



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
SUDAMERICANO
QUITO - ECUADOR

ESCUELA DE
GASTRONOMÍA

PLAN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA:

DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DE BARRAS NUTRITIVAS PARA EL
APOYO ECONÓMICO DE LA FUNDACIÓN DE DAMAS VOLUNTARIAS DEL
HOSPITAL PEDIÁTRICO BACA ORTIZ

AUTOR(ES): CHÁVEZ CHAMORRO MARTÍN JORDAN
RODRÍGUEZ QUISHPE ESTEBAN DAVID
VASCONEZ SIMBAÑA DANNY MARCELO

COORDINADOR DE CARRERA: MTR. CHRISTIAN PAÚL MARTINEZ SAMANIEGO

TUTORES: MTR. ESTEBAN FRANCISCO JIMÉNEZ CADENA
MTR. CHRISTIAN PAÚL MARTINEZ SAMANIEGO

Septiembre 2024
DM Quito – ECUADOR

AUTORÍA

Yo Martín Jordan Chávez Chamorro, portador de la cédula de ciudadanía No.1755863667 ,
Esteban David Rodríguez Quishpe, portador de la cédula de ciudadanía No.1755693254 y
Danny Marcelo Vásconez Simbaña, portador de la cedula de ciudadanía No.1755024088,
declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito, es de mi autoría; que no ha sido
previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y que he consultado e
investigado en base a las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. Esta
investigación no contiene plagio alguno y es resultado de un trabajo serio desarrollado en su
totalidad por mi persona

Martín Jordan Chávez Chamorro

Esteban David Rodríguez Quishpe

Danny Marcelo Vásconez Simbaña

CERTIFICACIÓN

Una vez que se ha culminado la elaboración del proyecto de titulación cuyo tema es: "Desarrollo y comercialización de barras nutritivas para el apoyo económico de la Fundación de damas voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz.", certifico que el mismo se encuentra habilitado para su defensa pública.

Mtr. Esteban Francisco Jiménez Cadena Mtr. Christian Martínez Coordinador de la Escuela de Gastronomía Instituto Tecnológico Superior Sudamericano Quito.

CERTIFICACIÓN

Por medio del presente certifico que la señorita Martín Jordan Chávez Chamorro, Esteban David Rodríguez Quishpe y Danny Marcelo Vásquez Simbaña han realizado y concluido su trabajo de titulación, cuyo tema es " Desarrollo y comercialización de barras nutritivas para el apoyo económico de la Fundación de damas voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz ". Parroquia Mariscal Sucre en la parroquia la Magdalena de la ciudad de Quito, para obtener el título de tecnóloga en gastronomía, bajo mi tutoría.

Mtr. Christian Martínez director del Proyecto de Titulación.

AGRADECIMIENTOS

Quedo infinitamente agradecida al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano Quito, por darme la oportunidad de cumplir con el primer paso de una formación académica profesional.

A los profesores de la carrera de Gastronomía, por respaldar y apoyar todo el camino de superación y aprendizaje que he experimentado dentro de la Tecnología en Gastronomía del
INTESUD.

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, amigos y seres queridos, quienes con su apoyo incondicional nos acompañaron en este importante camino. Agradecemos su paciencia, comprensión y constante aliento en los momentos de mayor desafío. Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo de quienes siempre creyeron en nosotros.

Durante estos dos años, hemos recorrido un camino lleno de aprendizajes y desafíos, que no hubiera sido posible sin la compañía de nuestros compañeros Alanís Gordon, Blanca Ulcuango, Johanna Navarrete, y a los profesores que nos guiaron con su conocimiento y dedicación. Agradecemos profundamente el apoyo de nuestros padres, madres, hermanas y hermanos, quienes han sido una fuente constante de inspiración y fortaleza.

A todos ustedes, les dedicamos este logro con gratitud y el firme compromiso de seguir avanzando.

RESUMEN

Este proyecto surge como una iniciativa para apoyar a la Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz, una organización que ofrece asistencia integral a niños hospitalizados y sus familias, ayudando a un promedio de 5,840 personas anualmente. La fundación enfrenta una limitación crónica de recursos económicos, lo que restringe su capacidad de mantener y expandir sus programas. Para abordar este problema, se decidió desarrollar un producto que permitiera generar ingresos adicionales de manera sostenible: la Nutribarra, una barra nutritiva elaborada con ingredientes accesibles como avena, nueces, miel y chocolate.

El desarrollo de la Nutribarra tiene como objetivo ser un producto fácil de producir, económico y accesible para el público, dirigido especialmente a personas con un estilo de vida activo que buscan una opción de snack saludable. Además, la venta de este producto servirá como una fuente de ingresos constante para la fundación, alineándose con sus valores de promover hábitos saludables mientras se contribuye a una causa social.

El plan de marketing del proyecto se enfoca en vender la Nutribarra en ferias, instituciones y otros puntos estratégicos, siempre subrayando su propósito de recaudar fondos. El empaque de la barra es biodegradable, lo que también refuerza el compromiso del proyecto con el cuidado del medio ambiente. El equipo necesario para la producción de la barra es sencillo y compatible con los recursos de la fundación, lo que facilita su implementación sin requerir grandes inversiones.

Finalmente, se destaca la importancia de obtener un registro sanitario en el futuro, lo que permitiría ampliar las ventas del producto y garantizar su cumplimiento con las normativas de salud vigentes. Este proyecto no solo busca apoyar financieramente a la fundación, sino también generar un impacto positivo en la comunidad y promover hábitos alimenticios saludables.

ABSTRACT

This project aims to support the “Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz”, an organization that provides comprehensive assistance to hospitalized children and their families, aiding an average of 5,840 people annually. The foundation faces ongoing financial limitations, restricting its ability to sustain and expand its programs. To address this issue, a product was developed to generate sustainable additional income: the Nutribarra, a nutritious bar made with accessible ingredients like oats, nuts, honey, and chocolate.

The Nutribarra is designed to be an easy-to-produce, cost-effective, and accessible product, particularly for people with active lifestyles seeking a healthy snack option. Its sale will serve as a continuous source of income for the foundation, aligning with its values of promoting healthy habits while contributing to a social cause.

The marketing plan focuses on selling the Nutribarra at fairs, institutions, and other strategic locations, always highlighting its fundraising purpose. The biodegradable packaging reinforces the project’s commitment to environmental sustainability. The necessary production equipment is simple and compatible with the foundation’s resources, enabling its implementation without significant investments.

Finally, it is recommended to obtain a sanitary registration in the future to expand product sales and ensure compliance with health regulations. This project not only seeks to financially support the foundation but also to create a positive impact on the community and promote healthy eating habits.

INDICE

1	Problema.....	1
2	Objetivos	2
2.1	Objetivo general.....	2
2.2	Objetivo Especifico.....	2
3	Justificación.....	3
4	Alcance.....	4
5	Marco teórico.....	5
5.1	Análisis de situación	5
5.1.1	Definición	5
5.1.2	Contexto	5
5.1.3	Proceso	5
5.2	Realizar un estudio de mercado	5
5.2.1	Definición:	5
5.2.2	Características:	6
5.2.3	Procesos para realizar el estudio de mercado:	6
5.3	Diseño del producto	6
5.3.1	Definición	6
5.3.2	Características.....	6
5.3.3	Procesos del diseño del producto	6
5.4	Analizar y Desarrollar una Propuesta de Valor	7
5.4.1	Definición de Análisis y desarrollo de propuesta de valor:.....	7
5.4.2	Proceso para desarrollo de propuesta de valor:	7
5.5	Desarrollar un Plan Operativo	7
5.5.1	Definición de plan operativo:	7
5.5.2	Características de Plan Operativo:	7
5.5.3	Proceso de un plan operativo:.....	8
5.6	Plan de Marketing	8
5.6.1	Definición de plan de marketing:.....	8
5.6.2	Características de plan de Marketing:	8
5.6.3	Proceso de cómo hacer un plan de marketing:	8

5.7	Elaborar Proyecciones Financieras.....	9
5.7.1	Definición de Proyecciones Financieras:	9
5.7.2	Características:.....	9
5.7.3	5.6.3 Proceso de proyecciones financieras:	9
6	Metodología.....	10
7	Desarrollo	11
7.1	Análisis situacional	11
7.1.1	Fuentes de Datos.....	11
7.2	Estudio de mercado.....	12
7.2.1	Segmentación Demográfica:.....	12
7.2.2	Segmentación Geográfica:.....	12
7.2.3	Segmentación psicológica:	13
7.2.4	Segmentación Conductual:	13
7.3	Diseño del producto	15
7.3.1	Elección del producto.....	15
7.3.2	Elaboración del producto.....	15
7.3.3	Receta del producto.....	16
7.3.4	Logo	17
7.3.5	Tipografía	17
7.3.6	Colores	18
7.3.7	Empaque	18
7.4	Propuesta de valor.....	20
7.5	Plan operativo	21
7.5.1	Formulación.....	21
7.5.2	Retroalimentación:	22
7.5.3	Aprobación	23
7.5.4	Capacitación	23
7.5.5	Preparación y control del producto	24
7.5.6	Empacado	25
7.5.7	Lista de compras	26
7.5.8	Infografía	27
7.5.9	Cronograma de actividades	28
7.5.10	Recursos necesarios	29

7.6	Plan de marketing	30
7.7	Proyecciones financieras.	33
7.7.1	Meta que cumplir	33
7.7.2	Lista de precios y costos.....	33
7.7.3	Utilidad total	33
7.7.4	Utilidad en ferias.....	34
7.7.5	Proyección de ventas en 3 meses.	35
8	Conclusiones.....	36
9	Recomendaciones	37
10	Bibliografía.....	38
11	Anexos.....	40

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Zona de ventas.	13
Ilustración 2 Receta del producto NutriBarra	16
Ilustración 3 Logo de la marca NutriBarra	17
Ilustración 4 Empaque del producto NutriBarra.	19
Ilustración 5 Guía para realizar el producto NutriBarra	27

Índice de tablas

Tabla 1 Resultados prueba N.-1.	21
Tabla 2 Resultados prueba N.-2.	21
Tabla 3 Resultados prueba N.-3.	22
Tabla 4 Control y calidad del producto.	24
Tabla 5 Control y calidad durante la elaboración.	24
Tabla 6 Control del empaçado.	25
Tabla 7 Lista de compras y sus distribuidores	26
Tabla 8 Cronograma de actividades.	28
Tabla 9 Horario de publicaciones.....	32
Tabla 10 Precios y costos de producción.....	33
Tabla 11 Utilidad del producto	34
Tabla 12 Utilidad en ferias.....	34
Tabla 13 Proyecciones de ventas	35

1 Problema

La Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz es una organización sin fines de lucro dedicada a ofrecer apoyo emocional, material y financiero a los niños hospitalizados en el Hospital Pediátrico Baca Ortiz y a sus familias. A través de diversas actividades, como la recolección de donaciones, la organización de eventos benéficos y la venta de productos, las Damas Voluntarias trabajan con gran dedicación para mejorar la calidad de vida de los pacientes y proporcionarles los recursos necesarios durante su estancia en el hospital.

A pesar de sus continuos esfuerzos, la fundación enfrenta una carencia persistente de recursos económicos, lo que limita significativamente su capacidad para ofrecer un apoyo integral a todos los niños hospitalizados y a sus familias. Aunque la fundación depende en gran medida de donaciones y ventas ocasionales, los recursos obtenidos no logran satisfacer completamente las crecientes necesidades de los pacientes. Actualmente, se estima que la fundación asiste a un promedio de 5.840 personas al año, que incluye tanto a los niños hospitalizados como a sus familias.

Adicionalmente, la fundación se enfrenta a retos relacionados con la disponibilidad variable de los voluntarios y la falta de equipo adecuado. Estos desafíos pueden complicar la implementación de proyectos o productos destinados a generar ingresos adicionales para la fundación.

El déficit económico, sumado a los desafíos operativos, genera una brecha crítica entre la demanda de asistencia por parte de los beneficiarios y la capacidad de la fundación para cubrir estas necesidades. Como resultado, solo un número limitado de niños hospitalizados y sus familias recibe el apoyo necesario, lo que impacta negativamente en su bienestar y calidad de vida.

2 Objetivos

2.1 Objetivo general

Desarrollar y comercializar un producto accesible y de fácil venta para la Fundación de Damas Voluntarias en Quito durante el año 2024, con el propósito de generar fondos adicionales que contribuyan a cubrir recursos esenciales para el funcionamiento de la fundación. Este producto servirá como medida de apoyo para mejorar la capacidad de la fundación en la asistencia a los niños hospitalizados y sus familias.

2.2 Objetivo Especifico

Realizar un análisis situacional de la Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz.

Ejecutar un estudio de mercado para comprender las necesidades y preferencias del público objetivo.

Diseñar un producto accesible y adecuado para la venta, alineado con los objetivos de la fundación.

Desarrollar un plan operativo que incluya una propuesta de valor, con el fin de garantizar una implementación efectiva del producto.

Implementar un plan de marketing destinado a promover el producto y aumentar su visibilidad en el mercado.

Elaborar proyecciones financieras para evaluar la viabilidad económica del producto y su impacto en los recursos de la fundación.

3 Justificación

Durante el proceso de vinculación con la Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz, se observó la situación crítica en la que se encontraba la fundación, con la necesidad de generar recursos adicionales para mantener y expandir sus programas de asistencia. Esta observación llevó a la propuesta de desarrollar y comercializar una línea de postres saludables como una medida de apoyo para la fundación.

El objetivo principal del proyecto es ofrecer un producto accesible y rentable que contribuya al apoyo de la causa de la fundación. La producción de los postres ha sido diseñada para ser económica, asegurando que los fondos recaudados sean suficientes para contribuir de manera significativa a la fundación.

El proyecto no solo busca apoyar la causa de la fundación, sino también ayudar a los niños hospitalizados y a sus familias que dependen de los programas de asistencia. Actualmente, la fundación brinda apoyo a un promedio de 5.840 personas al año. Con los fondos generados por la venta de los postres, se espera aumentar la cifra, beneficiando a un mayor número de personas.

Para abordar las limitaciones operativas, la receta del producto ha sido adaptada a los equipos disponibles en la fundación, lo que facilita su producción sin la necesidad de adquirir nuevos equipos. Además, para enfrentar el desafío de la variabilidad en la disponibilidad del personal voluntario, se ha diseñado una infografía detallada que explica el proceso de elaboración del producto. Esta infografía permitirá a las encargadas, independientemente de su nivel de experiencia, seguir el proceso de manera efectiva, asegurando la continuidad y calidad del producto.

Se prevé que las encargadas de la fundación continúen con la venta del producto, lo que asegurará una ganancia mensual fija para la fundación y contribuirá a la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

4 Alcance

El alcance de la investigación se enfoca en un análisis exhaustivo de la situación actual de la Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz. Este proceso implica una evaluación detallada de los recursos disponibles, las capacidades operativas y los desafíos enfrentados por la fundación. El objetivo es entender en profundidad las necesidades específicas que han sido identificadas dentro del contexto de su funcionamiento y su impacto en la fundación.

Una vez completado el análisis situacional, el siguiente paso será diseñar un producto que esté alineado con las necesidades detectadas. Este producto no solo deberá responder a los requisitos y expectativas de la fundación, sino que también debe ser viable en términos de implementación y operatividad. La fase de diseño implicará la creación de un prototipo que pueda ser evaluado y ajustado según sea necesario para garantizar su efectividad y adecuación.

Paralelamente, se desarrollará un plan operativo detallado que incluirá estrategias específicas para la implementación del producto. Este plan abordará aspectos logísticos, recursos humanos y procedimientos necesarios para la ejecución exitosa del proyecto. Además, se elaborará un plan de marketing que permitirá promover el producto de manera efectiva, generando conciencia y apoyo tanto dentro de la fundación como en la comunidad en general.

Para asegurar la viabilidad económica del producto, la investigación incluirá proyecciones financieras detalladas. Estas proyecciones contemplarán los costos asociados con la producción, distribución y promoción del producto, así como los ingresos esperados y la rentabilidad potencial. Se analizarán diferentes escenarios económicos para evaluar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto y se desarrollarán estrategias para optimizar el uso de los recursos y maximizar los beneficios.

5 Marco teórico

5.1 Análisis de situación

5.1.1 Definición

Un análisis de situación es una herramienta utilizada para evaluar el contexto en el que opera una empresa o proyecto, tanto a nivel interno como externo. (Quiroa, 2020)

5.1.2 Contexto

La Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz es una organización sin fines de lucro dedicada a brindar apoyo a familias en situación de vulnerabilidad. Su labor se centra en la provisión de insumos médicos, alimentos, servicios psicológicos y hospedaje, con el fin de mejorar la calidad de vida de los pacientes y sus familias.

5.1.3 Proceso

- Objetivo
- Recopilar Información
- Análisis de factoras
- Informe
- Implementar acciones

5.2 Realizar un estudio de mercado

5.2.1 Definición:

Un estudio de mercado es fundamental para entender las necesidades y comportamientos de los consumidores, evaluar la viabilidad de nuevas oportunidades y minimizar riesgos. (Kotler P. a., 2016)

5.2.2 Características:

Recopilar y analizar datos sobre consumidores, identificando el público objetivo y sus necesidades.

5.2.3 Procesos para realizar el estudio de mercado:

- Segmentación Demográfica
- segmentación geográfica
- Segmentación Psicológica
- Segmentación Conductual

5.3 Diseño del producto

5.3.1 Definición

El diseño de producto es el proceso de conceptualizar, crear y desarrollar un producto que satisfaga las necesidades y deseos de los usuarios, integrando aspectos funcionales, estéticos y de usabilidad. (Brown, 2008)

5.3.2 Características

Definir las características físicas y funcionales del producto, considerando la estética, funcionalidad y usabilidad, incorporando innovación o diferenciación respecto a productos existentes. (Eppinger, 2015)

5.3.3 Procesos del diseño del producto

- Elección del producto
- Elaboración del producto
- Descripción del producto
- Receta del producto
- Creación del logo
- Realización de empaque

5.4 Analizar y Desarrollar una Propuesta de Valor

5.4.1 Definición de Análisis y desarrollo de propuesta de valor:

Una propuesta de valor es una declaración precisa y clara que comunica los beneficios clave que un producto, servicio o empresa proporciona a sus clientes. Esta declaración aclara las razones por las que un consumidor debería optar por esa oferta en lugar de las opciones disponibles en el mercado. (Osterwalder, 2010)

5.4.2 Proceso para desarrollo de propuesta de valor:

- **Redactar una Declaración Clara y Concisa:** Resume los beneficios clave en una declaración breve que explique por qué los clientes deberían elegir tu oferta sobre otras. (Pigneur, 2010)
- **Mantener la Coherencia:** Asegúrate de que la propuesta de valor sea coherente en todos los puntos de contacto con el cliente. (Pigneur, 2010)
- **Distinguir entre Características y Beneficios:** Asegúrate de comunicar claramente los beneficios tangibles e intangibles para el cliente. (Ries, 2011)
- **Elementos Clave:** Asegúrate de cubrir quién eres, qué ofreces, cómo lo haces y por qué es valioso. (Ries, 2011)

5.5 Desarrollar un Plan Operativo

5.5.1 Definición de plan operativo:

Documento estratégico que detalla las acciones específicas y las tareas que una organización debe ejecutar para alcanzar sus objetivos a corto plazo. (Vincze, 2013)

5.5.2 Características de Plan Operativo:

Utilización de cronograma para la ejecución de cada fase operativa, y a asegurar la eficiencia y la calidad en todas las operaciones.

5.5.3 Proceso de un plan operativo:

- Formulación
- Retroalimentación
- Aprobación
- Capacitación
- Lista de compras
- Infografía
- Recursos necesarios

5.6 Plan de Marketing

5.6.1 Definición de plan de marketing:

Este plan incluye el análisis del mercado, definiendo las estrategias y tácticas al implementar, y la asignación de recursos para alcanzar estos objetivos. (Armstrong, 2017)

5.6.2 Características de plan de Marketing:

Establecer metas claras y medibles para la comercialización del producto, monitorear y ajustar la estrategia según la respuesta del mercado. (Kotler P. &, 2016)

5.6.3 Proceso de cómo hacer un plan de marketing:

- Prueba de venta
- Plan de mercado
- Sustentabilidad y Accesibilidad
- Elaboración y temporalidad

5.7 Elaborar Proyecciones Financieras

5.7.1 Definición de Proyecciones Financieras:

Proyecciones que incluyen la previsión de ingresos, gastos, ganancias, flujos de efectivo y otros indicadores clave que ayudan a planificar y tomar decisiones estratégicas. (Ehrhard, 2014)

5.7.2 Características:

Estimar ingresos y costos futuros del producto, incluyendo presupuestos para gastos de producción. (Garrison, 2017)

5.7.3 5.6.3 Proceso de proyecciones financieras:

- Meta que cumplir
- Lista de precios y costos
- Utilidad total
- Utilidad en ferias
- Proyecciones de ventas en 3 meses

6 Metodología

En el desarrollo de ese proyecto se utilizará dos metodologías complementarias, las cuales se describen a continuación.

Metodología Práctica:

Se refiere a un enfoque que pone énfasis en la aplicación efectiva de teorías y técnicas en contextos reales. Este enfoque busca resolver problemas concretos mediante la implementación de procedimientos probados y la adaptación a las circunstancias específicas de cada situación.

(Hernandez, 2014)

Metodología Acción Participativa:

Es un enfoque que integra a los miembros de la comunidad o a los actores involucrados en el proceso de investigación y resolución de problemas. Este método busca promover la participación activa de los participantes en cada fase del proyecto, desde la identificación de problemas hasta la implementación y evaluación de soluciones. (Chevalier, 2013)

7 Desarrollo

7.1 Análisis situacional

La Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz, ubicada en Quito, se dedica a ofrecer apoyo integral a niños hospitalizados y a sus familias. Cada año, la fundación proporciona asistencia a un promedio de 5.840 personas, que incluye tanto a los pacientes como a sus familiares. Esta asistencia se manifiesta en la provisión de alimentos, medicinas y actividades recreativas. A pesar de los esfuerzos continuos y el compromiso de la fundación, enfrenta una insuficiencia crónica de recursos económicos que limita significativamente su capacidad para mantener y expandir sus programas de asistencia. Entre los desafíos destacados se encuentran la dependencia de donaciones y ventas esporádicas, así como problemas operativos como la rotación constante del personal voluntario y la falta de equipo necesario.

7.1.1 Fuentes de Datos

La información utilizada para comprender la situación de la fundación y justificar la elección del producto se obtuvo a través de un proceso de vinculación con la fundación, que incluyó entrevistas detalladas con las encargadas de la misma. Durante estas entrevistas, se identificaron las principales deficiencias y necesidades operativas, así como las oportunidades para generar ingresos adicionales. Este análisis permitió una comprensión más profunda de las limitaciones y los requerimientos de la fundación, lo que facilitó la toma de decisiones respecto a la selección del producto adecuado.

7.2 Estudio de mercado

7.2.1 Segmentación Demográfica:

El público objetivo para el consumo se encuentra dentro de un rango de edad de 18 a 45 años, con un enfoque en aquellos que tienen un estilo de vida activo y saludable.

7.2.2 Segmentación Geográfica:

Alrededores del Hospital Baca Ortiz: Se ha seleccionado esta ubicación debido a la alta concentración de personas, incluyendo negocios, empresas privadas y públicas, instituciones educativas y hoteles. Este entorno presenta una demanda significativa de opciones de alimentación rápida y saludable, que las barras energéticas pueden satisfacer de manera eficaz.

Instituciones Educativas: Comercializar barras energéticas en instituciones educativas con el objetivo de influir positivamente en los hábitos alimenticios de los estudiantes. Esta estrategia busca integrar las barras nutritivas en el entorno escolar como una alternativa saludable a los refrigerios tradicionales.

Gimnasios locales: Implementar la comercialización de barras energéticas en gimnasios con el fin de ofrecer a los miembros una opción nutritiva y conveniente para complementar su régimen de entrenamiento. Se destacará cómo estas barras pueden integrarse en un estilo de vida saludable, así como la promoción de la causa social detrás del producto, incentivando a los clientes a apoyar la fundación benéfica a través de su compra.



Ilustración 1 Zona de ventas.

Nota: Mapa geografico de la zona programada para las ventas. Tomada de "Google maps" [Fotografía], Google Maps, 2024, <https://www.google.com.ec/maps/>.

7.2.3 Segmentación psicológica:

Estos consumidores buscan productos que no solo satisfagan sus necesidades dietéticas, sino que también se integren fácilmente en sus rutinas diarias. Incluye tanto a profesionales con agendas apretadas que necesitan opciones rápidas y saludables, como a deportistas que requieren un apoyo nutricional para optimizar su rendimiento. Además, abarca a aquellos que buscan mantener un equilibrio entre su bienestar personal y sus responsabilidades diarias, valorando productos que ofrezcan beneficios funcionales y contribuyan positivamente a sus objetivos de salud. Estos clientes están motivados por la conveniencia, la calidad nutricional y el impacto social de sus elecciones alimenticias.

7.2.4 Segmentación Conductual:

El objetivo es comprender cómo los consumidores interactúan con las barras energéticas mediante el análisis de factores clave que determinan su comportamiento y preferencias. Este enfoque permite ajustar las estrategias de manera precisa para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los consumidores.

Lealtad de la Marca: Se evalúa el nivel de fidelidad de los consumidores hacia las barras energéticas, identificando a aquellos que optan por la marca de manera constante.

Recomendaciones: Se mide la disposición de los clientes a recomendar las barras energéticas a otras personas. Una alta disposición a recomendar indica que las barras no solo cumplen con las expectativas de los consumidores.

7.3 Diseño del producto

7.3.1 Elección del producto

La decisión de desarrollar y comercializar barras nutritivas se basa en una serie de consideraciones estratégicas. En primer lugar, se identificó que este producto es fácil de elaborar, requiriendo un equipo mínimo, lo que lo hace compatible con las limitaciones operativas actuales de la fundación. Además, las barras nutritivas utilizan ingredientes básicos y accesibles, lo cual no solo mantiene bajos los costos de producción, sino que también simplifica el proceso de elaboración.

La elección de las barras nutritivas responde a la necesidad de generar un flujo de ingresos constante para la fundación. Este producto se alinea con los valores de la fundación al ofrecer una opción saludable y accesible que puede contribuir significativamente a sus esfuerzos de recaudación de fondos. La facilidad de producción y comercialización de las barras permite que la fundación pueda implementar este producto sin requerir grandes inversiones adicionales en equipo o infraestructura.

7.3.2 Elaboración del producto

Nombre del producto: NutriBarra.

Descripción: Es un snack diseñado para quienes buscan una combinación perfecta de sabor y bienestar. Elaborada con una cuidadosa mezcla de frutos secos, hojuelas de avena, miel y chocolate, NutriBarra es la opción ideal para aquellos con un estilo de vida activo que no quieren sacrificar el placer de un delicioso snack. Además de ofrecer una experiencia de sabor única, NutriBarra tiene un propósito más profundo: cada compra contribuye a apoyar al Hospital Pediátrico Baca Ortiz, ayudando a mejorar la calidad de vida de niños y familias en situación de vulnerabilidad.

7.3.3 Receta del producto

		Nutri Barra	
Numero de porcion o pack	1		
Conservación	Ambiente		
RECETA PRINCIPAL BARRA NUTRITIVA			
INGREDIENTES	CANTIDADES	UNIDAD	INDICACIONES
Avena tostada	1	Cucharadas	
Frutos secos	2	Cucharadas	Trociados
Glucosa	1	cuchara	Derretida(liquida)
Miel	1	Cucharadas	Derretida(liquida)
SUB-RECETA BAÑO DE CHOCOLATE			
Chocolate Blanco (susedanio)	1/2	Cucharadas	Derretido (liquido)
UTENSILIOS			
Bowl, molde cuadrado , espátula de plástico , papel film , cuchillo cebollero , tabla , cuchara (miserable)			
PREPARACIÓN			
<ol style="list-style-type: none"> 1. En un bowl mezclamos la Avena tostada con los frutos secos previamente trociados 2. En un bowl calentamos la glucosa junto la miel en un microondas por 30 segundos. y juntamos con la mezcla anterior. 3. Cubrimos el molde con papel film , y vertimos la mezcla realizada , luego hacemos presión con una espátula y en intervalos de tiempo de 25 s en el microondas , cocinamos la mezcla. 4. Desmoldamos la mezcla y cortamos de largo 8 cm , de ancho 3 cm , y de altura 1 centímetro. 			
Nota: Conservar a temperatura ambiente			

Ilustración 2 Receta del producto NutriBarra.

Nota. La receta brinda da una guía para la creación del producto, para que cualquier persona pueda replicarla. (Chavez,2024).

7.3.4 Logo

El logo está diseñado para transmitir el compromiso de apoyar a los niños de la fundación a través de la compra de los productos.



Ilustración 3 Logo de la marca NutriBarra.

Nota: Logo que se utiliza en los productos de NutriBarra. (Chavez,2024)

7.3.5 Tipografía

Tipografía: “Wishper Script”

Nombre y Tipo: Se utiliza la tipografía “Wishper Script” para el logo. Este tipo de fuente tiene un estilo script que le da un toque elegante y fluido.

Estilo y Color: La tipografía se presenta en su estilo normal, pero en un tono café. Este color se elige porque aporta una sensación cálida y natural, alineándose con la idea de las barras nutritivas y el propósito de la marca.

Justificación: La elección de 'Wishper Script' se basa en su capacidad para transmitir una imagen auténtica y amigable. Su estilo script añade un toque personal, mientras que el color café refuerza la conexión con lo natural y de calidad, lo que resalta la esencia del producto y la causa que se apoya.

7.3.6 Colores

Paleta de Colores:

#31559f (Azul Profundo): Este color se utiliza para proyectar confianza y profesionalismo.

El azul profundo hace que el logo destaque y refleja la seriedad de la marca, además de contrastar de manera atractiva con los otros colores.

#7e3b16 (Café Oscuro): Este tono se combina con la tipografía, ofreciendo una sensación de calidez y una conexión con los ingredientes naturales. Refuerza la imagen clásica y orgánica del producto.

#facbd9 (Rosa Claro) y #fbefb8 (Amarillo Claro): Estos colores suaves proporcionan un contraste agradable y refrescante. El rosa claro añade un toque de dulzura, mientras que el amarillo claro transmite energía y vitalidad, haciendo que el logo sea visualmente atractivo y accesible.

Aplicación de Colores:

La combinación de estos colores crea un diseño armonioso y refuerza los valores de la marca. El azul profundo y el café oscuro ofrecen una base sólida y profesional, mientras que los tonos más claros añaden ligereza y un enfoque amigable.

7.3.7 Empaque

Descripción: El envoltorio del producto busca reflejar una imagen más tradicional y está fabricado con materiales biodegradables, complementado con un diseño sencillo y elegante.

Forma y Tamaño: El empaque de NutriBarra tiene una forma rectangular, con dimensiones de 10 cm de largo y 4 cm de ancho, lo que lo convierte en un empaque individual ideal para una sola barra. Este tamaño es compacto y fácil de transportar, adecuado para consumidores que buscan una opción de snack saludable y práctica.

Gráficos y Textos: El diseño del empaque incluye el logo de NutriBarra en la parte central, lo que permite una clara identificación de la marca. El color predominante del empaque es **café**,

el cual está directamente relacionado con el material biodegradable del que está hecho, dándole un aspecto orgánico que refleja los valores ecológicos de la marca.

Materiales: El empaque está hecho de papel biodegradable, lo que refuerza el compromiso de la marca con la sostenibilidad. Este material permite que el empaque sea ecológico, contribuyendo a la reducción de residuos plásticos y fomentando una práctica de consumo más responsable.

Sostenibilidad: El uso de papel biodegradable asegura que el empaque sea ecológico y respete el medio ambiente, en línea con las tendencias actuales de consumo responsable. Esta característica también agrega valor al producto, ya que los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental de sus compras.

Funcionalidad: El empaque no solo se destaca por su presentación ecológica, sino también por su practicidad. Para evitar que la barra se adhiera al papel biodegradable, el producto está envuelto en un papel film en su interior, lo que protege la integridad del producto. Este sistema de doble envoltura asegura que la barra se mantenga fresca y separada del empaque principal. Además, el empaque está diseñado para ser fácil de abrir, lo que proporciona al usuario una experiencia cómoda y sencilla al consumir el producto.



Ilustración 4 Empaque del producto NutriBarra.

Nota: Forma en la que será empaquetado cada producto de NutriBarra. (Vasconez,2024).

7.4 Propuesta de valor

NutriBarra es una barra energética hecha con avena, nueces, miel y chocolate, diseñada para ofrecer un snack saludable y delicioso que proporciona energía de manera natural. Es ideal para personas activas que buscan sabor y nutrición en un solo producto. Dado esto, se han identificado varios aspectos que le otorgan un valor distintivo y lo posicionan favorablemente frente a la competencia.

- El producto no tiene fines de lucro todos los ingresos serán destinados a la Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz. De esta manera, se brindará apoyo a los niños y sus familias, mejorando su calidad de vida durante su estancia hospitalaria.
- La versatilidad del producto se destaca gracias a su base de frutos secos, lo que permite una amplia variedad de combinaciones. Esta flexibilidad ofrece la posibilidad de crear diferentes variaciones del producto, incluso permitiendo personalizarlo según los gustos y preferencias individuales de cada cliente, brindando una experiencia única y adaptable.
- La facilidad de producción del producto permite fabricarlo en grandes cantidades de manera eficiente. Esto no solo optimiza los procesos, sino que también facilita la participación de las voluntarias, quienes pueden producirlo ellas mismas, promoviendo así el empoderamiento y la autosuficiencia dentro de la comunidad.
- Los beneficios nutritivos; debido a la combinación de ingredientes como avena tostada, almendras, pasas, nueces, miel y glucosa, ofrece un equilibrio perfecto entre sabor y salud. Cada barra proporciona una fuente sostenida de energía, gracias a los carbohidratos complejos de la avena y los azúcares naturales de la miel y las pasas. Además, es rica en antioxidantes y grasas saludables provenientes de las almendras y nueces, que apoyan la salud cardiovascular y cerebral.

7.5 Plan operativo

7.5.1 Formulación

Durante la elaboración del producto, se comprobó que su simplicidad permite que incluso personas sin experiencia en la cocina puedan prepararlo fácilmente. Utilizando ingredientes como miel, frutos secos, avena tostada y glucosa, se realizó la prueba de sabor para asegurar la calidad y el atractivo del producto.

Prueba 1: El resultado no fue exitoso, ya que se produjo un mal uso e implementación de los ingredientes, lo que resultó en una barra dura, poco cocida y con escaso sabor.

Visualización	Prueba
Sabor	Sabor neutro y no apetecible
Textura	Dura e incomible
Color	Café y no apetecible
Olor	No apetecible y claro olor a quemado
Prueba 1: ERROR	

Tabla 1 Resultados prueba N.-1.

Nota: Información obtenida en prueba N.-1 en la elaboración de Barras nutritivas. (Vasconez,2024)

Retroalimentación: Cambiar la avena cruda por hojuelas de avena tostada y utilizar frutos secos más dulces, como las pasas. Además, se sugirió precalentar los líquidos, como la miel y la glucosa, y evitar un tiempo excesivo en el microondas.

Prueba 2: Se realizó una segunda prueba de las barras nutritivas, teniendo en cuenta las recomendaciones y observaciones de la primera prueba.

Visualización	Prueba
Sabor	Combinación agradable al paladar, dulce y suave.
Textura	Suave
Color	Caramelo y visualmente apetecible.
Olor	Agradable y con aroma a frutos secos y miel.
Prueba 2: Satisfactorio	

Tabla 2 Resultados prueba N.-2.

Nota: Información obtenida en prueba N.-2 en la elaboración de Barras nutritivas. (Vasconez,2024)

7.5.2 Retroalimentación:

Se procedió a realizar la Prueba 2 tomando en cuenta las observaciones de la Prueba 1. Como resultado, se desarrolló un nuevo producto con mayor potencial de venta. (ver Anexo 1) Usando los mismos ingredientes, se logró una barra nutritiva con buen sabor, aspecto apetecible y fácil de elaborar. Sin embargo, se presentaron problemas en la textura, ya que se busca una barra más compacta que resista mejor el calor del sol.

Prueba 3: Se procedió a realizar una tercera prueba para ajustar la textura final del producto.

Visualización	Prueba
Sabor	Combinación agradable al paladar, dulce y suave.
Textura	Compacta y crujiente.
Color	Caramelo y visualmente apetecible.
Olor	Agradable y con aroma a frutos secos y miel.
Cocción	30 segundos de cocción, consiguiendo una barra mas estable
Prueba 2: Satisfactorio	

Tabla 3 Resultados prueba N.-3.

Nota: Información obtenida en prueba N.-3 en la elaboración de Barras nutritivas. (Vasconez,2024)

Dado los éxitos obtenidos en la prueba 3, el producto fue aprobado, ya que se logró un notable aumento en la calidad, tanto en sabor como en textura. Las barras fueron cocinadas por 30 segundos en un horno microondas.

Para mejorar el sabor y hacerlas visualmente más atractivas, se procedió a bañarlas en chocolate blanco.

7.5.3 Aprobación

Se aprobó la prueba 3 de las barras y se procedió a la elaboración de 8 unidades para realizar la degustación del producto en la Fundación del Albergue de Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz el viernes 23 de agosto del presente año. (ver Anexo 2)

Al iniciar la degustación con las autoridades encargadas de la Fundación de Damas Voluntarias y los representantes del Instituto Superior Sudamericano, se recibieron buenas reseñas y se obtuvo la aprobación de las barras nutritivas. (ver Anexo 3)

Dado su sabor, textura y empaque biodegradable, el producto ha tenido una buena acogida en el mercado y ha mostrado buenos resultados en las ventas.

Un punto importante para recalcar es que, dada la degustación, se recomendó ofrecer una mayor diversidad de sabores en las barras, así como asegurar la calidad y sanidad del producto antes de su comercialización.

Durante la degustación con las autoridades correspondientes, se obtuvo una gran acogida para el producto y se reportó una alta satisfacción al consumirlo. (ver Anexo 4)

Así concluyó la degustación por parte de los representantes del Instituto Superior Sudamericano, donde se obtuvo una gran acogida para las barras nutritivas. (ver Anexo 5)

7.5.4 Capacitación

Para lograr el objetivo, se implementó una infografía que permite a cualquier persona elaborar el producto. En este caso, se capacitó a un alumno de cuarto grado del Instituto Superior Sudamérica, quien logró preparar las barras de manera adecuada con la ayuda de la infografía, la cual detalla de manera didáctica, paso a paso, el proceso de elaboración del producto.

La persona de prueba no tuvo inconvenientes al realizar cada uno de los pasos y logró elaborar la misma barra con sabor y calidad. Se concluye que cualquier persona, con la ayuda de la infografía y capacitación, puede elaborar las barras nutritivas. Seguimiento y control del producto.

Característica	Aprobado	El producto cumple	
Calidad de ingredientes	Proveedores certificados.	SI	
Mezcla de ingredientes	Al mezclar los ingredientes evitar contaminación de agentes externos.	SI	
Control de líquidos	Evitar que se quemen y evitar contaminación con agentes externos.	SI	
Verificar olor	Café brillante.	SI	
Verificar aromas	Aroma a frutos y miel.	SI	
Verificar consistencia	Consistencia semidura.	SI	

Tabla 4 Control y calidad del producto.

Nota. Características necesarias de los ingredientes para las barras nutritivas. (Vasconez,2024)

7.5.5 Preparación y control del producto

Característica	Aprobado	El producto cumple	
Moldes	Usar moldes acordes a las porciones, control de sanidad y cubiertos de papel film.	SI	
Refrigerado	Tapado de 15 a 20 minutos.	SI	
Sanidad	Sin humedad y evitar aperturas.	SI	
Porciones	Cortar los lados irregulares para tener un correcto corte en las porciones.	SI	
Medidas del producto	de 8 cm de largo y 4 cm de ancho.	SI	

Tabla 5 Control y calidad durante la elaboración.

Nota. Características requeridas para asegurar la correcta preparación. (vasconez,2024)

7.5.6 Empacado

Característica	Aprobado	El producto cumple	
Primera envoltura	Envolver con papel film toda la barra.	SI	
Segunda Envoltura	Uso de papel biodegradable acorde a las medidas de las barras y sellar todos los lados.	SI	
Verificar el logo	Verificar los correctos colores y la buena escritura y el correcto impreso del logo.	SI	
Logo	Coloca el logo sobre la mitad de la envoltura.	SI	
Amarrado de la envoltura	Cortar un 10 cm de cuerda de paja, de una vuelta alrededor de la barra y amarre en forma de lazo.	SI	
Almacenamiento	Lugar fresco y sin humedad.	SI	

Tabla 6 Control del empacado.

Nota. Requerimientos para determinar si el empacado del producto este hecho correctamente.

(vascones,2024)

7.5.7 Lista de compras

Lista de Productos			
Producto	Marca	Imagen	lugar
AVENA TOSTADA	Especias Market		Santa Clara (Especias Market)
FRUTOS SECOS	Especias Market		Santa Clara (Especias Market)
GLUCOSA	García Reinoso		Santa Clara (Especias Market)
MIEL	Especias Market		Santa clara (Especias Market)
CHOCOLATE BLANCO	Especias Market		Santa clara (Especias Market)

Tabla 7 Lista de compras y sus distribuidores.

7.5.8 Infografía



**PREPARA UNAS DELICIOSOS
BARRAS NUTRITIVAS**

..... **INGREDIENTES:**

Para obtener 9 barras nutritivas

150 g De avena tostada			60 g Mix de frutos secos (pasas, almendras, maní)
2l g De miel de abeja .		90 g De glucosa	
3 g De chocolate blanco.			

..... **PREPARACIÓN:**

Entre 8 a 10 minutos de tiempo.

Paso 1 - Corta y mezcla

Corta en pedazos pequeños todos los frutos secos y mezcla en un solo recipiente con la avena tostada.

Paso 2 - Cocinar y mezcla .

Mezcla las cucharadas de glucosa y miel por no más de un minuto en el microondas, batiendo cada 30 segundos hasta que se obtenga una mezcla líquida.

Paso 3 - Mezcla y refrigera

Coloca la mezcla líquida en la mezcla de frutos secos, bate bien y coloca toda la mezcla en un molde cubierto de papel film y lleva al refrigerador. Aplasta la mezcla antes de meter al congelador.

Paso 4 - Porciona y empaca .

Porciona cada barra tomando en cuenta que debe tener 8 cm de largo, 4 cm de ancho y 1 cm de altura , dales un interlineado de chocolate blanco y envuelve cada barra con papel film, para después colocar la envoltura biodegradable. Cierra bien cada parte del envoltorio, coloca la cuerda de paja dándole una forma de lazo al final.

Ilustración 5 Guía para realizar el producto NutriBarra.

Nota. Pasos que se seguirán para replicar el producto. (Vasconez,2024)

7.5.9 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES	SEMANAS											
		1 y 4				5 y 8				9 y 12			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estudio	JUNIO												
Análisis situacional			●										
Estudio del mercado				●									
DESARROLLO PRACTICO	JULIO					●							
Pruebas del producto						●							
Prueba 1						●							
Prueba 2							●						
Prueba 3						●							
Aprobación de la barra													
Desarrollo del documento													
Planteamiento del problema	AGOSTO					●							
Presentación de los objetivos						●							
Justificación						●							
Alcances						●							
Metodología						●							
Diseño del producto							●						
Análisis del mercado							●						
Plan de marketing							●						
Propuesta de valor							●						
Plan operativo								●					
Proyecciones								●					
Implementación capacitación y								●					
Conclusiones recomendaciones y								●					
Comercialización		SEPTIEMBRE							●	●	●	●	●
Defensoría de tesis										●			

Tabla 8 Cronograma de actividades.

7.5.10 Recursos necesarios

Para la producción efectiva de las Nutribarras y garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos, es crucial contar con el equipo adecuado. A continuación, se detallan los equipos necesarios para la elaboración del producto.

- **Bowl:** Se requieren bowl de diferentes tamaños para mezclar los ingredientes. Estos recipientes deben ser resistentes y aptos para uso alimentario, facilitando la combinación uniforme de los ingredientes.
- **Moldes para las Barras:** Los moldes específicos para las barras son esenciales para darle la forma deseada al producto. Estos moldes deben ser de material antiadherente para asegurar que las barras se desprendan fácilmente después del enfriamiento.
- **Espátulas de Goma:** Las espátulas de goma son necesarias para mezclar y raspar los ingredientes de manera eficiente, asegurando que no queden residuos y que la mezcla sea homogénea.
- **Cuchillo:** Un cuchillo afilado es fundamental para cortar los ingredientes, como frutos secos y otras adicciones, en trozos adecuados para la receta.
- **Tabla de Picar:** Un cuchillo afilado es fundamental para cortar los ingredientes, como frutos secos y otras adicciones, en trozos adecuados para la receta.
- **Balanza de Cocina:** La balanza de cocina permite medir con precisión las cantidades de cada ingrediente, asegurando la consistencia del producto y el cumplimiento de las proporciones especificadas en la receta.

7.6 Plan de marketing

Prueba de venta: Una vez finalizada la mejor versión del producto, se realizó una primera prueba de venta. Se contacto a las voluntarias de la fundación y organiza una degustación gratuita. Como el producto fue de su agrado, decidieron comprar tres unidades de barras, lo que logro que se obtuvo una ganancia total de \$3. Dado que el costo de producción de cada barra es de \$0.40, se obtuvo una ganancia de \$0.60 por barra, sumando un total de \$1.80 de ganancia. Este resultado demuestra que el producto es sustentable, ya que se recuperó el costo de producción y genero una ganancia. Además, nos brindaron valiosas recomendaciones, como la sugerencia de hacer la barra con una textura más firme y la posibilidad de ofrecer variantes con diferentes frutos secos según las preferencias de cada persona.

Plan de mercado: Nuestro plan de mercado se basa en promocionar el producto en diversos puntos de venta estratégicos, donde se encuentran grupos de personas que se beneficiarían de nuestra barra. Además, al recalcar que se trata de un producto destinado a recaudar fondos, se espera atraer a un público mayor que desee apoyar a la Fundación de Damas Voluntarias del Hospital Pediátrico Baca Ortiz.

La fundación y sus alrededores: Se decidió enfocarse principalmente en vender en los alrededores del Hospital Baca Ortiz, una zona altamente concurrida. Esto no solo ayuda a llegar a más personas, sino que también permite transmitir el mensaje de recaudar fondos para los niños hospitalizados, lo que refuerza el propósito de la causa.

Ventas en Ferias: Se planea participar en ferias relacionadas con el cuidado de la salud y eventos similares. Estas ferias brindan la oportunidad de llegar a un público que ya está interesado en el bienestar, lo que facilita la promoción de NutriBarra como un producto saludable y con un propósito benéfico.

Ventas en Instituciones: En el instituto, se realizarán ventas dirigidas a estudiantes, aprovechando que la barra es un snack ideal para personas de esa edad. NutriBarra no solo ofrece un sabor agradable, sino también una fuente de energía conveniente para afrontar la jornada estudiantil.

Sustentabilidad y Accesibilidad: Teniendo en cuenta todos los puntos anteriores, cabe recalcar que el producto es autosustentable, fácil de producir y elaborado con ingredientes económicos. Esto no solo permite mantener un precio accesible para los compradores, sino que también asegura que las ganancias generadas sean significativas para contribuir al bienestar de los niños hospitalizados y sus familias.

Elaboración y Temporalidad: NutriBarra fue desarrollado durante el segundo semestre del año, con especial atención a su lanzamiento en los meses de octubre y noviembre. Estos meses fueron elegidos estratégicamente debido al aumento en la actividad social y eventos comunitarios, lo que brinda una mayor oportunidad para realizar ventas y captar la atención de un público más amplio.

Publicidad en redes sociales: Se decidió establecer la publicidad digital en tres plataformas diferentes: Instagram, Facebook y TikTok, ya que son redes sociales con una amplia audiencia y permiten alcanzar al público objetivo de manera efectiva. Cada plataforma tiene características particulares, lo que lleva a definir horarios específicos para maximizar la visibilidad y la interacción de las publicaciones.

Cuadro de horarios de publicaciones en redes sociales:

Día	Instagram	Facebook	TikTok
Lunes	9:00 AM - 12:00 PM	8:00 AM - 12:00 PM	6:00 PM - 8:00 PM
Martes	9:00 AM - 12:00 PM	9:00 AM - 11:00 AM	5:00 PM - 7:00 PM
Miércoles	10:00 AM - 11:00 AM	9:00 AM - 12:00 PM	6:00 PM - 7:00 PM
Jueves	10:00 AM - 11:00 AM	9:00 AM - 12:00 PM	7:00 PM - 8:00 PM
Viernes	9:00 AM - 11:00 AM	8:00 AM - 12:00 PM	5:00 PM - 7:00 PM

Tabla 9 Horario de publicaciones.

Nota: Horario de publicaciones. Tomado de "Hootsuite", 2024,

<https://blog.hootsuite.com/best-time-to-post-on-facebook-twitter-instagram/>

Justificación de la estrategia de publicación:

En Instagram, la audiencia interactúa más entre las 9:00 a.m. y 12:00 p.m. durante los días laborales, siendo los miércoles el día con mayor actividad. Publicar en este rango horario permite llegar a los usuarios cuando están más receptivos a interactuar con contenido. (Paige Cooper, 2021)

En Facebook, se observa un mayor nivel de interacción entre las 8:00 a.m. y 12:00 p.m., especialmente los lunes y miércoles. Estos días son claves para captar la atención de los usuarios que revisan la plataforma en horas laborales o antes del mediodía. (Paige Cooper, 2021)

Por otro lado, TikTok presenta un patrón diferente, con mayor actividad durante la tarde y noche, en especial entre 5:00 p.m. y 8:00 p.m. Los jueves a las 7:00 p.m. son particularmente recomendados para captar a un público más joven y activo en esta plataforma. (Nadica, 2024)

7.7 Proyecciones financieras.

7.7.1 Meta que cumplir

Debido a la situación actual de la fundación y al promedio de niños atendidos diariamente, se ha establecido una meta de vender un total de 1.190 productos NutriBarra. El objetivo es recaudar \$750.00 dólares en utilidad, cubriendo a la vez los costos de producción. El plazo para alcanzar esta meta será de tres meses, lo que permitirá evaluar el éxito de la estrategia de ventas y ajustar según sea necesario.

7.7.2 Lista de precios y costos

Concepto	Unidad de compra	Valor de compra	Cantidad usada	Total, costo por barra
Avena	450 g	\$1.50	50 g	\$0.06
Miel	150 g	\$1.50	7 g	\$0.02
Mix de frutos secos	250 g	\$1.50	20 g	\$0.04
Glucosa	450 g	\$1.50	30 g	\$0.03
Chocolate	100 g	\$0.75	6 g	\$0.02
Empaque	Por barra	\$0.20	1 unidad	\$0.20
Costo total por barra				\$0.37

Tabla 10 Precios y costos de producción.

Nota: Datos recopilados de los precios y costos (Chávez, 2024)

7.7.3 Utilidad total

Para alcanzar la meta planteada se consideraron los siguientes datos:

- Precio por venta: \$1
- Costo total por barra: \$0.37
- Utilidad de barra: \$0.63
- Meta que cumplir: \$750

Categoría	Descripción	Valor	Porcentaje total
Ingresos	P.V. P	\$1.00	
	Numero de barra vendidas	1.190	
	Ingresos totales	\$1.190	100%
Costos	Costo total por barra	\$0.37	
	Numero de barras	1.190	
	Costo total	\$440,30	37.02%
Utilidad	Ingresos menos costos	\$749,70	63.08%

Tabla 11 Utilidad del producto.

Nota: Cantidad necesaria para cumplir la meta. (Rodríguez 2024)

7.7.4 Utilidad en ferias.

Meta de utilidad ajustada: \$750 de utilidad + \$20 de costo de ferias = \$770.00.

Utilidad por barra: \$1.00 (precio de venta) - \$0.37 (costo de producción por barra) = \$0.63 por barra.

Número de barras necesarias: $770/0.63 = 1.221,22$ barras que se redondeó a 1.222.

Categoría	Descripción	Valor	Porcentaje Total
Ingresos	P.V. P	\$1.00	
	Numero de barra vendidas	1222	
	Ingresos totales	\$1.222,00	100%
Costos	Costo total por barra	\$0.37	
	Numero de barras	1222	
	Costo de producción	\$452,14	37.03%
	Costo participación en ferias	\$20.00	1.64%
	Costo total (producción + ferias)	\$472,14	38.67%
Utilidad	Ingresos - total costos	\$749,86	61.37%

Tabla 12 Utilidad en ferias.

Nota: Datos calculados de ventas en ferias. (Rodríguez 2024)

7.7.5 Proyección de ventas en 3 meses.

El siguiente cuadro muestra el análisis de ingresos, costos y utilidad mensual del producto NutriBarra, basado en un período de 3 meses. Para alcanzar el objetivo de ventas, es necesario vender un promedio de 397 barras al mes, lo que equivale a aproximadamente 18 barras diarias, considerando que se operará durante 22 días laborales al mes.

Categoría	Descripción	Mes1	Mes2	Mes3	Total	Porcentaje
Ingresos	P.V. P	\$1.00	\$1.00	\$1.00		
	Numero de barras vendidas	350	420	420	1.19	
	Ingresos totales	\$350	\$420	\$420	\$1.190.00	100%
Costos	Costo total por barra	\$0.37	\$0.37	\$0.37		
	Numero de barras vendidas	350	420	420		
	Costo total por barra	\$129.50	\$155.40	\$155.40	\$440.30	37.02%
Utilidad	Ingresos - costos	\$220.50	\$264.60	\$264.60	\$749.70	63.08%

Tabla 13 Proyecciones de ventas.

8 Conclusiones

- El desarrollo de un producto económico, rentable y de fácil venta puede representar un aporte significativo, aunque no necesariamente satisfaga el 100% de las necesidades de la fundación. A pesar de estas limitaciones, el producto puede servir como un estímulo motivador y como un punto de partida para nuevas propuestas, así como para el empoderamiento de más personas vinculadas al objetivo de la fundación y a la fundación misma.
- La identificación del público objetivo mediante una investigación exhaustiva ha permitido determinar el perfil de los clientes potenciales para la comercialización efectiva de las barras NutriBarra. Este proceso determina a un notable aumento en las ventas y a la posible diversificación de los puntos de distribución del producto.
- La implementación de un producto saludable y nutritivo que cumple con altos estándares de calidad y sabor, garantizados por un riguroso control de sanidad y calidad en el proceso de producción, es clave para asegurar la aceptación y satisfacción del consumidor. A pesar de las dificultades técnicas, estructurales y de equipamiento, es factible proponer productos que contribuyan positivamente al mercado.
- El producto resulta rentable debido a la versatilidad y accesibilidad de sus ingredientes. Esta rentabilidad es crucial para asegurar la viabilidad económica del proyecto. Se ha comprobado que, al utilizar productos de fácil acceso y con poco equipamiento, la alta rentabilidad está demostrada por el estudio financiero realizado.

9 Recomendaciones

- Se recomienda que la Fundación use el desarrollo del producto como base para nuevas iniciativas. Aunque no cubra todas las necesidades, puede motivar a más personas y abrir oportunidades para futuros proyectos.
- Se recomienda continuar interviniendo, investigando para conocer mejor a sus clientes. Esto ha ayuda a aumentar las ventas y diversificar los puntos de posible distribución como estrategia de ventas.
- Motivar tanto a la Fundación como también a nuevos voluntarios a continuar desarrollando productos saludables con altos estándares de calidad. Se determina que, a pesar de los desafíos, es posible ofrecer productos que sean bien aceptados por los consumidores.
- Recomendar la implementación del registro sanitario para la venta del producto en el futuro es una medida aconsejable para asegurar el cumplimiento de normativas de salud y aumentar la credibilidad y confianza del consumidor en el producto. Esta certificación permitirá una distribución más amplia y confiable en el mercado.

10 Bibliografía

- Bravo Erika, C. S. (2022). FACTORES CLAVES PARA LA VIABILIDAD DE. En *FACTORES CLAVES PARA LA VIABILIDAD DE*. Manabi .
- Brown, T. (2008). Desing thinking . *Harvard Business Review* , 86(6),84-92.
- Chevalier, J. M. (2013). Theory and Methods for Engaged Inquiry. Routledge. *Participatory Action Research*, 12-15.
- Ehrhard, B. &. (2014). Theory & Practice. *Financial Management*, 16.
- Eppinger, U. &. (2015). Product design and development .
- Garrison, R. H. (2017). Creating Value in a Dynamic Business Environment. *Managerial Accounting*, 16.
- Gsrzdl. (17 de 07 de 2015). *Wikipedia La enciclopedia libre*. Obtenido de es.wikipedia.org:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n>
- Hernandez, R. . (2014). Metodología de la Investigación. 6.
- Hernández, R. (2001). *Metodología de Investigación*. México: McGraw_Hill.
- Kotler, P. &. (2016). Marketing management . 15 .
- Kotler, P. a. (2016). Marketing Management . 15.
- Martínez, J. A. (2021). Metodología Práctica en la Resolución de Problemas. 45.
- Méndez, C. E. (2002). *Metodología de Investigación, guía para la elaboración de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Nadica, N. (5 de Septiembre de 2024). *Influencer Marketing Hub* . Obtenido de <https://influencermarketinghub.com/best-times-to-post-on-tiktok/>
- Osterwalder, A. &. (2010). A handbook for visionaries, game changers , and challengers . Wiley . *Business model generation* .
- Paige Cooper, B. C. (19 de Mayo de 2021). *Blog Hootsuite*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/best-time-to-post-on-facebook-twitter-Instagram/>

Pigneur, O. &. (2010). A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley.

Business model generation.

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to

Create Radically Successful Businesses. *Crown Business.*

Segovia Fernández, F. E. (23 de 06 de 2012). *El Rincón del vago*. Obtenido de

rincondelvago.com: <http://html.rincondelvago.com/investigacion-etnografica.html>

Vincze, H. J. (2013). Concepts and Cases . *Strategic Management* , 9.

11 Anexos

Anexo 1:



Anexo 2:



Anexo 3:



Anexo 4:



Anexo 5:

