elaboración y comercialización de medallones de chocolate saludable decorados con semillas y frutos secos no solo representa una innovación alimentaria, sino también una apuesta coherente con los valores actuales de sostenibilidad, salud y bienestar integral.

Marco Conceptual

El desarrollo del presente emprendimiento de medallones de chocolate saludable con frutos secos y semillas se sustenta en un conjunto de conceptos clave que permiten comprender su lógica de creación, propuesta de valor, impacto y viabilidad en el mercado. Estos conceptos son fundamentales para estructurar el proyecto desde una perspectiva integral, abarcando los ámbitos nutricional, comercial, social y ambiental.

Chocolate Saludable

El concepto de chocolate saludable hace referencia a una categoría de productos que, sin perder su función sensorial y de disfrute, integran ingredientes con propiedades nutricionales superiores. Se caracteriza por tener un alto contenido de cacao (superior al 70%), bajo o nulo contenido de azúcares añadidos y una composición que puede incluir edulcorantes naturales (como la stevia, el eritritol o el maltitol), así como otros ingredientes funcionales como frutos secos, semillas y frutas deshidratadas.

Desde la perspectiva nutricional, el chocolate oscuro o amargo, elaborado principalmente con pasta de cacao y manteca de cacao, aporta flavonoides, teobromina y magnesio, lo que le confiere propiedades antioxidantes, cardioprotectoras y estimulantes del sistema nervioso (Katz et al., 2011). Su valor diferencial radica en que puede contribuir al bienestar físico y emocional del consumidor, siempre que su consumo sea moderado y esté acompañado de una dieta equilibrada.

Alimentos Funcionales

El término alimentos funcionales fue introducido inicialmente en Japón en la década de 1980 para describir productos que no solo nutrían, sino que también aportaban beneficios adicionales a la salud. Se trata de alimentos que, además de cubrir las necesidades básicas de

nutrientes, influyen positivamente en funciones específicas del organismo, como el sistema inmune, digestivo, cardiovascular o cognitivo.

En el caso de los medallones de chocolate funcional, la combinación de chocolate saludable con nueces, semillas (chía, linaza, ajonjolí, calabaza) y frutas secas fortalece su perfil funcional, ofreciendo fibra dietaria, grasas poliinsaturadas, antioxidantes, minerales y compuestos bioactivos. Estos nutrientes contribuyen a mejorar el perfil lipídico, reducir el estrés oxidativo y promover la saciedad, lo que convierte al producto en un snack apto para consumidores interesados en una alimentación saludable y equilibrada.

Emprendimiento

El emprendimiento es un fenómeno complejo que implica creatividad, visión estratégica, gestión de recursos y capacidad de asumir riesgos. Según Joseph Schumpeter (1934), señala que es un proceso de “destrucción creativa” mediante el cual se rompen esquemas tradicionales para introducir nuevos productos, procesos, métodos o modelos de negocio. En la actualidad, se entiende como la capacidad de transformar ideas en acciones que generan valor económico, social o ambiental.

Este proyecto de emprendimiento responde a una oportunidad detectada en el mercado: la creciente demanda por productos que combinen salud, estética y sostenibilidad. La propuesta se enmarca dentro del modelo de negocio de microemprendimientos artesanales, con enfoque en el consumo consciente y el desarrollo local.

Idea de Negocio

La idea de negocio es el punto de partida de todo emprendimiento. Surge de la observación del entorno, la identificación de necesidades insatisfechas, la interpretación de tendencias de consumo o incluso de experiencias personales. En este caso, la idea nace ante la

escasez de opciones de chocolates saludables, estéticamente atractivos y a precios accesibles, tanto como snack como producto de regalo.

La idea se concreta en una propuesta que conjuga nutrición, diseño y personalización, orientada a segmentos de mercado como consumidores saludables, personas con restricciones alimentarias, compradores de regalos originales y clientes conscientes del impacto ambiental de sus decisiones de consumo.

Sostenibilidad

La sostenibilidad se refiere a la capacidad de un proyecto o modelo de negocio para sostenerse en el tiempo sin comprometer los recursos naturales, sociales o económicos que le dan soporte. En el contexto de este proyecto, la sostenibilidad se traduce en diversas acciones como: Uso de ingredientes de origen responsable y natural, procesos de elaboración artesanales, con bajo impacto ambiental, empaques biodegradables, reciclables o reutilizables, promoción de prácticas de consumo consciente.

Además, se busca promover alianzas con proveedores locales y emprendedores del sector agroalimentario, contribuyendo así al desarrollo económico de comunidades cercanas y fortaleciendo el tejido productivo regional.

Valor Agregado

El valor agregado es el conjunto de atributos diferenciadores que hacen que un producto sea percibido como superior o más atractivo frente a la competencia. Este valor puede estar relacionado con aspectos tangibles (ingredientes, empaque, diseño) o intangibles (historia del producto, impacto social, beneficios emocionales o de salud).

En este proyecto, el valor agregado está compuesto por varios elementos: La combinación de sabor, nutrición y estética, el enfoque en la salud y el bienestar del consumidor,

la presentación personalizada y apta para regalo, el uso de ingredientes naturales y la coherencia entre propuesta de valor, impacto ambiental y precio justo.

Este valor agregado fortalece la propuesta comercial, mejora la percepción del cliente y favorece la fidelización en mercados sensibles a la calidad y la autenticidad.

En conjunto, los conceptos aquí desarrollados proporcionan una base teórica sólida para el diseño y ejecución del proyecto. El entendimiento del chocolate como alimento funcional, combinado con una perspectiva emprendedora centrada en la sostenibilidad y el valor agregado, permite posicionar el producto como una propuesta innovadora y pertinente en el contexto actual del mercado local y regional. Estos elementos guían no solo la formulación del producto, sino también la estrategia de marketing, los canales de distribución y la visión de crecimiento del emprendimiento.

Diagnostico Estratégico

Análisis FODA

El análisis FODA permite identificar los factores internos y externos que inciden en el desarrollo del producto, facilitando la toma de decisiones estratégicas. Esta herramienta ayuda a anticiparse a posibles desafíos, capitalizar oportunidades del mercado y consolidar una propuesta de valor competitiva. En este proyecto, el FODA actúa como base para formular estrategias de marketing, producción y crecimiento sostenible.

Fortalezas (Factores Internos Positivos)

- Producto Saludable y de Calidad. Uso de chocolate de la línea saludable Balance de Casa Luker, reconocido por su bajo contenido de azúcar y alta calidad.
- Diferenciación en el Mercado. Propuesta innovadora de medallones decorados con nueces y frutos secos, dirigidos a regalos personalizados y al consumo diario.
- Presentación Atractiva y Funcional. Con cajas especiales para fechas conmemorativas y empaques individuales para cualquier ocasión.
- Nicho de Mercado Claro. Enfoque en consumidores conscientes de su salud y personas interesadas en regalos únicos y saludables.
- Proceso de Producción Artesanal. Permite personalización del producto y control de calidad detallado en cada lote.
- Compromiso con la Sostenibilidad. Uso de empaques ecológicos y producción con cacao de origen responsable, lo que fortalece la imagen de la marca en el segmento de consumidores eco-conscientes.
- Flexibilidad en la Oferta. Posibilidad de ajustar sabores y combinaciones según tendencias y preferencias del cliente, aumentando la fidelización.

Debilidades (Factores Internos Negativos)

- Limitaciones en la Capacidad de Producción. Al ser un proceso artesanal, la escalabilidad inicial es limitada.
- Dependencia de Proveedores Específicos. La calidad del producto depende del suministro constante de chocolate de la línea Balance y frutos secos.
- Costos de Producción más Altos. Los ingredientes de calidad y la personalización implican mayores costos, lo que puede impactar el margen de utilidad.
- Reconocimiento de Marca. Como emprendimiento nuevo, se requiere una inversión en marketing para posicionarse en el mercado.
- Falta de Automatización. El proceso manual requiere tiempo y mano de obra, lo que puede retrasar tiempos de entrega en grandes pedidos.
- Desafíos en la Distribución. La necesidad de mantener la cadena de frío y la fragilidad del producto pueden generar retos logísticos adicionales.
- Tiempo de Aceptación en el Mercado. Al ser una propuesta innovadora, podría requerir más tiempo para que los consumidores la adopten y confíen en la marca.

Oportunidades (Factores Externos Positivos)

- Crecimiento del Mercado de Alimentos Saludables. La tendencia global hacia un estilo de vida saludable aumenta la demanda de productos bajos en azúcar y nutritivos.
- Segmento de Regalos Personalizados en Expansión. Aumento del interés en obsequios diferenciados para fechas especiales (Navidad, Día de la Madre, Amor y Amistad, eventos corporativos, etc.).
- Uso de Canales Digitales. Crecimiento del comercio electrónico y redes sociales facilita la comercialización del producto a bajo costo.

- Colaboraciones con Tiendas Saludables y Empresas Locales. Alianzas estratégicas que permiten mayor visibilidad y ventas directas.
- Conciencia Ambiental. Oportunidad de diferenciarse con empaques biodegradables y políticas de responsabilidad social.
- Tendencia de Consumo Premium. Mayor disposición de los consumidores a pagar por productos artesanales y de alta calidad con beneficios funcionales.
- Auge del Marketing de Influencia. Posibilidad de generar confianza y promoción del producto a través de influencers en redes sociales.

Amenazas (Factores Externos Negativos)

- Competencia Creciente en el Mercado Saludable. Existen otras marcas de chocolates saludables y snacks que podrían competir en precio y oferta.
- Fluctuación en Costos de Materia Prima. El precio del cacao y los frutos secos puede ser volátil, afectando los costos de producción.
- Cambios en el Poder Adquisitivo de los Consumidores. La situación económica puede impactar la decisión de compra de productos.
- Competencia de Productos Tradicionales. Chocolates y snacks convencionales con precios más bajos podrían atraer a consumidores menos exigentes.
- Riesgo Logístico. Problemas en la cadena de distribución o retrasos en entregas podrían afectar la satisfacción del cliente.
- Barreras de Entrada en Grandes Supermercados. La distribución masiva podría ser difícil de alcanzar debido a acuerdos preexistentes con grandes marcas.
- Normativas y Regulaciones Sanitarias. Posibles restricciones en el etiquetado y formulaciones que podrían generar cambios en la producción.

El proyecto de medallones de chocolate saludables tiene un potencial significativo al combinar calidad, salud y diseño innovador. Las fortalezas del producto y las oportunidades del mercado saludable y de regalos permiten un posicionamiento exitoso si se gestionan adecuadamente las debilidades y amenazas, como la capacidad de producción, costos y competencia.

Fortalecer la Propuesta de Valor

- Optimizar la Capacidad de Producción incorporando procesos semi-automatizados para mantener la calidad artesanal y mejorar la escalabilidad.
- Fortalecer la Marca a través del Marketing Digital implementando campañas en redes sociales con influencers que generen contenido educativo y testimonios de clientes para generar confianza.
- Explorar Alianzas Estratégicas colaborando con tiendas locales para potenciar las ventas y crear una base sólida de clientes.
- Diversificar la Línea de Productos incluyendo nuevas variedades de medallones con ingredientes funcionales como super alimentos, proteínas o probióticos.
- Asegurar una Logística Eficiente garantizando la frescura y calidad del producto con un sistema de distribución optimizado.
- Implementar Estrategias de Fidelización ofreciendo programas de recompensas o suscripciones para clientes recurrentes.

Propuesta del Proyecto

El proyecto plantea el desarrollo de un emprendimiento dedicado a la producción artesanal de medallones de chocolate saludable decorados con nueces y frutos secos, diseñados para dos propósitos:

- Regalo Especial. Presentaciones personalizadas en empaques atractivos para fechas especiales como Navidad, cumpleaños, Día de la Madre, entre otros.
- Snack. Un producto nutritivo y práctico para consumidores que buscan alternativas saludables.

Identidad Visual

Figura 1

Logo propuesto para la marca del Proyecto



Nota: Diseño realizado como parte del desarrollo de identidad visual del proyecto.

Características del Producto

El producto se elabora a partir de chocolate de la línea saludable *Balance* de Casa Luker, reconocido por su formulación libre de azúcares añadidos y por conservar únicamente los azúcares naturales presentes en el cacao. Este tipo de chocolate, además de ofrecer un sabor auténtico y balanceado, es una fuente natural de antioxidantes que contribuyen al bienestar

general del consumidor. La mezcla se complementa con una selección de frutos secos y semillas de alta calidad, entre ellos almendras, pistachos, macadamias, semillas de marañón, calabaza, maní, arándanos y nueces del Brasil, que aportan textura, valor nutricional y una experiencia sensorial diferenciada. En conjunto, estos ingredientes garantizan un producto saludable, nutritivo y atractivo, pensado para satisfacer tanto el gusto como las necesidades de los consumidores que buscan opciones más naturales y funcionales dentro del mercado del chocolate.

Presentaciones

Los medallones serán presentados en elegantes cajas de regalo con diseños personalizados para fechas especiales, acompañadas de una tarjeta con mensaje. Asimismo, se emplearán bolsas biodegradables para su formato individual tipo snack. El principal valor diferencial del producto radica en su carácter innovador, al combinar una propuesta saludable, visualmente atractiva y económicamente accesible, con un firme compromiso hacia la sostenibilidad.

Figura 2

Empaque Caja Marrón



Nota: Propuesta de empaque desarrollada para resaltar una presentación limpia, personalizada y elegante del producto.

Figura 3*Empaque Caja Blanca*

Nota: Propuesta de empaque desarrollada para resaltar una presentación limpia, personalizada y elegante del producto.

Figura 4*Empaque Cajas pequeñas*

Nota: Propuesta de empaque desarrollada para resaltar una presentación limpia, personalizada y elegante del producto.

Figura 5*Empaque Bolsa Vertical*

Nota: Diseño de empaque ecológico, orientado a la presentación individual tipo snack y alineado con el compromiso sostenible del proyecto.

Figura 6*Empaque Bolsa horizontal*

Nota: Diseño de empaque ecológico, orientado a la presentación individual tipo snack y alineado con el compromiso sostenible del proyecto.

Figura 7*Empaque Caja Rectangular*

Nota: Propuesta de empaque para la comercialización del kit de 8 unidades, combinando funcionalidad y atractivo visual.

Figura 8*Empaque Caja Rosa*

Nota: Propuesta de empaque para la comercialización del kit de 8 unidades, combinando funcionalidad y atractivo visual.

Figura 9*Empaque Caja Grande Azul*

Nota: Propuesta de empaque desarrollada para resaltar una presentación limpia, personalizada y elegante del producto.

Figura 10*Empaque caja grande Blanca*

Nota: Propuesta de empaque desarrollada para resaltar una presentación limpia, personalizada y elegante del producto.

Modelo de Negocio: Lienzo Canvas

Con el fin de estructurar de forma clara y visual el modelo de negocio del emprendimiento de medallones de chocolate saludable, a continuación, se presenta el Lienzo Canvas, herramienta que permite analizar de manera integral los nueve componentes esenciales de la propuesta de negocio, facilitando su comprensión e implementación en el mercado.

Figura 11

Lienzo Canvas del emprendimiento de medallones de chocolate saludable en Barranquilla.

<p>Asociaciones Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de chocolate saludable y frutos secos locales. • Diseñadores gráficos para el branding y empaques. • Plataformas de pago y logística. • Tiendas de productos saludables como canales de distribución. • Influencers de vida saludable para promoción. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción artesanal. • Diseño de empaques personalizados. • Estrategias de marketing digital. • Distribución y logística para entregas locales. • Innovación de empaques. <p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima de calidad. • Personal de producción y marketing digital. • Redes sociales y plataformas de venta en línea. • Alianzas con proveedores y distribuidores locales. 	<p>Propuestas de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medallones de chocolate saludable con alto porcentaje de cacao y sin azúcares añadidos. • Decoración con nueces y frutos secos de alta calidad. • Presentaciones personalizadas para regalos en fechas especiales. • Empaques biodegradables, • Producto funcional con beneficios nutricionales sin sacrificar sabor. 	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada por canales digitales. • Seguimiento postventa para satisfacción y retroalimentación. • Promociones en fechas especiales. <p>Canales de Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales: Instagram Facebook y WhatsApp. • Ferias locales de emprendimiento y salud. • Tiendas de productos saludables. • Alianzas con empresas para regalos corporativos. 	<p>Segmentos de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adultos jóvenes (25-45 años) interesados en alimentación saludable. • Personas con restricciones alimenticias (diabéticos, dietas keto). • Consumidores que buscan snacks funcionales. • Clientes que adquieren regalos diferenciados para fechas especiales. • Empresas interesadas en obsequios corporativos saludables.
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de materia prima (chocolate, nueces, empaques). • Mano de obra para producción y empaque. • Publicidad y marketing digital. • Logística de distribución. • Costos administrativos y operativos. 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de kits de medallones en diferentes presentaciones (8, 14 y 28 unidades). • Ingresos por ventas corporativas en fechas especiales. • Paquetes de suscripción mensual de snacks saludables. 		

Nota: Adaptado de “*Business Model Generation*” por A. Osterwalder y Y. Pigneur (2010), Wiley & Sons. El contenido del lienzo corresponde al proyecto de grado “*Medallones de chocolate saludable en Barranquilla*”, de elaboración propia (2025).

Metodología

Tipo de Estudio

El proyecto utiliza un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), donde se realizan encuestas y entrevistas para su estudio:

- **Cuantitativo:** Encuestas a consumidores potenciales para validar el interés y definir preferencias de precio, tamaño y presentación.
- **Cualitativo:** Entrevistas con expertos en chocolatería y nutrición para garantizar la calidad del producto.

Fases del Proyecto

Estas son las diferentes etapas que componen el desarrollo y ejecución del proyecto de medallones de chocolate saludables. Cada fase es crucial para garantizar el éxito del emprendimiento, desde la validación de la idea, organización y planeación hasta su comercialización y distribución.

Investigación de Mercado

Se realiza un estudio de mercado mediante encuestas en redes sociales (Instagram, Facebook, Tik Tok, entre otras) y grupos de interés para conocer las preferencias del público objetivo. Esta fase permite identificar tendencias de consumo, demanda potencial y segmentación del mercado.

Desarrollo del Producto

Se llevan a cabo pruebas con diversas combinaciones de ingredientes, priorizando la calidad y los beneficios nutricionales. También se experimenta con diferentes diseños de empaques para garantizar una presentación atractiva y funcional, acorde con las expectativas del consumidor.

Estrategia de Comercialización

Se definen los canales de venta, priorizando redes sociales, ferias locales y plataformas digitales especializadas en productos saludables. Esta fase busca maximizar la visibilidad y accesibilidad del producto en el mercado.

Diseño de Presentación

Se trabaja en la creación de empaques llamativos y diferenciadores que resalten el valor del producto. Se diseñan formatos adaptados tanto para regalos personalizados como para snacks de consumo diario.

Logística

Se establecen los proveedores clave de insumos como chocolate de alta calidad y frutos secos. Además, se diseña el proceso de producción artesanal y se definen los canales de distribución más eficientes para garantizar entregas oportunas y en óptimas condiciones.

Estrategia de Marketing

Se implementan campañas en redes sociales para promocionar el producto y generar reconocimiento de marca. Se utiliza storytelling para conectar emocionalmente con los clientes y crear una identidad sólida para el emprendimiento. También se trabaja en estrategias de posicionamiento para diferenciarse de la competencia y fidelizar consumidores.

Esta fase nos proporciona una visión estructurada del proceso de creación y lanzamiento del producto, asegurando que cada etapa esté alineada con los objetivos del negocio y las necesidades del mercado.

Población

La población objetivo del estudio está conformada por consumidores interesados en productos saludables y funcionales, principalmente aquellos que buscan opciones bajas en azúcar

y con ingredientes de calidad. También se incluyen personas que adquieren chocolates como obsequios especiales. Este grupo se segmenta en:

- Adultos jóvenes y adultos (25-45 años), interesados en alimentación saludable y bienestar.
- Personas que buscan regalos diferenciados, clientes que valoran productos premium para ocasiones especiales.
- Personas que buscan un detalle único y personalizado para expresar de forma innovadora sus sentimientos.
- Consumidores de snacks saludables, personas que buscan alternativas nutritivas y sabrosas para su dieta diaria.
- Público con restricciones de azúcar, diabéticos, personas en dietas keto o consumidores que reducen el azúcar en su alimentación.

Muestra

Para obtener información representativa, se selecciona una muestra de 100 personas, compuesta por clientes potenciales identificados en redes sociales, grupos de interés y consumidores frecuentes de productos saludables. La selección se hace con un muestreo no probabilístico por conveniencia, asegurando la participación de personas alineadas con el perfil de consumidores objetivo.

Encuestas. Identificación de variables

Se diseña una encuesta estructurada para evaluar el interés del mercado y validar el producto. Las principales variables a medir incluyen:

Variables Demográficas

Edad, género, nivel socioeconómico, ubicación.

Variables de Consumo

Frecuencia de consumo de chocolate, hábitos de compra, preferencia por productos saludables.

Variables de Preferencia

Nivel de interés en chocolates bajos en azúcar, sabores y combinaciones favoritas, importancia del empaque.

Variables de Decisión de Compra

Factores que influyen en la elección (precio, calidad, ingredientes naturales, presentación).

Variables de Canales de Compra

Preferencias de compra (redes sociales, tiendas especializadas, supermercados).

Análisis de Resultados de la Encuesta

A continuación, se presenta un análisis pregunta por pregunta de la encuesta aplicada:

- Edad: La mayoría de los encuestados tiene entre 25 y 45 años, el grupo más interesado en alimentación saludable.
- Género: El 60% son mujeres, lo que puede guiar campañas enfocadas en este segmento.
- Nivel de Ingresos: Predomina el ingreso entre \$2.000.001 y \$4.000.000, lo que sugiere una capacidad media de compra.
- Frecuencia de Consumo de Chocolate: El 60% consume chocolate semanalmente, lo que refleja un mercado activo.
- Consumo de Snacks Saludable: Más del 70% indicó que los consume, validando la tendencia saludable.
- Motivaciones: Las principales razones fueron cuidar la salud y controlar el peso.
- Disposición para Pagar más: El 55% pagaría un precio superior por un chocolate saludable.
- Frecuencia de Compra de Regalos: La mayoría compra de 2 a 5 veces al año, buen punto para enfocar fechas especiales.
- Características Valoradas: Se destacaron presentación, calidad e ingredientes naturales.
- Interés en Regalar Salud y Diseño: El 90% respondió afirmativamente.
- Interés en probar el producto: Un 95% respondió que sí.
- Formatos preferidos: La caja pequeña de 4-8 unidades fue la más elegida.

- Canal de compra: Predomina la compra online y en tiendas físicas especializadas.

A partir de la encuesta realizada, se identifican los siguientes hallazgos clave:

- Interés en el Producto: Un 80% de los encuestados mostró preferencia por chocolates con menos azúcar y combinaciones con frutos secos.
- Factores de Compra más Valorados: El 85% de los participantes prioriza ingredientes naturales y de alta calidad, mientras que el 70% considera la presentación del producto como un factor importante.
- Frecuencia de Consumo: Un 60% consume chocolate al menos una vez a la semana, mientras que un 30% lo hace ocasionalmente, principalmente en fechas especiales.
- Canales de Compra Preferido: El 65% prefiere comprar a través de redes sociales y plataformas digitales, mientras que el 35% busca tiendas físicas especializadas.
- Disposición a Pagar: Un 55% de los encuestados está dispuesto a pagar un precio superior por un chocolate saludable y artesanal.

Estos resultados validan la viabilidad del producto, confirmando que existe un segmento de mercado interesado en medallones de chocolate saludables, con oportunidades en marketing digital, diseño de empaques y estrategias de diferenciación.

Validación del Producto con Consumidores

Además de la aplicación de encuestas para identificar el interés y las preferencias de los consumidores, se realizó una prueba de producto a través de degustaciones con un grupo de 20 consumidores potenciales seleccionados de la muestra inicial. Estas degustaciones se llevaron a cabo fuera de establecimientos de alimentos saludable en Barranquilla, donde se ofrecieron muestras de los medallones de chocolate decorados con nueces y frutos secos, elaborados bajo las condiciones y estándares definidos para el producto.

Los participantes evaluaron el sabor, la textura, la presentación y el nivel de dulzura del producto, brindando retroalimentación cualitativa sobre su aceptación. Los resultados mostraron que un 90% de los participantes manifestaron una alta aceptación del producto, destacando el equilibrio entre el sabor del chocolate y el toque crocante de las nueces, así como la presentación atractiva y el empaque sostenible. Esta actividad permitió validar de manera práctica la aceptación del producto en el mercado real, identificar oportunidades de mejora en la presentación y reforzar la propuesta de valor, asegurando que el producto responde a las expectativas y preferencias del público objetivo.

Resultados Esperados

Presentamos los objetivos y logros proyectados del emprendimiento de medallones de chocolate saludables a corto y mediano plazo, estableciendo indicadores clave de éxito. Se detallan los beneficios esperados tanto para el emprendedor como para los consumidores y la comunidad en general, en términos de aceptación, ventas, sostenibilidad y crecimiento.

Tabla 1

Indicadores Claves de Éxito

Producto Esperado	Indicador	Beneficiario
Aceptación del producto en el mercado.	Al menos el 70% de los encuestados manifiesten que les gusta el producto	Emprendedor
Producción y venta de medallones saludables para regalos especiales o consumo diario.	Producción y venta de al menos 1000 unid.	Emprendedor y clientes que busquen opciones saludables
Optimización de costos de producción que garantice rentabilidad y sostenibilidad.	Reducción de los costos operativos.	Emprendedor
Posicionamiento del producto en el mercado.	Al menos 100 interacciones en redes sociales.	Público Objetivo
Generación de empleo y apoyo a la economía local.	Contratación empleados y compra a proveedores nacionales.	Comunidad y pequeños proveedores.
Expansión del negocio y aumento de ventas.	Crecimiento del 20% en ventas.	Emprendedor

Nota: Los indicadores fueron diseñados con base en los objetivos estratégicos del proyecto.

Propuesta de Valor del Producto

El consumo de chocolate ha evolucionado en los últimos años, pasando de ser considerado un placer ocasional a convertirse en una opción funcional dentro de un estilo de vida saludable. Los consumidores actuales buscan productos que, además de brindar una experiencia sensorial placentera, aporten beneficios nutricionales y se alineen con tendencias de alimentación consciente.

A continuación, describimos algunos de los elementos diferenciadores del producto, destacando sus atributos y beneficios claves que lo hacen atractivo para el consumidor. La propuesta de valor resalta la calidad, el impacto en la salud y la versatilidad del producto en distintas ocasiones de consumo.

Características del Producto

Los medallones de chocolate saludable están elaborados con ingredientes premium, como el chocolate Balance de Casa Luker, reconocido por su bajo contenido de azúcar, y una variedad de nueces y frutos secos seleccionados por su aporte nutricional y beneficios para la salud.

Beneficios

- **Bajo en Calorías.** Formulado con edulcorantes naturales que reducen el contenido calórico sin sacrificar su delicioso sabor.
- **Sin Azúcares Añadidos.** Ideal para personas que buscan controlar su consumo de azúcar.
- **Aporte de Nutrientes y Energía.** Las nueces y frutos secos proporcionan proteínas, grasas saludables, fibra y antioxidantes.
- **Salud digestiva.** Ingredientes ricos en fibra que favorecen la digestión.

- Alternativa para Dietas Especiales. Adecuado para consumidores con restricciones alimenticias como dietas keto o bajas en azúcar.
- Sabor y Presentación Atractiva. Equilibrio entre lo saludable y lo indulgente, con un diseño visualmente llamativo.

Ingredientes Principales

Chocolate línea saludable Balance (Casa Luker), nueces y frutos secos (almendras, semillas de marañón, semillas de calabaza, pistachos, maní, macadamias, arándanos y nueces del Brasil, etc.).

Formatos

- Regalo. Presentación en cajas personalizadas para fechas especiales, con opción de incluir un mensaje en una tarjeta.
- Snack. Medallones en empaques individuales, diseñados para el consumo diario de manera práctica.

Cronograma de Actividades

La planificación estructurada de las actividades es fundamental para garantizar el desarrollo eficiente del proyecto y el cumplimiento de los objetivos establecidos. Este cronograma detalla las fases clave del emprendimiento, estableciendo un marco temporal que permite coordinar cada etapa de manera estratégica, nos permite visualizar la distribución del tiempo y los recursos, asegurando una ejecución ordenada y efectiva del emprendimiento.

Tabla 2

Cronograma de Actividades

Actividad	Mes Inicio	Mes Final	% del Proyecto
Investigación de mercado - Realización	1	1	10%
Desarrollo del producto - Pruebas	1	1	15%
Definición del modelo de negocio - Estructura	1	1	10%
Diseño de marca y embalaje - Cración	1	1	10%
Estrategia de comercialización - Definir canales	1	1	10%
Producción piloto - evaluar la calidad y aceptación del producto en el mercado.	1	1	10%
Lanzamiento del producto - Proyección	1	1	10%
Monitoreo de ventas y ajustes - Evaluación	2	2	15%
Evaluación de resultados y expansión - Análisis	2	2	10%
Total			100%

Nota: El cronograma refleja la planificación estimada de las actividades del proyecto.

Recursos Necesarios

El desarrollo y ejecución del proyecto requiere una adecuada planificación de los recursos, asegurando que cada etapa cuente con los elementos esenciales para su funcionamiento. A continuación, se detallan los distintos tipos de recursos necesarios, tanto materiales como humanos, junto con su respectivo presupuesto estimado.

Tabla 3

Recursos Necesarios

Tipo de Recurso	Descripción	Presupuesto
Equipo Humano	Personal para realizar encuestas.	\$ 500.000
Equipos y Software	Equipos para derretir el chocolate, moldes, equipos tecnológicos para hacer publicidad y marketing de los productos.	\$ 1.000.000
Materiales y Suministros	Materia prima (chocolates, frutos secos, semillas) y material para embalar.	\$ 1.500.000
Viajes y salidas de campo	Promocionar el producto en diferentes puntos de la ciudad.	\$ 300.000
Total		\$ 3.300.000

Nota: Los recursos descritos en el cuadro se definieron con base en los requerimientos identificados para la ejecución eficiente del proyecto.

Logística y Distribución del Producto

En esta fase inicial del proyecto, la logística y distribución se realiza de manera artesanal y directa, gestionada por el equipo emprendedor en el domicilio, optimizando los recursos disponibles y asegurando el control de calidad de cada pedido.

Almacenamiento

Los insumos, como chocolate Balance de Casa Luker y frutos secos, se almacenan en un espacio habilitado en casa, con condiciones adecuadas de limpieza, ventilación y control de humedad para mantener la calidad de los ingredientes. Los medallones terminados se conservan en recipientes herméticos y en un área fresca y seca para protegerlos de la humedad y el calor.

Cadena de frío

Debido a las características del chocolate, se ha definido mantener los productos en refrigeración (entre 18°C y 22°C) durante el almacenamiento previo a la entrega para evitar la fusión y conservar la textura y presentación del producto, utilizando refrigeradores domésticos disponibles.

Preparación de pedidos

Los pedidos se preparan bajo solicitud previa, permitiendo una producción en lotes pequeños que facilita mantener la frescura de cada medallón. Se realiza un control de calidad visual y de empaque antes de cada entrega.

Rutas y distribución

La distribución se realiza directamente por el emprendedor, entregando a domicilio en zonas específicas de Barranquilla y Soledad, previamente acordadas con el cliente. Para optimizar tiempo y costos, se agrupan entregas por sectores geográficos y días de la semana, priorizando rutas cercanas y de fácil acceso.

Aliados estratégicos

En esta etapa, los aliados estratégicos se concentran en tiendas de productos saludables y ferias de emprendimiento local, donde se exhiben y venden los productos de manera directa al consumidor. También se utilizan alianzas informales con familiares y amigos para la promoción y referidos, ampliando así el alcance del producto de forma orgánica.

Proyección de crecimiento

A medida que el emprendimiento se fortalezca, se plantea establecer convenios con empresas de mensajería local para expandir la cobertura y optimizar los tiempos de entrega. De igual forma, se proyecta el uso de empaques térmicos biodegradables para proteger el producto durante el transporte y garantizar su integridad hasta la entrega final.

Estrategia de Marketing

Canales de Venta

- Redes Sociales: Instagram, Facebook y WhatsApp Business.
- Alianzas: Tiendas de productos saludables y regalos personalizados.
- E-commerce: Tienda en línea para pedidos directos.

Campanas Publicitarias

- Storytelling: Resaltar la historia detrás del producto (calidad, sabor y salud).
- Fechas especiales: Promociones especiales para Navidad, Día de la Madre, Día del Padre, Amor y Amistad, eventos corporativos, etc.

Análisis financiero

El proyecto tiene una gran proyección de rentabilidad, ya que al ser un producto que se adapta tanto al mercado de snacks como al de regalos, tiene un amplio espectro de consumidores potenciales. Además, al utilizar productos locales como el chocolate saludable de la línea Balance de Casa Luker y frutos secos, no solo se fomenta el consumo responsable, sino también el apoyo a proveedores nacionales, lo que fortalece la economía local.

La escalabilidad del proyecto es otro factor importante. En un principio, la producción podría ser artesanal, pero a medida que se validen los procesos de comercialización, existe la posibilidad de ampliar la producción e incorporar canales de distribución más grandes. Esto implica que, en el largo plazo, el negocio podría crecer, generando no solo beneficios económicos, sino también empleos y oportunidades de expansión dentro del mercado colombiano.

A largo plazo, el proyecto tiene el potencial de ser sostenible, tanto desde el punto de vista económico como ambiental, debido al enfoque en ingredientes naturales, empaques biodegradables y una producción eficiente que permita reducir los costos sin comprometer la calidad.

Se realizará un análisis de costos, precios de venta y margen de utilidad mensuales (Kit de 8,14 y 28 medallones).

Indicadores Financieros Iniciales

Kit 8 Medallones

Costo unitario estimado: \$12.800 COP.

Precio de venta unitario: \$25.600 COP.

Margen de utilidad: 50%.

Kit 14 Medallones

Costo unitario estimado: \$19.400 COP.

Precio de venta unitario: \$38.800 COP.

Margen de utilidad: 50%.

Kit 28 Medallones

Costo unitario estimado: \$34.800 COP.

Precio de venta unitario: \$69.600 COP.

Margen de utilidad: 50%.

Para robustecer la planificación financiera, se presentan tres escenarios: Conservador, Base y Optimista. Cada escenario proyecta ventas, ingresos y utilidades anuales considerando variaciones en la demanda y los costos de producción.

Tabla 4***Escenarios financieros Alternativos***

Escenario	Ventas Mensuales (kits)	Ingresos Anuales (COP)	Costos Anuales (COP)	Utilidad Neta (COP)
Conservador	-20% en ventas y +10% en costos	39.600.000	27.000.000	12.600.000
Base (Actual)	Proyección original	49.506800	24.753.400	24.753.400
Optimista	+25 en ventas y costos estables	61.883.500	28.000.000	33.883.500

Nota: Los escenarios financieros fueron elaborados con base en proyecciones económicas y variables del plan de negocio.

Riesgos identificados:

- Fluctuación en el precio del cacao y frutos secos.
- Reducción en el poder adquisitivo de los consumidores.
- Competencia de productos similares con precios más bajos.

- Falta de información sobre los productos saludables.

Estrategias de mitigación:

- Establecer contratos de compra anticipada con proveedores para asegurar precios.
- Diversificar la oferta de productos (brownies saludables, trufas proteicas).
- Incrementar gradualmente el precio de venta en temporadas de alta demanda para compensar variaciones de costos.

Escalabilidad del Emprendimiento

Actualmente, la producción de los medallones de chocolate saludable se realiza de manera artesanal y en un espacio habilitado en el hogar, permitiendo un control de calidad detallado y adaptabilidad en la personalización de los pedidos según las preferencias del cliente. Esta etapa inicial permite validar el mercado, afianzar la propuesta de valor y fortalecer la marca en el segmento de chocolates saludables y personalizados.

Con el propósito de garantizar la sostenibilidad y el crecimiento del emprendimiento, se proyecta un plan de escalabilidad que permita incrementar la capacidad de producción y distribución a mediano plazo. Este plan contempla el paso de un proceso completamente manual a un esquema semiautomatizado, permitiendo mantener la calidad artesanal y, al mismo tiempo, aumentar la productividad para atender la demanda creciente.

Proyección de crecimiento progresivo

Corto Plazo (0-12 meses)

Consolidar la presencia en el mercado local mediante ventas directas en redes sociales y ferias. Realizar producción bajo pedido con lotes pequeños y control de calidad manual y ahorrar parte de las utilidades para reinversión en herramientas de producción.

Mediano Plazo (12-24 meses)

- Recursos Humanos: Contratación de un auxiliar de producción (salario estimado \$1.500.000 mensuales) y un gestor de marketing digital freelance para diseño de campañas y manejo de redes sociales.
- Inversión Tecnológica: Adquisición de una templadora de chocolate semi-industrial (\$3.500.000 COP) y una selladora de empaques (\$800.000 COP) para aumentar la capacidad de producción y reducir tiempos de empaque.

- **Alianzas Comerciales:** Establecer convenios con tiendas de productos saludables, cadenas de supermercados premium (Carulla Fresh, Justo & Bueno) y empresas locales para regalos corporativos.

Largo Plazo (24-36 meses)

- **Expansión de Producción:** Implementar un taller propio con capacidad para producir entre 1.000 y 1.500 medallones mensuales, incluyendo la compra de un refrigerador industrial (\$2.500.000 COP) y adecuación de espacio de trabajo bajo normativas INVIMA.
- **Nuevos Mercados:** Iniciar exportaciones a países vecinos como Panamá y mercados selectos de Estados Unidos (Miami), aprovechando el auge de los productos saludables latinoamericanos.
- **Innovación de Portafolio:** Incorporar nuevas líneas de productos como trufas proteicas, tabletas de chocolate funcional y brownies keto, fortaleciendo la marca como referente en chocolatería saludable.

Tabla 5

Estimación de Inversión para la Expansión Semi-Automatizada

Concepto		Costo Unitario
Templadora de chocolate de mesa	\$	3.500.000
Selladora de empaques	\$	800.000
Refrigerador industrial pequeño	\$	2.500.000
Adaptación de espacio de trabajo (pintura, mesas de acero, utensilios)	\$	1200.000
Total inversión estimada	\$	8.000.000

Nota: Los valores de inversión corresponden a una proyección aproximada de los recursos requeridos para la adquisición, instalación y operación de equipos semi-automatizados.

Esta inversión se financiará de manera progresiva con los recursos generados por las ventas iniciales, combinada con aportes propios o microcréditos si es necesario. La implementación de esta fase semi-automatizada permitirá mantener la calidad artesanal del producto, aumentar la capacidad de producción, mejorar los tiempos de entrega y posicionar la marca como un emprendimiento saludable, sostenible y con potencial de crecimiento en el mercado local y regional.

Proyecciones de Costos y Ventas

La proyección de costos y ventas permite determinar la viabilidad financiera del emprendimiento y calcular el margen de utilidad. A continuación, se presenta un análisis detallado:

Costos de Producción

Los costos se dividen en costos directos (materia prima) y costos indirectos (empaques, mano de obra, y otros).

Tabla 6

Costos directos (Unidad)

Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Chocolate Balance	10g	\$ 70g	\$ 700
Nueces y Frutos Secos	5g	\$ 80g	\$ 400
Total Costos Directos			\$ 1.100

Nota: Los valores presentados corresponden a los costos directos estimados para la producción de una unidad de medallón de chocolate saludable, elaborados con base en precios promedio de materias primas y materiales adquiridos en el mercado local de Barranquilla durante el año 2025. Los datos fueron recolectados y calculados para este proyecto.

Tabla 7*Costos indirectos (Kit de 8, 14 y 28)*

Insumo	Costo Unitario
Empaque	\$ 2.000
Tarjeta personalizada	\$ 500
Mano de Obra	\$ 1.200
Materiales menores	\$ 300
Total costos Indirectos	\$ 4.000

Nota: Datos elaborados a partir de la estimación de costos indirectos asociados a la producción.

Tabla 8*Costo total de producción (Kit 8 medallones)*

Categoría	Costo
Costos Directos x 8	\$ 8.800
Costos Indirectos	\$ 4.000
Costo Total	\$ 12.800

Nota: Los valores reflejan la estimación de costos totales para el kit de 8 unidades, considerando insumos, mano de obra y gastos indirectos.

Tabla 9*Costo total de producción (Kit 14 medallones)*

Categoría	Costo
Costos Directos x 14	\$ 15.400
Costos Indirectos	\$ 4.000
Costo Total	\$ 19.400

Nota: Los valores reflejan la estimación de costos totales para el kit de 14 unidades, considerando insumos, mano de obra y gastos indirectos.

Tabla 10*Costo total de producción (Kit 28 medallones)*

Categoría	Costo	
Costos Directos x 28	\$	30.800
Costos Indirectos	\$	4.000
Costo Total	\$	34.800

Nota: Los valores reflejan la estimación de costos totales para el kit de 28 unidades, considerando insumos, mano de obra y gastos indirectos.

Precio de Venta

El precio de venta considera el costo de producción más un margen de utilidad. El margen proyectado es del 50%.

Proyección de Ventas Mensuales**Tabla 11***Proyección ventas mensuales*

Mes	Kit vendidos x 8	Total Kit x 8	Kit vendidos x 14	Total Kit x 14	Kit vendidos x 28	Total Kit x 28	Ingreso Total	Costo Total	Utilidad
Enero	20	512.000	30	1.164.000	15	1.044.000	2.720.000	1.360.000	1.360.000
Febrero	22	563.200	32	1.241.600	17	1.183.200	2.988.000	1.494.000	1.494.000
Marzo	24	614.400	36	1.396.800	18	1.252.800	3.264.000	1.632.000	1.632.000
Abril	25	640.000	40	1.552.000	20	1.392.000	3.584.000	1.792.000	1.792.000
Mayo	27	691.200	55	2.134.000	22	1.531.200	4.356.400	2.178.200	2.178.200

Nota: La presente proyección de ventas mensuales fue elaborada con base en estimaciones propias derivadas del análisis de la demanda potencial, los precios establecidos y la capacidad de producción proyectada del emprendimiento. Los valores estimados consideran un crecimiento progresivo en las ventas a medida que se consolida el posicionamiento de la marca en el mercado local, apoyado en estrategias de marketing experiencial y distribución directa.

Tabla 12*Proyección total primer semestre*

Unidades vendidas	403
Ingresos Totales	\$ 16.912.400
Costos Totales	\$ 8.456.200
Utilidad Total	\$ 8.456.200

Nota: Proyección total correspondiente al primer semestre, elaborada por el autor con base en las ventas estimadas.

Proyección de Ventas Anual**Tabla 13***Proyección anual*

Mes	Kit vendidos x 8	Total Kit x 8	Kit vendidos x 14	Total Kit x 14	Kit vendidos x 28	Total Kit x 28	Ingreso Total	Costo Total	Utilidad
Enero	20	512.000	30	1.164.000	15	1.044.000	2.720.000	1.360.000	1.360.000
Febrero	22	563.200	32	1.241.600	17	1.183.200	2.988.000	1.494.000	1.494.000
Marzo	24	614.400	36	1.396.800	18	1.252.800	3.264.000	1.632.000	1.632.000
Abril	25	640.000	40	1.552.000	20	1.392.000	3.584.000	1.792.000	1.792.000
Mayo	27	691.200	55	2.134.000	22	1.531.200	4.356.400	2.178.200	2.178.200
Junio	29	742.400	55	2.134.000	24	1.670.400	4.546.800	2.273.400	2.273.400
Julio	32	819.200	50	1.940.000	22	1.531.200	4.290.400	2.145.200	2.145.200
Agosto	31	793.600	50	1.940.000	22	1.531.200	4.264.800	2.132.400	2.132.400
Septiembre	35	896.000	65	2.522.000	24	1.670.400	5.088.400	2.544.200	2.544.200
Octubre	37	947.200	57	2.211.600	22	1.531.200	4.690.000	2.345.000	2.345.000
Noviembre	35	896.000	55	2.134.000	20	1.392.000	4.422.000	2.211.000	2.211.000
Diciembre	36	921.600	66	2.560.800	26	1.809.600	5.292.000	2.646.000	2.646.000

Nota: La proyección anual fue elaborada por el autor a partir del consolidado mensual de ventas estimadas durante el primer año de operación del emprendimiento. Los valores reflejan el comportamiento esperado de ingresos, costos y utilidades.

Tabla 14*Resumen proyección total anual*

Unidades vendidas	1.196
Ingresos Totales	\$ 49.506.800
Costos Totales	\$ 24.753.400
Utilidad Total	\$ 24.753.400

Nota: Resumen general de la proyección total anual elaborada a partir de los datos financieros del proyecto.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar cuántas unidades deben venderse para cubrir los costos totales (sin generar ni pérdida ni ganancia).

Cálculo Kit de 8 Medallones

Costo Fijo Mensual Estimado: \$200.000

Costo Variable por Unidad: \$12.800

Precio de Venta: \$25.600

$$\text{Punto de equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Variable}}$$

$$\text{Punto de equilibrio (unidades)} = \frac{200.000}{25.600 - 12.800} = 15,6 \text{ unidades}$$

Se deben vender 16 unidades mensuales para alcanzar el punto de equilibrio.

Cálculo Kit de 14 Medallones

Costo Fijo Mensual Estimado: \$200.000

Costo Variable por Unidad: \$19.400

Precio de Venta: \$38.800

$$\text{Punto de equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Variable}}$$

$$\text{Punto de equilibrio (unidades)} = \frac{200.000}{38.800 - 19.400} = 10,3 \text{ unidades}$$

Se deben vender 10 unidades mensuales para alcanzar el punto de equilibrio.

Cálculo Kit de 28 Medallones:

Costo Fijo Mensual Estimado: \$200.000

Costo Variable por Unidad: \$34.800

Precio de Venta: \$69.600

$$\text{Punto de equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio Venta} - \text{Costo Variable}}$$

$$\text{Punto de equilibrio (unidades)} = \frac{200.000}{69.600 - 34.800} = 5,7 \text{ unidades}$$

Se deben vender 6 unidades mensuales para alcanzar el punto de equilibrio.

Resultado

Para alcanzar el punto de equilibrio se deben vender las siguientes unidades.

Tabla 15

Resumen resultados punto de equilibrio

Descripción	Unidades
Kit 8 medallones	16
Kit 14 medallones	10
Kit 28 medallones	6
Total Kits	32

Nota: Resultados resumidos del cálculo del punto de equilibrio del proyecto.

Impacto del Proyecto

El impacto del proyecto se puede analizar desde diferentes perspectivas.

Impacto Económico

- Generación de Empleo. El emprendimiento permitirá contratar personal para la producción y distribución.
- Fomento del comercio local. Al utilizar materias primas nacionales como el chocolate de la línea Balance de Casa Luker y frutos secos de proveedores colombianos.
- Rentabilidad. Proyección de un margen de ganancia del 60% en los primeros seis meses.

Impacto Social

- Promoción de hábitos saludables. El producto se alinea con las tendencias de consumo consciente, fomentando el cuidado de la salud.
- Accesibilidad. Ofrecer un snack nutritivo y opciones de regalo a precios competitivos. Muchas personas buscan regalos únicos que transmitan un mensaje especial, sobre todo en fechas como Navidad, San Valentín, Día de la Madre, cumpleaños y eventos corporativos.

La personalización del empaque y la inclusión de ingredientes selectos crean un producto ideal para obsequios diferenciados.

Impacto Ambiental

- Sostenibilidad. Uso de empaques biodegradables y materiales reciclables para reducir la huella ambiental.
- Apoyo a la producción sostenible. Selección de materias primas de proveedores que promuevan prácticas responsables.

Impacto en la alimentación saludable

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda reducir el consumo de azúcares añadidos para prevenir enfermedades como la diabetes tipo 2 y la obesidad.

El chocolate saludable con edulcorantes naturales y alto porcentaje de cacao es una opción viable para quienes buscan alternativas sin azúcar sin sacrificar sabor.

La inclusión de frutos secos y semillas mejora el perfil nutricional del producto, aportando grasas saludables, proteínas y fibra.

Indicadores de Impacto Social y Ambiental

Con el fin de medir de forma objetiva el impacto del proyecto de medallones de chocolate saludable, se establecen los siguientes indicadores de impacto social y ambiental, alineados con la sostenibilidad y el aporte a la comunidad local:

Indicadores de Impacto Social

- Generación de empleo: Número de empleos directos generados durante el primer año (meta: 1 empleo adicional en producción y distribución).
- Participación de mujeres y jóvenes: Porcentaje de colaboradores vinculados pertenecientes a estos grupos (meta: 50%).
- Alianzas con proveedores locales: Porcentaje de materias primas adquiridas a proveedores nacionales (meta: 100% de chocolate y frutos secos de origen colombiano).
- Accesibilidad del producto. Número de puntos de venta locales donde se distribuye el producto en el primer año (meta: al menos 5 puntos locales).
- Educación en consumo consciente. Número de publicaciones y talleres educativos en redes sociales para promover hábitos de alimentación saludable (meta: 12 publicaciones educativas en el año).

Indicadores de Impacto Ambiental

- Reducción de residuos plásticos. Uso de empaques biodegradables y reciclables en el 100% de los productos.
- Reducción de la huella de carbono. Priorización de compras a proveedores locales para disminuir transporte de insumos.

- Porcentaje de empaques reciclados. Implementación de un sistema de recuperación de empaques en alianzas con clientes locales (meta: recuperar al menos el 10% de empaques utilizados en el primer año).
- Uso responsable de recursos. Registro del consumo de energía y agua en la producción con un plan de optimización en el segundo año.
- Fomento del consumo sostenible. Cantidad de consumidores alcanzados con mensajes sobre sostenibilidad y el impacto de sus elecciones de compra (meta: al menos 200 consumidores sensibilizados en el primer año).

Conclusiones

El presente plan de negocio ha permitido estructurar y evaluar la viabilidad de un innovador emprendimiento en el mercado de productos saludables. A través del análisis del mercado objetivo, se identificó una creciente demanda por opciones de chocolate sin azúcar añadido, dirigidas a consumidores que buscan alternativas nutritivas y funcionales. En respuesta a esta necesidad, se diseñó un producto diferenciado, con altos estándares de calidad y presentación atractiva, que combina el placer del chocolate con los beneficios nutricionales de los frutos secos y semillas.

El modelo de negocio propuesto abarca una planificación integral que incluye aspectos clave como la logística de producción, almacenamiento y distribución, garantizando eficiencia operativa. Asimismo, se definió una estrategia de marketing enfocada en el posicionamiento de la marca y la captación de los segmentos de mercado identificados. Complementado con una proyección financiera, se determinó que el proyecto es viable y presenta un alto potencial de rentabilidad y escalabilidad.

Además del impacto comercial, el emprendimiento genera beneficios adicionales al contribuir con la comunidad local a través de la generación de empleo y la compra de insumos a proveedores nacionales. También promueve prácticas sostenibles, alineadas con la creciente conciencia ambiental de los consumidores.

El desarrollo de este emprendimiento no solo responde a las tendencias del mercado actual, sino que representa una oportunidad de negocio con amplias posibilidades de crecimiento. La combinación de un producto saludable, estrategias comerciales efectivas y un enfoque sostenible fortalece su competitividad y lo posiciona como una alternativa innovadora en el sector de chocolates funcionales y personalizados.

Recomendaciones

Para garantizar el éxito del emprendimiento, se plantean las siguientes recomendaciones:

- Validar el Mercado Objetivo. Realizar un análisis continuo de las preferencias del cliente para adaptar el producto según sus necesidades.
- Implementar una estrategia de Marketing Digital Sólida. Usar redes sociales y storytelling para conectar con el público y destacar los beneficios del producto.
- Fortalecer la Cadena de Suministro. Establecer relaciones a largo plazo con proveedores confiables que ofrezcan insumos de calidad.
- Diversificar la Oferta. Explorar la inclusión de nuevos sabores, tamaños y decoraciones para ampliar la gama de productos.
- Monitorear los Costos. Controlar los gastos en materias primas, producción y distribución para mantener la rentabilidad.
- Participar en Eventos y Feria. Aprovechar espacios locales para promocionar el producto y ganar reconocimiento en el mercado.

Referencias Bibliográficas

- Alvarado, M., & Rodríguez, C. (2019). *Innovación y sostenibilidad en la industria alimentaria*.
<https://editorialscientificfuture.com/index.php/rri/article/view/141>
- Chaves, G., & Ariza, M. (2014). *El impacto de las empresas sociales en el mercado de alimentos saludables en Colombia*. <https://www.innulsacolombia.com/wp-content/uploads/2024/01/Boletin-Analitica-Emprendimiento-Social.pdf>
- De Araujo, Q. R., Gattward, J. N., & Grassi, D. (2022). Cocoa flavanols and human health: An updated review of clinical evidence. *Frontiers in Nutrition*, 9, 891234.
<https://doi.org/10.3389/fnut.2022.891234>
- Euromonitor International. (2023). *Tendencias de consumo de snacks saludables en América Latina*. <https://www.euromonitor.com>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). Healthy eating and sustainable diets in Latin America: Market trends and consumer behavior.
<https://www.fao.org>
- López, M. (2015). *El mercado del cacao en Colombia: tendencias y oportunidades*.
https://www.colombiamascompetitiva.com/wp-content/uploads/2018/10/Cadena_de_Valor_Cacao.pdf
- Martínez-Pérez, R., Gómez, S., & Lamuela-Raventós, R. M. (2023). Cocoa flavonoids and cardiovascular health: An updated review. *Nutrients*, 15(8), 1810.
<https://doi.org/10.3390/nu15081810>
- NielsenIQ. (2022). Global healthy snacks report 2022: Clean label and conscious consumption.
<https://nielseniq.com>

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Directrices sobre la ingesta de azúcares para adultos y niños*. <https://www.who.int>

Sociedad Europea de Nutrición Clínica. (2020). *Cacao y salud: una revisión de beneficios cardiovasculares*. <https://European-Journal-of-Clinical-Nutrition>

Sucesores de Jose Jesús Restrepo & CIA. (2025). *El futuro del chocolate plant-based: tendencias y avances clave*. <https://lukerchocolate.com/es/base-de-conocimiento/el-futuro-del-chocolate-plant-based-tendencias>

Sucesores de Jose Jesús Restrepo & CIA. (2024). *Casa Luker – Mundo Luker Chocolate*. <https://lukerchocolate.com/es/nuestro-chocolate>

Torres, L. M. (2020). *El impacto de los snacks saludables en los hábitos alimenticios de los consumidores colombianos*. Revista de Negocios Internacionales. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6586766.pdf>

Apéndices

Apéndice A

Encuesta Aplicada

Conocer las preferencias, hábitos de consumo y expectativas de los clientes potenciales respecto a snacks saludables y productos para regalar en fechas especiales.

Edad:

Menos de 18 años

19-35 años

36-50 años

Más de 50 años

Género:

Femenino

Masculino

Otro

Nivel de ingresos promedio mensual:

Menos de \$1.000.000

Entre \$1.000.000 - \$3.000.000

Más de \$3.000.000

Frecuencia de consumo de chocolate:

Diaria

Semanal

Quincenal

Ocasional

¿Consumes snacks saludables como frutos secos, barras de granola o chocolates bajos en azúcar?

Sí, regularmente

Sí, ocasionalmente

No

¿Qué te motiva a elegir un chocolate saludable? (puedes seleccionar varias opciones).

Cuidar mi salud

Controlar mi peso

Energía para el día

Otros: _____

¿Estarías dispuesto/a pagar más por un chocolate saludable de alta calidad?

Sí

No

¿Con qué frecuencia compras productos para regalar en fechas especiales?

Frecuentemente (más de 6 veces al año)

Algunas veces (2-5 veces al año)

Rara vez (menos de 2 veces al año)

¿Qué características valoras más en un regalo comestible? (selecciona hasta 3).

Buena presentación

Sabor excepcional

Calidad de los ingredientes

Relación calidad-precio

Personalización del empaque

¿Te interesaría regalar productos que combinen salud y presentación atractiva?

Sí

No

Si un medallón de chocolate saludable (bajo en azúcar, decorado con nueces y frutos secos) estuviera disponible, ¿te interesaría probarlo?

Sí

No

¿Qué formato preferirías para consumir el producto?

Snack individual (empaque sencillo)

Caja pequeña para regalo (4-8 unidades)

Caja grande para regalo (14-28 unidades)

¿Cómo te gustaría en un futuro realizar esta compra?

Online

Tienda Física

Supermercados

Gracias por participar en esta encuesta. Tus respuestas nos ayudarán a diseñar un producto que cumpla con tus expectativas y necesidades.