



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
QUITO - ECUADOR

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**PLAN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN**

**TEMA:**

ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO RENTABLE PARA BENEFICIO ECONÓMICO DE LA FUNDACIÓN DAMAS VOLUNTARIAS DEL ALBERGUE DEL HOSPITAL PEDIÁTRICO BACA ORTIZ.

**AUTOR(ES):** EDDY JESUS PALADINES CRUZATTY

**COORDINADOR DE CARRERA:** MTR. CHRISTIAN PAUL MARTINEZ SAMANIEGO

**TUTORES:** MTR. CHRISTIAN PAUL MARTINEZ SAMANIEGO  
MRT. ESTEBAN FRANCISCO JIMENEZ CADENA

Septiembre 2024  
QUITO – ECUADOR

## **AUTORÍA**

Yo, Eddy Jesus Paladines Cruzatty, portador de cedula de ciudadanía No. 1725087017 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningun 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.

---

**EDDY JESUS PALADINES CRUZATTY**

## **CERTIFICACIÓN**

Una vez se ha culminado la elaboración del proyecto de titulación cuyo tema es: elaboración de un producto rentable para beneficio económico de la fundación Damas Voluntarias del Albergue del Hospital Pediátrico Baca Ortiz, en la ciudad de Quito, certifico que el mismo se encuentra habilitado para su defensa pública.

---

**Mrt. Esteban Francisco Jiménez Cadena**  
**Mtr. Christian Paul Martínez Samaniego**  
**Coordinador De La Escuela De Gastronomía**  
**Instituto Tecnológico Superior Sudamericano Quito**

## **CERTIFICACIÓN**

Por medio de la presente certifico que el señor Eddy Jesus Paladines Cruzatty, ha realizado y concluido su trabajo de titulación, cuyo tema es “elaboración de un producto rentable para beneficio económico de la fundación Damas Voluntarias del Albergue del Hospital Pediátrico Baca Ortiz, para poder obtener el título de tecnólogo en gastronomía, bajo mi tutoría.

---

**Mtr. Christian Paul Martínez Samaniego**  
**Director del Proyecto de Titulación**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quedo infinitamente agradecido 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.

Aprecio enormemente el respaldo de mis padres, quienes supieron apoyarme en cada paso e inspirarme a continuar con mis sueños y aspiraciones, por creer en mi potencial y valentía en afrontar diferentes desafíos que me llevaron a culminar mi carrera.

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis, con todo mi corazón, a aquellas personas que han sido fundamentales en mi vida y en este camino académico. En primer lugar, a Dios, por haberme dado la fuerza, sabiduría y fe para seguir adelante, incluso en los momentos más desafiantes. Su guía ha sido mi luz constante y su presencia, mi mayor consuelo.

A mi madre, por su amor incondicional, su apoyo sin reservas y por estar siempre a mi lado, brindándome aliento y confianza en cada paso de este recorrido. Gracias por tus sacrificios y por ser mi mayor ejemplo de perseverancia y dedicación.

A mi padre, quien con su esfuerzo y dedicación me ha enseñado el valor del trabajo duro y la importancia de nunca rendirse. Tus palabras de aliento y tu ejemplo han sido una motivación constante para mí.

A mis profesores, quienes han compartido conmigo su conocimiento, paciencia y guía. Su dedicación y compromiso han sido clave en mi desarrollo académico y personal. A cada uno de ustedes, les agradezco profundamente por haberme orientado en este proceso, por sus valiosas enseñanzas y por creer en mí.

Este logro es el fruto de todos ustedes, y les estaré eternamente agradecido por ser parte de mi vida y de este camino hacia la culminación de un sueño.

## RESUMEN

El presente proyecto busca diseñar y comercializar bombas de chocolate con el fin de recaudar fondos para la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, apoyando sus esfuerzos para proveer suministros médicos, medicamentos y otros recursos necesarios para niños hospitalizados. El diseño del producto se basa en un análisis de las limitaciones operativas, costos de producción bajos y tendencias del mercado. Las bombas de chocolate destacan por su personalización, variedad de sabores y empaques, lo que las convierte en un producto atractivo y versátil, ideal para regalos y ocasiones especiales.

Se realiza un análisis de mercado que identifica una creciente demanda estacional, especialmente durante festividades, y destaca las preferencias de los consumidores por productos gourmet, personalizables y de alta calidad. La estrategia de distribución incluye ventas en tiendas físicas, eventos locales y plataformas en línea. Además, se presenta un plan de marketing que resalta la calidad de los ingredientes y el impacto social positivo de las compras.

El proyecto también contempla un cronograma detallado que abarca la creación, presentación, venta y entrega del producto, asegurando la rentabilidad y sostenibilidad del mismo. Se llevaron a cabo pruebas para evaluar la calidad del producto y se recibió retroalimentación positiva, con sugerencias para mejorar el empaque y ajustar el nivel de dulzura para atraer mejor al público infantil. El resultado esperado es un producto de alta demanda que contribuirá significativamente a los fondos de la Fundación, generando un impacto positivo en la comunidad.

## ABSTRACT

This project aims to design and commercialize chocolate bombs to raise funds for the Damas Voluntarias Foundation of the Baca Ortiz Hospital, supporting their efforts to provide medical supplies, medications, and other necessary resources for hospitalized children. The product design is based on an analysis of operational limitations, low production costs, and market trends. The chocolate bombs stand out for their customization, variety of flavors, and packaging, making them an attractive and versatile product, ideal for gifts and special occasions.

A market analysis identifies a growing seasonal demand, especially during festivities and cold seasons, and highlights consumer preferences for gourmet, customizable, and high-quality products. The distribution strategy includes sales in physical stores, local events, and online platforms. Additionally, a marketing plan emphasizes the quality of the ingredients and the positive social impact of the purchases.

The project also includes a detailed schedule covering the creation, presentation, sale, and delivery of the product, ensuring its profitability and sustainability. Tests were conducted to evaluate the product's quality, and positive feedback was received, with suggestions to improve the packaging and adjust the sweetness level to better attract the child audience. The expected result is a high-demand product that will significantly contribute to the Foundation's funds, generating a positive impact on the community.



## ÍNDICE

<b>1. Problema.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Objetivos .....</b>	<b>2</b>
2.1. Objetivo General.....	2
2.2. Objetivos Específicos.....	2
<b>3. Justificación.....</b>	<b>3</b>
<b>4. Alcance .....</b>	<b>4</b>
<b>5. Marco Teórico.....</b>	<b>5</b>
5.1. Diseño de Producto .....	5
5.2. Análisis de Mercado .....	5
5.3. Plan de Marketing.....	6
5.4. Propuesta de Valor .....	6
5.5. Plan Operativo .....	7
5.6. Proyecciones Financieras .....	7
5.7. Implementación y Capacitación .....	8
<b>6. Metodología.....</b>	<b>9</b>
6.1. Metodología de Investigación-Acción Participativa (IAP).....	9
6.2. Metodología de Estudio de Caso .....	9
<b>7. DESARROLLO .....</b>	<b>11</b>
7.1. Diseñar el Producto .....	11
7.1.1. Proceso de creación: .....	11
7.1.2. Desarrollo de recetas:.....	13
7.1.3. Herramientas .....	15
7.1.4. Limitaciones .....	16
7.2. Analizar el Mercado .....	17
7.2.1. Preferencias de los Consumidores .....	17
7.2.2. Segmentación del Mercado .....	18
7.2.3. Definición del Público Objetivo.....	20
7.2.4. Análisis de la Competencia .....	20
7.2.5. Características de los Productos Competitivos .....	20
7.2.6. Precios.....	21
7.2.7. Canales de Distribución .....	21
7.3. Elaborar el Plan de Marketing .....	22

7.3.1.	Percepción del Producto .....	22
7.3.2.	Beneficios Únicos .....	22
7.3.3.	Canales de Distribución .....	23
7.3.4.	Promociones y Publicidad .....	23
7.3.5.	Plan de Comunicación .....	24
7.3.6.	Calendario de Marketing .....	25
7.4.	Propuesta de Valor .....	26
7.4.1.	Beneficiarios.....	26
7.4.2.	Para la fundación.....	26
7.4.3.	Impacto social.....	26
7.4.1.	Propuesta de valor de Bombas de chocolate para “Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz” .....	26
7.5.	Plan Operativo .....	27
7.5.1.	Formulación.....	27
7.5.2.	Prueba de elaboración .....	27
7.5.3.	Aprobación .....	27
7.5.4.	Retroalimentación .....	28
7.5.5.	Preparación y fabricación .....	29
7.5.6.	Control de calidad .....	31
7.5.7.	Logística y Distribución .....	32
7.6.	Proyecciones Financieras .....	32
7.7.	Realizar la Implementación y Capacitación .....	34
7.7.1.	BOMBAS DE CHOCOLATE .....	35
7.8.	Capacitación.....	36
<b>8.</b>	<b>Cronograma .....</b>	<b>38</b>
8.1.	Semana 1 - Creación .....	38
8.1.1.	Creación del Producto.....	38
8.1.2.	Presentación del Producto a Profesores .....	38
8.1.3.	Aprobación del Producto .....	38
8.2.	Semana 2 - Presentación .....	38
8.2.1.	Presentación del Producto a la Fundación .....	38
8.2.2.	Aprobación del Producto de la Fundación .....	38
8.2.3.	Creación del Logo y Empaque .....	39
8.2.4.	Aprobación del Logo y Empaque .....	39
8.3.	Semana 3 - Venta.....	39
8.3.1.	Campañas de Publicidad.....	39
8.3.2.	Elaboración de Productos para la Venta .....	39
8.3.3.	Empezar a Vender el Producto .....	39
8.3.4.	Participaciones en Ferias Locales .....	39
8.4.	Semana 4 - Entrega.....	39
8.4.1.	Colaboración del Instituto: .....	39
8.4.2.	Rendición de Cuentas .....	39

8.4.3.	Reporte Final .....	40
8.4.4.	Entrega de Colaboración a la Fundación .....	40
<b>9.</b>	<b>Anexo del problema .....</b>	<b>41</b>
9.1.	Espacio limitado .....	41
9.2.	Uso de una refrigeradora .....	42
9.3.	Microondas como única fuente de calor .....	43
9.4.	Equipo Limitado .....	43
9.5.	Utensilios limitados .....	43
9.6.	Contenido de la Capacitación: .....	44
9.7.	Anexo de imágenes .....	45
<b>10.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>47</b>
<b>11.</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>48</b>
<b>12.</b>	<b>Dedicatoria .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>13.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>49</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Bombas de chocolate .....	11
Figura 2: Proceso de las bombas de chocolate .....	12
Figura 3: Presentación de las bombas de chocolate .....	13
Figura 4: Presentación de las bombas de chocolate .....	14
Figura 5: Espátula de codo .....	15
Figura 6: Refrigeradora de la fundación damas voluntarias.....	15
Figura 7: Microondas de la fundación damas voluntarias .....	16
Figura 8: Primera prueba del producto a una niña .....	18
Figura 9: Ubicación de la fundación damas voluntarias.....	19
Figura 10: Presentación de las bombas de chocolate.....	21
Figura 12: Moldes .....	29
Figura 13: Masmelos.....	29
Figura 14: Rica cao .....	29
Figura 15: Chocolate sucedáneo .....	30
Figura 16: Infografía .....	34
Figura 17: Presentación de productos .....	36
Figura 18: Capacitación a las damas voluntarias .....	37
Figura 19: Diagrama de Gantt.....	40
Figura 20: Primera degustación del producto.....	41
Figura 21: Refrigeradora.....	42
Figura 22: Microondas.....	43
Figura 23: Introducción del producto .....	44
Figura 24: Ayudando en la bodega de las damas voluntarias del Hospital Baca Ortiz .....	45

Figura 25: Ida a entregar pañales dentro del hospital ..... 46

Figura 26: Entrega de kits de alimento a madre de familia ..... 46

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Recetario de las bombas de chocolate.....	13
Tabla 2: Matriz de equipamiento .....	16
Tabla 3: Resumen del cronograma.....	25
Tabla 5: Matriz de equipo.....	30
Tabla 6: Lista de control de calidad .....	31
Tabla 7: Ficha de Costo .....	32

## 1. Problema

Problema: Insuficiencia de Fondos para la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz

La Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz es una organización sin fines de lucro que se dedica a brindar apoyo a las familias de los niños y niñas que reciben tratamiento médico en el Hospital Pediátrico Baca Ortiz, ubicado en Quito, Ecuador, Av. 6 de diciembre y Av. Cristóbal Colón, Esquina. Su labor principal es mejorar la calidad de vida de los pequeños pacientes y sus familias, proporcionando recursos que complementan los servicios médicos ofrecidos por el hospital.

La Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz enfrenta un problema de insuficiencia de fondos, lo que pone en riesgo su capacidad para seguir brindando apoyo a los niños hospitalizados. Actualmente, la Fundación asiste en un promedio de 12 y 25 familias diferentes al día, lo que equivale a un total aproximado de 4,380 a 9,125 familias al año. No obstante, la falta de recursos financieros está limitando su capacidad no solo para mantener este nivel de ayuda, sino también para incrementar su gestión. Además, la Fundación enfrenta desafíos adicionales, como la falta de personal fijo ya que su personal son netamente funcionarias voluntarias adultas mayores, así como también existe escasez de equipos necesarios para la elaboración de productos, y la limitación de contar únicamente con una refrigeradora y un microondas. Por ello, es pertinente con el objetivo de incrementar sus ingresos un producto que solo requiera estos dos implementos y, al mismo tiempo, mejorar la infraestructura disponible para su elaboración.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo General**

Proponer e implementar un producto de venta masivo y rentable, que resulte interesante e innovador, capaz de impulsar la recaudación de fondos para la fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, generando un impacto positivo y sostenible en la comunidad, en un periodo estimado de agosto a diciembre.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Elaborar un análisis situacional detallado del entorno de la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, considerando los factores internos y externos que afectan la viabilidad de la venta del nuevo producto, incluyendo la situación actual del mercado y los recursos disponibles.
- Realizar la propuesta de un producto innovador que impulse la captación de fondos para la Fundación, los insumos necesarios para su producción, el proceso de fabricación y los posibles canales de distribución, con el fin de maximizar el impacto social y económico.
- Realizar un análisis financiero exhaustivo del producto y su rentabilidad, evaluando los costos de producción, los márgenes de ganancia, para garantizar la viabilidad económica del producto y su contribución a los objetivos de la Fundación.
- Establecer un plan de mercadeo efectivo para el producto, que incluya estrategias de precios, distribución y posicionamiento en el mercado, con el propósito de aumentar la visibilidad del producto, atraer a más compradores y maximizar la recaudación de fondos para la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz.



### **3. Justificación**

Con el objetivo de recaudar fondos para la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, es fundamental abordar las dificultades observadas en su gestión. Para garantizar el funcionamiento adecuado de las actividades rutinarias de la fundación, se hace indispensable explorar nuevas opciones de financiamiento.

A pesar de contar con una buena acogida entre los beneficiarios, la fundación enfrenta limitaciones en sus recursos económicos para brindar el apoyo necesario. Por ello, se propone la creación e implementación de un nuevo producto, cuya comercialización se llevará a cabo a través de diversos canales oficiales de la fundación, incluyendo sus redes sociales y ferias benéficas.

Esta estrategia permitirá alcanzar un público más amplio y aumentar las posibilidades de recaudación de fondos. Las ventas serán masivas, con un producto de bajo costo y venta rápida, la Fundación no solo podrá mantener su capacidad de ayudar a varias familias de escasos recursos, sino que también podría expandir su alcance, beneficiando a un mayor número de familias foráneas. El uso de múltiples canales de venta maximizará el alcance de la campaña, aumentando así las probabilidades de éxito y permitiendo a la Fundación asegurar la sostenibilidad de sus ayudas benéficas hacia el hospital.

## 4. Alcance

El presente proyecto se centrará en realizar un análisis situacional detallado de la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, investigando tanto factores internos como externos que afectan la viabilidad de la comercialización de un nuevo producto. Se analizarán los recursos disponibles, como la mano de obra voluntaria, capacidades de producción y distribución, y las restricciones presupuestarias. También se examinará el entorno externo, considerando el mercado actual de productos similares, las tendencias de consumo y el contexto socioeconómico que puede influir en la demanda.

A partir de este análisis, se propondrá un producto innovador con alto potencial de recaudación de fondos, detallando los insumos necesarios, el proceso de fabricación y las opciones de empaques. Además, se evaluarán posibles canales de distribución, tanto físicos como digitales, con el fin de maximizar el alcance y el impacto social y económico del producto.

También se realizará un análisis financiero exhaustivo, que incluirá el estudio de los costos de producción, como materias primas, mano de obra, empaques y logística. Se calcularán los márgenes de ganancia, los precios de venta óptimos y se analizará la rentabilidad del producto para asegurar su viabilidad económica y su contribución a los objetivos financieros de la Fundación.

Finalmente, se desarrollará un plan de mercadeo integral que abarcará estrategias de precios, distribución y promoción. Se propondrán tácticas para aumentar la visibilidad del producto, atraer a más compradores y maximizar la captación de fondos, considerando tanto estrategias digitales como alianzas locales para potenciar la comercialización del producto. Este enfoque garantizará una estructura coherente que atienda los objetivos específicos planteados y contribuya al éxito de la Fundación.

## **5. Marco Teórico**

### **5.1. Diseño de Producto**

El diseño de las bombas de chocolate que se derriten en leche caliente se centra en la creación de una experiencia sensorial única. Estas bombas están hechas de chocolate hueco en forma de esfera y se llenan con cacao en polvo, malvaviscos pequeños, y a veces otros ingredientes como trozos de chocolate, especias, o incluso pequeños dulces. El tamaño de la esfera debe ser lo suficientemente grande como para contener una porción adecuada de ingredientes, pero también lo suficientemente pequeña como para derretirse fácilmente en una taza de leche caliente. El diseño del producto no solo considera el aspecto visual y el sabor, sino también la experiencia del consumidor al ver cómo la esfera se derrite en la leche caliente, liberando su contenido de manera dramática y atractiva (Smith, 2023).

### **5.2. Análisis de Mercado**

El producto que se propone será una bomba de chocolate que se utiliza para colocarla en una taza de leche caliente, capaz de ser degustado en un desayuno o a cualquier hora del día, así como también degustarlo directamente como un snack, ya que será bajo en azúcar.

El análisis de mercado para las bombas de chocolate se centra en la creciente demanda de productos novedosos y experiencias culinarias en el hogar, especialmente durante la temporada de invierno y las festividades. Con el aumento del uso de las redes sociales, productos que ofrecen una experiencia visualmente atractiva, como las bombas de chocolate, se han vuelto virales, captando la atención de un amplio público. El mercado objetivo incluye tanto a adultos que buscan regalos únicos o experiencias confortables en el hogar, como a padres que desean sorprender a sus hijos con una experiencia divertida. Además, se ha identificado que la demanda de estos productos es mayor en regiones con climas más fríos y durante las festividades de fin de año (Johnson, 2022).

### **5.3. Plan de Marketing**

Mediante un plan de marketing efectivo, se promoverá la venta masiva de los huevos de chocolate, permitiendo su implementación en diversos puntos estratégicos de la ciudad de Quito. Esto incluirá la comercialización en áreas cercanas al Hospital Baca Ortiz, la participación en ferias locales y la promoción a través de redes sociales. Esta estrategia integral buscará maximizar el alcance del producto y aumentar significativamente las ventas, contribuyendo a la recaudación de fondos para la Fundación.

El plan de marketing para las bombas de chocolate incluye estrategias tanto digitales como tradicionales. En el ámbito digital, se enfoca en el uso de redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook, donde se comparten videos y fotos de las bombas de chocolate derriéndose en leche caliente. Además, se considera la colaboración con influencias y Blogger de comida para ampliar el alcance del producto. En cuanto al marketing tradicional, se incluyen demostraciones en tiendas, empaques atractivos en puntos de venta, y promociones especiales durante las festividades. El objetivo es crear una imagen de marca que asocie las bombas de chocolate con experiencias cálidas, familiares y festivas (Brown, 2022).

### **5.4. Propuesta de Valor**

Las bolitas de chocolate son un producto novedoso, atractivo para cualquier tipo de consumidor ya que tendrá valores agregados como: ser un producto natural, sin proteínas animales, divertido, bajo en azúcar, etc.

La propuesta de valor de las bombas de chocolate se basa en la combinación de una experiencia visual entretenida y un producto de alta calidad que proporciona confort y satisfacción. Se destacan por ser un regalo ideal que no solo es delicioso, sino también divertido y único, lo que los hace perfectos para compartir en reuniones familiares o como regalos para amigos. Además, el producto es fácil de usar y ofrece una experiencia multisensorial que es tanto visualmente atractiva como sabrosa, lo que mejora la percepción del consumidor y fomenta la repetición de compra (Williams, 2022).

## **5.5. Plan Operativo**

El plan operativo para las bombas de chocolate se centra en utilizar ingredientes de alta calidad como el chocolate sucedáneo, rica cao, marmelos, y chocolate de colores, y así mantener estrictos estándares de producción para garantizar un producto consistente. Es fundamental implementar un control de calidad que garantice que cada bomba cumpla con los requisitos establecidos

El plan operativo para la producción de bombas de chocolate se enfoca en la selección de ingredientes de alta calidad y en el mantenimiento de estándares estrictos de producción para asegurar la consistencia del producto. Las operaciones deben incluir la fabricación de las esferas de chocolate, el llenado con los ingredientes seleccionados, y el sellado de las esferas. Además, el empaque debe ser diseñado para proteger las bombas de chocolate durante el transporte y para presentarlas de manera atractiva en los puntos de venta. Es esencial contar con un proceso de control de calidad para garantizar que cada bomba de chocolate cumpla con los estándares establecidos (Davis, 2023).

## **5.6. Proyecciones Financieras**

La proyección de ventas no solo tomará en cuenta la demanda observada en eventos anteriores, sino que también considerará factores estacionales y de mercado, tales como festividades y fechas especiales, que puedan influir en el comportamiento del consumidor. De este modo, se buscará optimizar los recursos disponibles y asegurar una producción eficiente, ajustada a las necesidades del público y a la capacidad operativa de la Fundación.

Las proyecciones financieras para las bombas de chocolate incluyen estimaciones de costos de producción, precios de venta, márgenes de ganancia y volúmenes de ventas esperados. Los costos de producción abarcan los ingredientes, el empaque, y los costos laborales, mientras que los precios de venta deben ser competitivos en el mercado, considerando el valor percibido del producto. Las proyecciones indican que, con una estrategia de marketing efectiva y una producción eficiente, las bombas de chocolate pueden lograr una rentabilidad significativa, especialmente durante las temporadas altas de ventas como el invierno y las festividades de fin de año (Roberts, 2023).

## **5.7. Implementación y Capacitación**

Mediante un análisis técnico y pormenorizado de costos, materias primas y técnicas de producción se realizará una implementación de las bolitas de chocolate, así como también este será capacitado al personal voluntario de la fundación para que puedan replicarlo con los mismos parámetros operativos y de calidad.

La implementación del plan de producción y venta de bombas de chocolate requiere una capacitación adecuada del personal en técnicas de fabricación, empaque y manejo del producto. Además, se deben establecer procedimientos operativos estándar y protocolos de seguridad alimentaria. La capacitación también debe incluir el uso de maquinaria específica y la manipulación de ingredientes, asegurando que todos los empleados estén familiarizados con los procesos de producción y con las normas de calidad e higiene requeridas para mantener la integridad del producto (Taylor, 2023).

## **6. Metodología**

Para abordar la falta de fondos que enfrenta la Fundación se propone desarrollar y comercializar bombas de chocolate en ferias gastronómicas. Este enfoque tiene como objetivo maximizar los ingresos y fortalecer el impacto positivo de la Fundación en la comunidad. A continuación, se presentan dos metodologías para implementar este proyecto: la Metodología de Investigación-Acción Participativa (IAP) y la Metodología de Estudio de Caso.

### **6.1. Metodología de Investigación-Acción Participativa (IAP)**

La investigación-acción participativa es un enfoque que involucra a los participantes en el proceso de investigación para fomentar el cambio social y la mejora continua. Es ideal para proyectos comunitarios, ya que permite a los miembros de la fundación y a la comunidad colaborar en la creación y venta de las bombas de chocolate.

El enfoque de investigación-acción participativa implica un proceso cíclico de reflexión y acción que busca la mejora de las condiciones de vida de los participantes." (Reason & Bradbury, 2008).

### **6.2. Metodología de Estudio de Caso**

La metodología de estudio de caso permite un análisis profundo de un fenómeno en su contexto real. En tu tesis, podrías elegir varias ferias gastronómicas para evaluar cómo la venta de bombas de chocolate afecta los ingresos de la fundación y el reconocimiento público.

Para aplicar esta metodología, se procederá de la siguiente manera:

- Seleccionar una o varias ferias gastronómicas representativas para estudiar el mercado.
- Elegir ferias que cuenten con alta afluencia de público y que sean relevantes para el mercado objetivo.
- Recolectar datos detallados sobre la operación y el impacto del proyecto durante la participación en las ferias.
- Obtener datos cualitativos, mediante entrevistas con organizadores de ferias y clientes, así como datos cuantitativos, incluyendo ventas, costos y retroalimentación.
- Evaluar el rendimiento del proyecto y su contribución a los ingresos de la Fundación.

- Analizar la información recopilada para identificar patrones, desafíos y éxitos, y comparar los resultados con los objetivos iniciales del proyecto.

"El estudio de caso es una estrategia de investigación que implica la exploración profunda de un fenómeno dentro de su contexto real." (Yin, 2014).



## 7. DESARROLLO

### 7.1. Diseñar el Producto

Las bombas de chocolate servirán como un producto principal para la recaudación de fondos de la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz. A través de la venta de estas bombas de chocolate, la fundación generará ingresos que se destinarán directamente a financiar sus actividades y programas. Esto incluirá la compra de suministros médicos, medicamentos, y otros recursos necesarios para los niños hospitalizados y sus familias.

#### 7.1.1. Proceso de creación:

La decisión de vender bombas de chocolate para el beneficio de la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz se fundamenta en un análisis exhaustivo de las limitaciones de equipamiento. Este análisis consideró los recursos disponibles, las tendencias del mercado, los costos bajos de producción, la facilidad de promoción, el apoyo comunitario y la posibilidad de expansión. Esta estrategia no solo permitirá a la Fundación recaudar fondos de manera efectiva, sino también fortalecer su presencia en la comunidad.

- **Chocolate de cobertura**

Chocolate negro, con leche o blanco en forma de pastillas o bloques que se puede derretir fácilmente.

- **Relleno**

Cacao en polvo, mini malvaviscos, trozos de chocolate, azúcar.



Figura 1: Bombas de chocolate

- **Moldes**

Moldes semiesféricos que permiten formar las mitades de las bombas de chocolate.



**Figura 2: Proceso de las bombas de chocolate**

## 7.1.2. Desarrollo de recetas:


BOMBAS DE CHOCOLATE RELLENO					
Número de porción	8 porciones		 <p style="text-align: center;"><b>Figura 3: Presentación de las bombas de chocolate</b></p>		
Temperatura					
Conservación					
Técnicas aplicadas					
RECETA PRINCIPAL DE BOMBAS DE CHOCOLATE RELLENO					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO POR 8 UNIDADES	COSTO TOTAL
Chocolate sucedaneo	96	G	\$ 0.24	\$ 1.92	\$ 2.00
Ricacao	24	G	\$ 0.010	\$ 0.08	\$ 1.00
Masmelos	16	G	\$ 0.015	\$ 0.12	\$ 1.25
Chocolate de color	16	G	\$ 0.011	\$0.088	\$ 1
<b>TOTAL MP</b>			<b>\$ 0.27</b>	<b>\$ 2.1</b>	<b>\$ 5.25</b>
UTENSILIOS					
Microondas, moldes, espátula, molde de vidrio, refrigeradora					
PROCEDIMIENTO					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Derretir el chocolate en el microondas por 10s y mezclarlo muy bien</li> <li>2. Poner el chocolate en el molde sin desperdiciar nada</li> <li>3. Dar suaves golpes para que se asiente bien el chocolate</li> <li>4. Dar la vuelta al molde para retirar todo exceso de chocolate</li> <li>5. Ver donde quedo muy fino el chocolate para poner mas</li> <li>6. Mandar a refrigerar por 5min y después desmoldar</li> <li>7. Rellenar con el rica cao, masmelos, y chocolate de color</li> <li>8. Después unir dos tapas de chocolate con cuidado, ayudarse con un poco de chocolate derretido para que se ayude a pegar</li> </ol>					

Tabla 1: Recetario de las bombas de chocolate

- **Bolsas y etiqueta**


Las bombas de chocolate se empaquetan en fundas transparentes para que los clientes puedan ver el producto y disfrutar de su atractivo diseño. Cada paquete lleva nuestro logo amigable para reforzar la identidad de la Fundación. Se Utiliza un sellado sencillo, amarrado con una cinta, para mantener los costos bajos sin comprometer la presentación.



**Figura 4: Presentación de las bombas de chocolate**

### 7.1.3. Herramientas

Equipamiento	Fotos	Uso
Espátulas	 <p data-bbox="639 887 954 920"><b>Figura 5: Espátula de codo</b></p>	<p data-bbox="1098 338 1385 645">La espátula sirve para poner el chocolate en el molde y retirar el exceso de chocolate que quede en los moldes.</p>
Refrigeradora	 <p data-bbox="523 1682 1070 1760"><b>Figura 6: Refrigeradora de la fundación damas voluntarias</b></p>	<p data-bbox="1098 972 1385 1223">La refrigeradora sirve para poder enfriar las bombas de chocolate y así poderla desmoldar.</p>

Microondas	 <p data-bbox="539 609 1056 667"><b>Figura 7: Microondas de la fundación damas voluntarias</b></p>	El microondas ayuda a derretir el chocolate
------------	--	---

**Tabla 2: Matriz de equipamiento**

- **Espátula y cuchara**

Utensilios para remover el chocolate y distribuirlos

- Refrigeradora

Para enfriar las mitades de las bombas de chocolate y permitir que el chocolate se endurezca rápidamente.

- Microondas

Puede ser utilizado para derretir pequeñas cantidades de chocolate.

#### **7.1.4. Limitaciones**

- Las limitaciones del producto están relacionadas con el tipo de sellado y el empaque utilizados. Se opta por un sellado manual y un empaque básico debido a la necesidad de mantener bajos los costos de producción. No se puede utilizar sellado con máquina, ya que no se cuenta con el espacio adecuado para el equipo, lo que elevaría significativamente nuestros costos de producción.
- La producción de bombas de chocolate no puede realizarse a gran escala debido a la falta de un espacio adecuado y suficientemente amplio tanto para la producción como para el almacenamiento de los productos.

## 7.2. Analizar el Mercado

- **Creciente popularidad**

Las bombas de chocolate han ganado popularidad en los últimos años, especialmente durante las temporadas de frío, festividades y como regalos personalizados.

- **Interés en productos gourmet y experiencias**

Hay una tendencia creciente hacia productos que ofrecen experiencias únicas, como ver cómo las bombas de chocolate se derriten en leche caliente y crean una bebida rica y deliciosa.

### 7.2.1. Preferencias de los Consumidores

- **Personalización**

La capacidad de personalizar las bombas de chocolate, ya sea en términos de sabores o decoraciones, es atractiva para los consumidores, especialmente para regalos.

- **Variedad de sabores**

Ofrecer diferentes opciones para el relleno de las bombas, como chocolate blanco, oscuro o con leche, y complementos como café, caramelo o frutas.

- **Decoraciones temáticas**

Crear diseños especiales para ocasiones como cumpleaños, bodas, Navidad, o incluso temáticas personalizadas según el gusto del cliente (colores, mensajes, nombres).

- **Empaques personalizados**

Incluir opciones para que los compradores elijan empaques con diseños únicos o que puedan incluir dedicatorias y mensajes especiales.

- **Ediciones limitadas**

Lanzar sabores y decoraciones exclusivas por temporada o eventos especiales, lo que podría generar más interés y urgencia en la compra.

- **Calidad de ingredientes**

Existe una preferencia por ingredientes de alta calidad, como el chocolate premium y los rellenos naturales, lo que agrega un valor percibido significativo al producto. Además, se busca que el producto sea completamente natural, sin la inclusión de proteínas animales, lo que lo convierte en una opción apta para personas que siguen dietas o buscan productos más saludables. Al ser bajo en azúcar, ofrece una alternativa atractiva para quienes desean disfrutar

de un dulce sin comprometer su bienestar. Además, las bombas de chocolate están diseñadas para ser un producto divertido y visualmente atractivo, ideal tanto para niños como para adultos que desean una experiencia lúdica y deliciosa. Esta combinación de calidad, salud y entretenimiento refuerza el posicionamiento del producto como una opción premium que apela a consumidores conscientes y exigentes.

- **Demanda estacional**

La demanda de bombas de chocolate tiende a aumentar durante las temporadas de frío y las festividades, por lo que la planificación de la producción y las ventas debe considerar estos picos estacionales.

### 7.2.2. Segmentación del Mercado

Nuestros productos están dirigidos a personas a partir de los 25 años que disfrutan de un chocolate caliente, especialmente en épocas frías. Además, son ideales para los más pequeños de la casa, quienes disfrutan mucho de una taza de leche con chocolate. También se está orientado a compradores de regalos, como padres y abuelos, que buscan obsequiar algo especial a los más chiquitos.



**Figura 8: Primera prueba del producto a una niña**

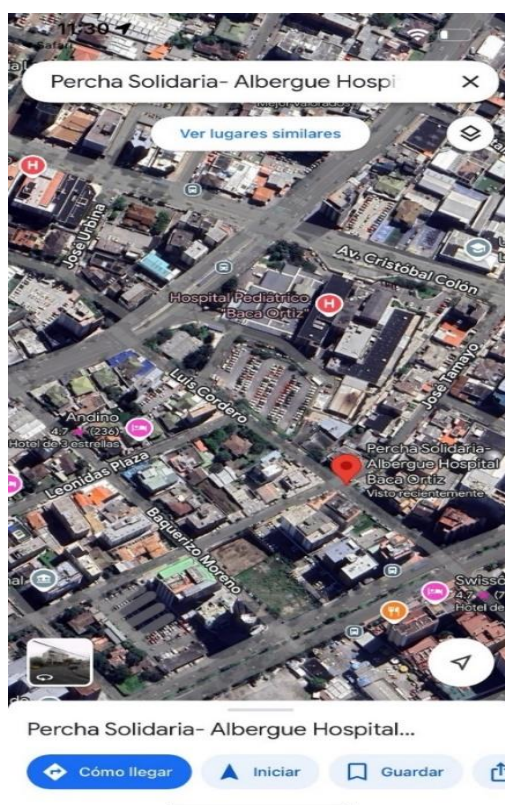


- **Segmento psicográfico**

Consumidores que valoran experiencias de consumo únicas y placenteras, así como aquellos que buscan productos que apoyen causas benéficas o tengan un impacto positivo en la comunidad.

- **Segmento geográfico**

Las poblaciones locales cercanas a la Fundación, junto con áreas más amplias si se implementa la venta en línea, representan mercados clave para el proyecto. Además, la ubicación de los puntos de venta es flexible debido a la participación de la Fundación en diversas ferias y eventos, lo que permite aprovechar distintas plataformas y oportunidades para llegar a un público más amplio. Esta estrategia de venta variable, que incluye tanto canales presenciales como digitales, optimiza el alcance y maximiza el potencial de recaudación en beneficio de las familias atendidas por la Fundación.



**Figura 9: Ubicación de la fundación damas voluntarias**

QGW7+7JR, José Tamayo, Quito 170143

### **7.2.3. Definición del Público Objetivo**

- **Consumidores locales**

Personas que viven cerca de la Fundación y que están familiarizadas con su misión y desean apoyarla a través de la compra de productos.

- **Compradores de regalos**

Personas que buscan regalos para ocasiones especiales como Navidad, San Valentín, cumpleaños, y otras festividades.

### **7.2.4. Análisis de la Competencia**

- **Bombas de chocolate artesanales**

Productos hechos a mano, a menudo vendidos en tiendas gourmet, cafeterías, mercados locales y en línea.

- **Bombas de chocolate comerciales**

Ofrecidas por grandes marcas en supermercados y tiendas minoristas. Suelen tener precios más bajos y se producen a gran escala.

- **Variedad en ofertas**

Los competidores ofrecen bombas de chocolate con diversos sabores, decoraciones y empaques atractivos para diferentes ocasiones.

### **7.2.5. Características de los Productos Competitivos**

- **Calidad de los ingredientes**

Competidores que utilizan chocolate de alta calidad y rellenos premium suelen posicionarse como productos gourmet y de lujo.

- **Opciones de personalización**

Los competidores permiten personalizar las bombas de chocolate con sabores, mensajes o empaques personalizados, lo que agrega un atractivo especial.

- **Presentación y empaque**

Un empaque atractivo es crucial, especialmente para productos que se compran como regalos. La presentación elegante y creativa puede diferenciar un producto en el mercado.

#### 7.2.6. Precios

- **Gama de precios**

Los precios de las bombas de chocolate son de \$1.25 pero pueden variar significativamente según el tamaño, los ingredientes y la personalización.



**Figura 10: Presentación de las bombas de chocolate**

#### 7.2.7. Canales de Distribución

- **Ventas en tiendas físicas y ferias**

Las bombas de chocolate estarán disponibles en una amplia variedad de establecimientos, incluidos tiendas gourmet, cafeterías, panaderías, tiendas de regalos, y en ferias organizadas por la Fundación. Esta diversificación de puntos de venta permite llegar a diferentes tipos de consumidores, desde aquellos que frecuentan espacios especializados en productos artesanales hasta quienes buscan obsequios únicos o experiencias gastronómicas en eventos locales.

- **Ventas en línea**

Muchas empresas ofrecen ventas en línea a través de sus sitios web, Marketplace, y redes sociales, lo que permite llegar a un mercado más amplio.

- **Colaboraciones y eventos**

Algunas marcas colaboran con eventos locales, ferias y mercados para promocionar y vender sus productos.

### **7.3. Elaborar el Plan de Marketing**

#### **7.3.1. Percepción del Producto**

- **Apoyo a una Causa**

Hay que destacar que la compra del producto apoya directamente a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, conectando la compra con un impacto positivo en la comunidad.

#### **7.3.2. Beneficios Únicos**

- **Ingredientes de Calidad**

Resaltar el uso de chocolate de alta calidad y rellenos deliciosos.

- **Personalización**

Ofrecer opciones personalizadas en sabores y decoraciones, lo que añade un valor adicional al producto.

- **Regalo Perfecto**

Las bombas de chocolate son ideales como regalos para ocasiones especiales, combinando sabor y un impacto emocional.

### **7.3.3. Canales de Distribución**

#### **➤ En Línea**

- **Sitio Web de la Fundación**

En el futuro, se planea vender las bombas de chocolate a través del sitio web oficial de la Fundación, lo que proporcionará una plataforma directa y accesible para los compradores.

- **Marketplace y Redes Sociales**

Utilizar redes sociales (Facebook, Instagram) para alcanzar a una audiencia más amplia y facilitar la compra en línea.

#### **➤ Tiendas Físicas**

- **Tiendas Locales y Cafeterías**

Colaborar con tiendas locales, panaderías y cafeterías para vender las bombas de chocolate en puntos de venta físicos.

- **Eventos y Ferias**

Participar en eventos locales, mercados y ferias para promover y vender el producto directamente al público.

### **7.3.4. Promociones y Publicidad**

- **Redes Sociales**

Ya se cuenta con un plan de mercadeo elaborado por estudiantes del INTESUD de la Carrera de Marketing. Este plan proporciona una estrategia integral para promocionar las actividades de la Fundación, incluyendo las bombas de chocolate y demás proyectos. Aprovechar este plan existente para guiar nuestras campañas en Facebook, Instagram y Twitter, así como nuestras promociones en ferias locales y en los alrededores del hospital. La colaboración con los compañeros del INTESUD permitirá implementar tácticas efectivas y bien estructuradas para maximizar el alcance y el impacto de nuestras iniciativas.

- **Campañas**

Para promover las bombas de chocolate, crear campañas en Facebook, Instagram y Twitter, utilizando fotos atractivas y vídeos del producto en acción para captar la atención de nuestra

audiencia. Además, también realizar promociones en ferias locales y en los alrededores del hospital para llegar a más personas y fomentar la participación de la comunidad. Estas acciones permitirán aumentar la visibilidad del producto y maximizar su impacto en la recaudación de fondos para la Fundación.

#### **7.3.5. Plan de Comunicación**

- **"Disfruta y Apoya"**

"Descubre una experiencia deliciosa y única con nuestras bombas de chocolate y ayuda a los niños hospitalizados. Cada compra apoya directamente a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz."

- **"Sabor y Causa"**

"Nuestros bombones de chocolate no solo son una delicia, sino que también contribuyen a una causa noble. ¡Compra hoy y marca la diferencia!"

- **"Regalo Perfecto"**

"Las bombas de chocolate son el regalo ideal para cualquier ocasión especial. Personalízalas y compártelas con tus seres queridos mientras apoyas una buena causa."

### 7.3.6. Calendario de Marketing

Mes	Semana	Actividad
<b>Agosto</b>	Semana 1-2	Desarrollo de contenido y diseño para la campaña en redes sociales y sitio web.
	Semana 3	Lanzamiento de la tienda en línea e inicio de la promoción en redes sociales
	Semana 4	Primer envío de boletines informativos con anuncios sobre el producto.
<b>Septiembre</b>	Semana 1	Inicio de las campañas de publicidad en redes sociales.
	Semana 2-3	Participación en eventos locales y ferias para la promoción y venta directa.
	Semana 4	Colaboraciones con instituciones que apoyen a la noble causa.
<b>Octubre</b>	Semana 1-2	Envío de correos electrónicos promocionales con ofertas especiales para el Día de Halloween.
	Semana 3	Evaluación de resultados y ajuste de estrategias de marketing según el rendimiento.
<b>Noviembre-diciembre</b>	Temporada Alta	Intensificar campañas en redes sociales y publicidad para aprovechar las festividades. Ofrecer promociones especiales para Navidad y fin de año.

**Tabla 3: Resumen del cronograma**

## **7.4. Propuesta de Valor**

### **7.4.1. Beneficiarios**

La Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, que recibirá fondos para ayudar a las familias.

### **7.4.2. Para la fundación**

Crea una fuente adicional de ingresos para apoyar a los niños del hospital, sensibilizando a la comunidad sobre las necesidades de la fundación.

### **7.4.3. Impacto social**

Cada compra contribuye directamente a apoyar a los niños atendidos por la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz.

#### **7.4.1. Propuesta de valor de Bombas de chocolate para “Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz”**

"Nuestras bombas de chocolate no solo derriten corazones al transformar leche caliente en una bebida deliciosa, sino que también derriten barreras, ayudando a los niños del Hospital Baca Ortiz a recibir la atención y el apoyo que necesitan. Cada compra apoya directamente a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, haciendo que cada sorbo cuente para un futuro mejor." Y sobre todo no tiene fines de lucro.



## **7.5. Plan Operativo**

### **7.5.1. Formulación**

Durante la elaboración de las bombas de chocolate, se realizaron pruebas exhaustivas para evaluar el sabor, la textura al derretirse en la leche, el peso uniforme en cada producto, el tiempo de producción y los costos asociados.

### **7.5.2. Prueba de elaboración**

En la primera prueba, se determinó que, al utilizar la receta descrita en la Tabla N°1, las bombas de chocolate tenían un tamaño adecuado, con una excelente calidad en la elaboración del chocolate y una porción ideal para disolverse completamente en una taza de leche caliente.

Se determinó que el costo de producción de cada bomba de chocolate es considerablemente bajo, lo que resulta beneficioso para maximizar la utilidad destinada a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz. Este margen favorable permite no solo generar una buena rentabilidad, sino también ofrecer un producto accesible al público, lo que podría incrementar las ventas. Al mantener costos reducidos sin comprometer la calidad, la Fundación podrá captar un mayor número de consumidores, contribuyendo de manera significativa a los fondos recaudados para apoyar a los niños que se benefician de sus programas.

### **7.5.3. Aprobación**

La aprobación del producto fue otorgada tanto por los profesores del INTESUD como por algunas Damas Voluntarias de la Fundación, quienes participaron en una pequeña degustación organizada dentro del albergue. Durante este evento, se presentó el producto en un ambiente cercano y acogedor, permitiendo que tanto los docentes como las voluntarias probaran las bombas de chocolate y ofrecieran sus opiniones. Este feedback fue fundamental para el desarrollo y mejora del producto, ya que sus comentarios se centraron no solo en el sabor y la calidad, sino también en aspectos como la presentación y la experiencia al consumirlo. La retroalimentación recibida permitió ajustar detalles clave y asegurar que el producto final cumpliera con las expectativas tanto de los clientes potenciales como de los miembros de la Fundación, reforzando su potencial como una fuente importante de recaudación de fondos.

#### 7.5.4. Retroalimentación

- Las Damas Voluntarias señalaron la importancia de mejorar la presentación del producto, destacando que la primera impresión es clave para captar la atención del consumidor. Mencionaron que una presentación atractiva y cuidada puede marcar la diferencia en la decisión de compra, lo que resalta la necesidad de perfeccionar el empaque y el diseño para garantizar que el producto no solo cumpla con los estándares de calidad, sino que también destaque visualmente en los puntos de venta.
- Una de las niñas voluntarias, como se muestra en la Figura N°8, al probar nuestro producto, comentó que le parecía bajo en azúcar. Señaló que, para su gusto, preferiría que fuera un poco más dulce, ya que a la mayoría de los niños les gustan los sabores más azucarados. Este comentario sugiere la posibilidad de ajustar ligeramente el nivel de dulzura para atraer mejor al público infantil, sin comprometer el equilibrio general del sabor.




##### ➤ **Sourcing de ingredientes**


Establecer relaciones con proveedores de confianza para obtener ingredientes de alta calidad a precios competitivos.

- García reinoso (Moran n23-45 y Mercadillo, Quito)
- Servidisfraz (Marchena Oe2-08 Y Moran)

### 7.5.5. Preparación y fabricación

Establecer un área de producción con todo el equipo necesario (moldes, utensilios, ingredientes, etc.).

Moldes	 <p style="text-align: center;"><b>Figura 11: Moldes</b></p>	Los moldes sirven para poner el chocolate derretido para que se formen las bombas de chocolate
Masmelos	 <p style="text-align: center;"><b>Figura 12: Masmelos</b></p>	Sirven para rellenar las bombas de chocolate
Rica cao	 <p style="text-align: center;"><b>Figura 13: Rica cao</b></p>	Sirve para rellenar las bombas de chocolate

Chocolate sucedáneo	 <p data-bbox="612 622 976 658"><b>Figura 14: Chocolate sucedáneo</b></p>	Sirven para derretir y así ponerlo en el molde
---------------------	--	--

**Tabla 4: Matriz de equipo**

### 7.5.6. Control de calidad

Implementar procedimientos para asegurar que cada bomba de chocolate cumpla con los estándares de calidad en sabor, apariencia y seguridad alimentaria.

Materias Primas:	Ítems	Cumple	No cumple
Calidad del chocolate	Verificar que el chocolate utilizado sea de buena calidad, sin grumos ni impurezas.		
Fecha de caducidad	Comprobar que todos los ingredientes estén dentro de sus fechas de vencimiento.		
Relleno adecuado:	Asegurarse de que la cantidad de relleno sea uniforme en todas las bombas y esté bien distribuido.		
Enfriado adecuado:	Comprobar que las bombas de chocolate se hayan enfriado a la temperatura correcta para garantizar su solidez.		
Integridad del producto:	Asegurarse de que las bombas no presenten grietas, deformaciones o derrames de relleno.		
Empaque correcto	Verificar que el empaque esté bien sellado, sin arrugas o daños, y que proteja el producto.		
Etiquetado	Comprobar que el logo y la información de la Fundación estén correctamente impresos y adheridos.		
Higiene del lugar de trabajo:	Asegurarse de que todas las superficies, utensilios y áreas de trabajo estén limpias y desinfectadas.		
Equipo adecuado	Verificar que el personal utilice guantes, gorros y mascarillas para evitar contaminaciones.		

**Tabla 5: Lista de control de calidad**

### 7.5.7. Logística y Distribución

#### ➤ Empaque

Diseñar empaques atractivos y seguros para las bombas de chocolate que mantengan la calidad del producto durante el transporte. (describe cuales van a ser los materiales y forma de envoltura, tipo receta de costo)

#### ➤ Almacenamiento

El almacenamiento de las bombas de chocolate es un lugar fresco y seco, fuera del alcance del calor, y el sol directo

**Nota:** No hace falta guardarlo en la refrigeradora

#### ➤ Envío y entrega

Seleccionar servicios de mensajería confiables para la entrega local.

## 7.6. Proyecciones Financieras

INGREDIENTES	CANTIDAD UNITARIA	UNIDAD	CANTIDAD POR 8 UNIDADES	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO POR 8 UNIDADES	COSTO TOTAL
Chocolate sucedáneo	12	G	96	G	\$0.24	\$ 1.92	\$ 2.00
Rica cao	12	G	24	G	\$0.010	\$ 0.08	\$ 1.00
Masmelos	2	G	16	G	\$0.015	\$ 0.12	\$ 1.25
Chocolate de color	2	G	16	G	\$0.011	\$ 0.088	\$ 1
Empaque	1	U	8	U	\$0.06	\$ 0.48	0.06
Logo	1	U	8	U	\$0.06	\$ 0.48	0.06
Mano de obra	-	-	-	-	-	-	-
Servicios básicos	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL MP</b>					<b>\$ 0.39</b>	<b>\$ 3.16</b>	<b>\$ 5.37</b>

**Tabla 6: Ficha de Costo**

**Costo total por bomba** =  $0.24 + 0.015 + 0.010 + 0.011 + 0.04 + 0.08 = \$0.396$

**El precio de venta planeado es \$1.25.** Con productos fijos

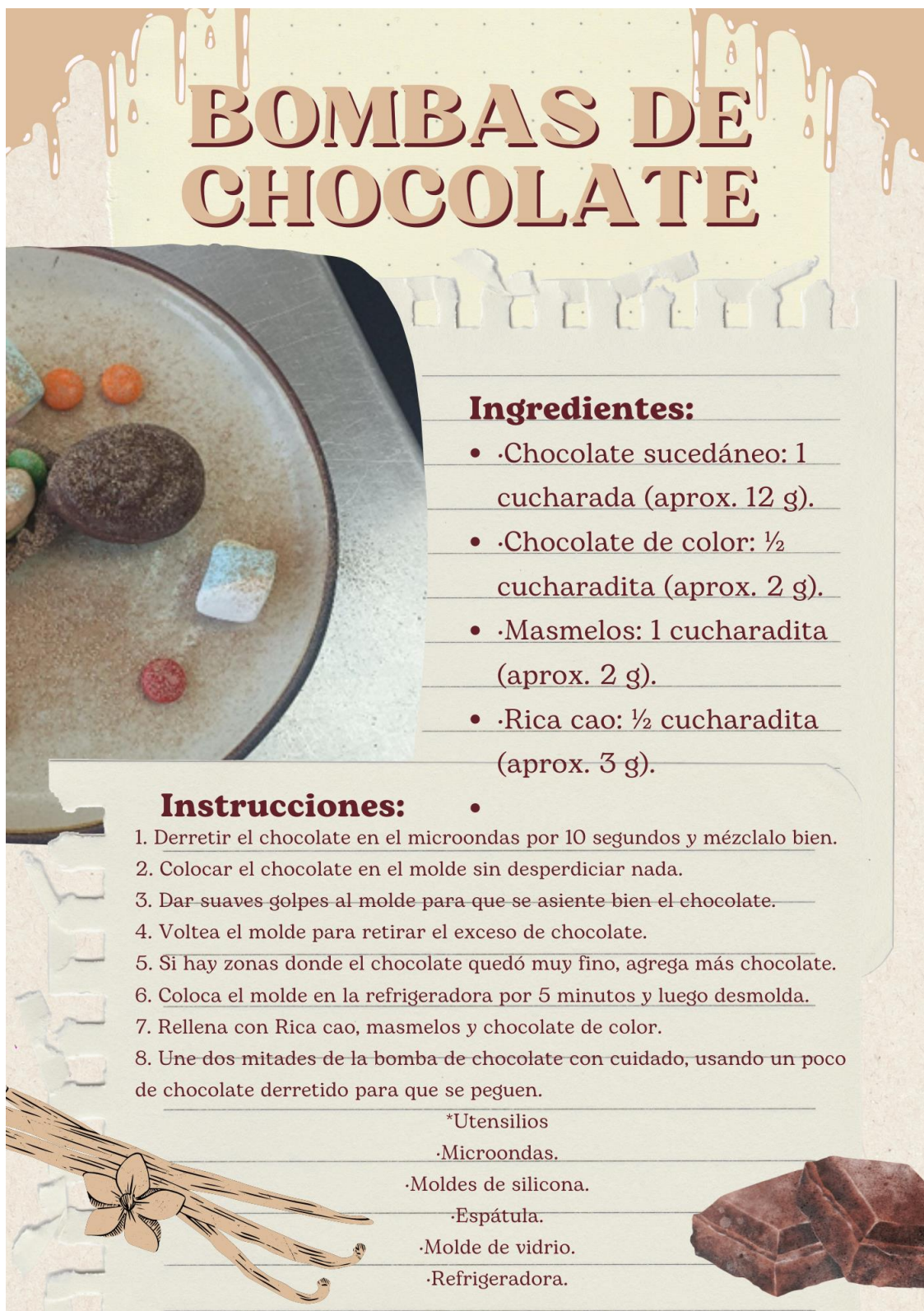
**Margen de ganancia por bomba** =  $1.25 - 0.396 = 0.854$

**Porcentaje de ganancia** =  $67,20\%$

El costo de producción no se ve afectado por la mano de obra, ya que todo el trabajo es realizado por voluntarios. Este modelo de voluntariado no solo permite mantener los costos bajos, sino que también refleja el compromiso y la dedicación de quienes apoyan a la Fundación de manera desinteresada, sin recibir compensación económica. Gracias a esta colaboración, se maximiza el impacto de cada venta en beneficio directo de los niños que se va atender. Asimismo, los servicios básicos no generan un costo adicional para nuestro producto, ya que son cubiertos por el hospital, lo que contribuye a optimizar aún más los recursos disponibles.

El objetivo es recaudar \$1,000 para la fundación antes de fin de año mediante la venta de bombas de chocolate. Cada bomba se vende al público por \$1.25, generando una ganancia de \$0.84 por unidad. Para alcanzar nuestra meta, se necesita vender aproximadamente 1,190 bombas de chocolate. Esto implica un promedio de 397 bombas al mes y aproximadamente 14 bombas al día, hasta diciembre.

## 7.7. Realizar la Implementación y Capacitación



# BOMBAS DE CHOCOLATE

**Ingredientes:**

- ·Chocolate sucedáneo: 1 cucharada (aprox. 12 g).
- ·Chocolate de color: ½ cucharadita (aprox. 2 g).
- ·Masmelos: 1 cucharadita (aprox. 2 g).
- ·Rica cao: ½ cucharadita (aprox. 3 g).

**Instrucciones:**

1. Derretir el chocolate en el microondas por 10 segundos y mézclalo bien.
2. Colocar el chocolate en el molde sin desperdiciar nada.
3. Dar suaves golpes al molde para que se asiente bien el chocolate.
4. Voltea el molde para retirar el exceso de chocolate.
5. Si hay zonas donde el chocolate quedó muy fino, agrega más chocolate.
6. Coloca el molde en la refrigeradora por 5 minutos y luego desmolda.
7. Rellena con Rica cao, masmelos y chocolate de color.
8. Une dos mitades de la bomba de chocolate con cuidado, usando un poco de chocolate derretido para que se peguen.

\*Utensilios

- Microondas.
- Moldes de silicona.
- Espátula.
- Molde de vidrio.
- Refrigeradora.

Figura 15: Infografía



### 7.7.1. BOMBAS DE CHOCOLATE

#### ➤ Ingredientes y Cantidad

- Chocolate sucedáneo: 1 cucharada (aprox. 12 g).
- Chocolate de color: ½ cucharadita (aprox. 2 g).
- Masmelos: 1 cucharadita (aprox. 2 g).
- Rica cao: ½ cucharadita (aprox. 3 g).

#### ➤ Utensilios

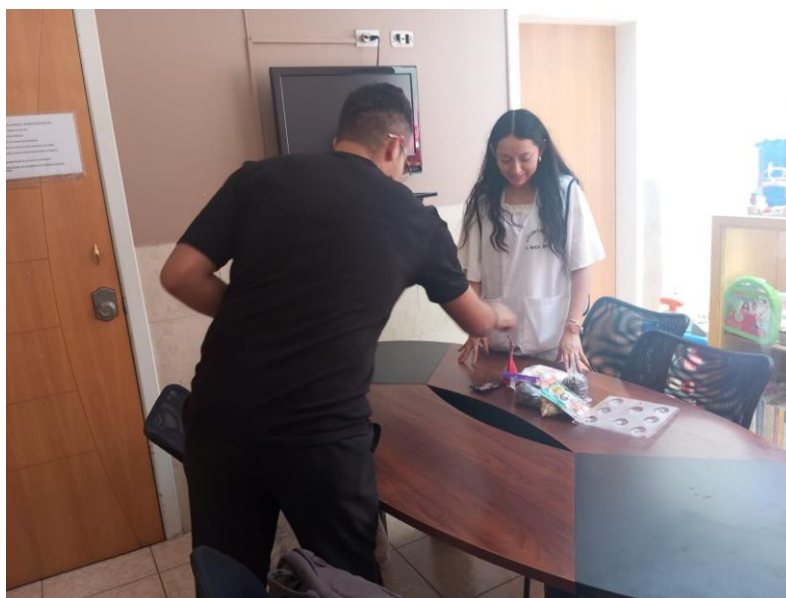
- Microondas.
- Moldes de silicona.
- Espátula.
- Molde de vidrio.
- Refrigeradora.

#### ➤ Preparación:

1. Derretir el chocolate en el microondas por 10 segundos y mézclalo bien.
2. Colocar el chocolate en el molde sin desperdiciar nada.
3. Dar suaves golpes al molde para que se asiente bien el chocolate.
4. Voltea el molde para retirar el exceso de chocolate.
5. Si hay zonas donde el chocolate quedó muy fino, agrega más chocolate.
6. Coloca el molde en la refrigeradora por 5 minutos y luego desmolda.
7. Rellena con Rica cao, masmelos y chocolate de color.
8. Une dos mitades de la bomba de chocolate con cuidado, usando un poco de chocolate derretido para que se peguen.

## 7.8. Capacitación

- La capacitación proporcionada a las voluntarias de la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz tuvo como objetivo principal asegurar que el equipo estuviera completamente preparado para elaborar el producto de bombas de chocolate que se propone para la venta. Esta formación abarcó diversos aspectos cruciales para garantizar la calidad del producto y la eficiencia en su producción.
  - Brindar a las voluntarias conocimientos detallados sobre cada etapa del proceso de elaboración de las bombas de chocolate, desde la preparación de los ingredientes hasta el empaquetado final.



**Figura 16: Presentación de productos**

- Enseñar las prácticas y técnicas necesarias para mantener altos estándares de calidad en la producción, garantizando que el producto final cumpla con las expectativas de los consumidores.
- Capacitar al equipo en el uso adecuado de herramientas y equipos necesarios para la producción, minimizando riesgos y maximizando la eficiencia.
- Educar sobre las normas de higiene y seguridad alimentaria para asegurar un ambiente de trabajo limpio y seguro, y cumplir con las regulaciones sanitarias.



**Figura 17: Capacitación a las damas voluntarias**

## **8. Cronograma**

El diagrama de Gantt presentado en la figura 19 detalla un cronograma de cuatro semanas dividido en cuatro fases principales: creación, presentación, venta y entrega del producto de bombas de chocolate. Cada actividad está distribuida de manera organizada para asegurar el desarrollo eficiente del proyecto desde su concepción hasta la entrega final a la Fundación.

### **8.1. Semana 1 - Creación**

#### **8.1.1. Creación del Producto**

Durante los primeros días de la semana, se trabajará en el desarrollo inicial del producto, perfeccionando la receta y asegurando la calidad del chocolate.

#### **8.1.2. Presentación del Producto a Profesores**

A mediados de la semana, el producto será presentado a un grupo de profesores para obtener retroalimentación y sugerencias.

#### **8.1.3. Aprobación del Producto**

Al finalizar la semana, se espera obtener la aprobación del producto basado en la retroalimentación recibida.

### **8.2. Semana 2 - Presentación**

#### **8.2.1. Presentación del Producto a la Fundación**

En los primeros días de la segunda semana, se llevará a cabo la presentación formal del producto a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz.

#### **8.2.2. Aprobación del Producto de la Fundación**

Posteriormente, se buscará la aprobación del producto por parte de la Fundación, asegurando que cumple con los estándares requeridos.

### **8.2.3. Creación del Logo y Empaque**

Una vez aprobado, se procederá con el diseño del logo y empaque del producto.

### **8.2.4. Aprobación del Logo y Empaque**

Al final de la semana, se someterán a aprobación los diseños de logo y empaque.

## **8.3. Semana 3 - Venta**

### **8.3.1. Campañas de Publicidad**

Iniciando la semana, se lanzarán campañas de publicidad para promocionar el producto y captar la atención del público objetivo.

### **8.3.2. Elaboración de Productos para la Venta**

Se continuará con la elaboración de las bombas de chocolate que serán puestas a la venta.

### **8.3.3. Empezar a Vender el Producto**

A mediados de semana, comenzará la venta oficial del producto en diferentes puntos de distribución.

### **8.3.4. Participaciones en Ferias Locales**

Se organizarán participaciones en ferias locales para ampliar el alcance del producto y aumentar las ventas.

## **8.4. Semana 4 - Entrega**

### **8.4.1. Colaboración del Instituto:**

Se trabajará en colaboración con el instituto para facilitar la logística de distribución y recolección de fondos.

### **8.4.2. Rendición de Cuentas**

Se llevará a cabo la rendición de cuentas, detallando los ingresos generados y los gastos asociados con la producción y venta del producto.

### 8.4.3. Reporte Final

Se preparará un reporte final que incluirá un resumen de todo el proceso, resultados obtenidos y lecciones aprendidas.

### 8.4.4. Entrega de Colaboración a la Fundación

Finalmente, se realizará la entrega formal de los fondos recaudados a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, concluyendo el proyecto.

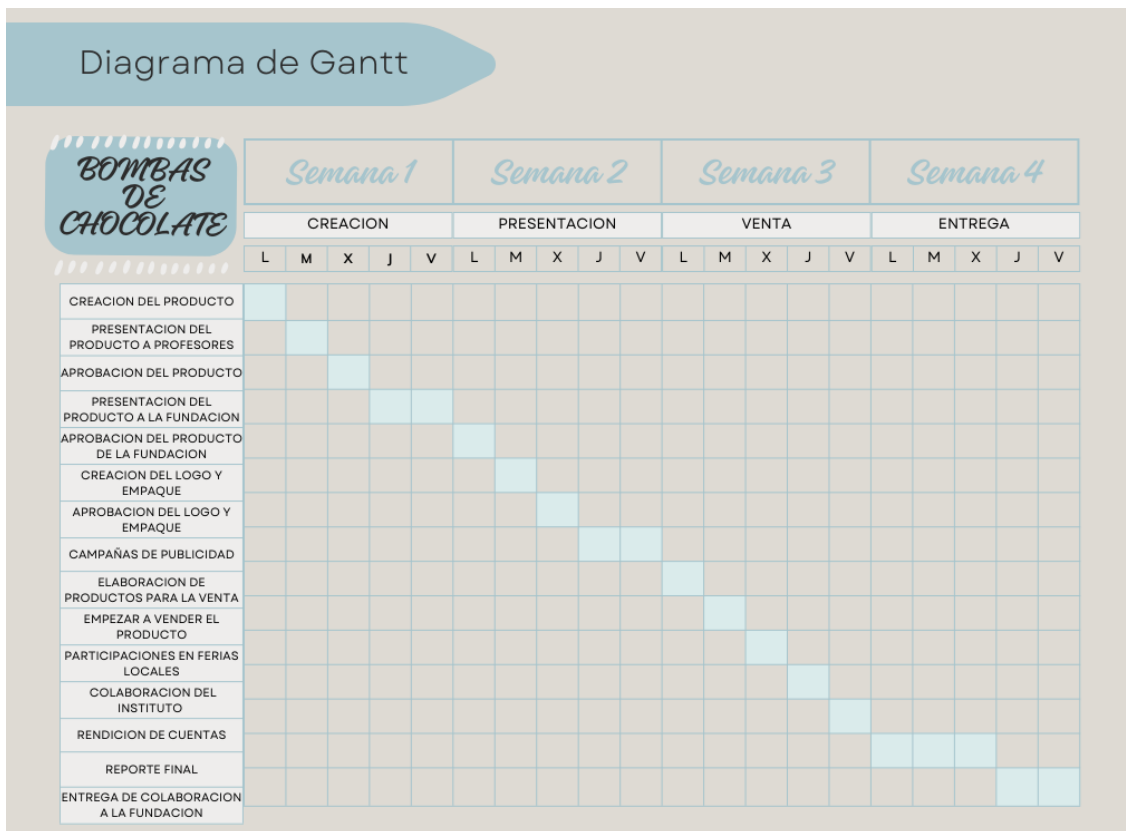


Figura 18: Diagrama de Gantt

## 9. Anexo del problema

### 9.1. Espacio limitado

Si el área de trabajo es reducida, es necesario planificar la producción en lotes pequeños y organizados para evitar desorden y maximizar la eficiencia.



**Figura 19: Primera degustación del producto**

## 9.2. Uso de una refrigeradora

Con una sola refrigeradora disponible, se debe planificar el tiempo de enfriamiento para las bombas de chocolate y evitar sobrecargar el espacio de almacenamiento.



**Figura 20: Refrigeradora**



### 9.3. Microondas como única fuente de calor

Si solo se cuenta con un microondas, es necesario ajustar los métodos de derretimiento del chocolate. El microondas puede ser utilizado en intervalos cortos para derretir el chocolate, pero se debe tener cuidado para evitar que se queme.



Figura 21: Microondas

### 9.4. Equipo Limitado

- Escasez de moldes

Con pocos moldes disponibles, la producción tendrá que realizarse en ciclos, enfriando y desmoldando antes de iniciar un nuevo lote.

### 9.5. Utensilios limitados

Si se dispone de un número limitado de utensilios de cocina, es esencial limpiarlos y reutilizarlos eficientemente entre cada ciclo de producción.

## 9.6. Contenido de la Capacitación:

- **Introducción al Producto:**
- Descripción detallada de las bombas de chocolate: ingredientes, características y proceso de producción.



**Figura 22: Introducción del producto**

- Importancia del producto para la recaudación de fondos de la Fundación.
- **Proceso de Producción:**
  - **Preparación de Ingredientes:**
    - Cómo medir, mezclar y preparar los ingredientes de manera eficiente y segura.
  - **Elaboración de Bombas de Chocolate:**
    - Técnicas para moldear, rellenar y asegurar la calidad del producto.
  - **Empaquetado y Presentación:**
    - Métodos para empaquetar las bombas de chocolate de manera atractiva y profesional, incluyendo el etiquetado y el embalaje final.

➤ **Manejo de Herramientas y Equipos:**

- Instrucciones sobre el uso correcto de moldes, utensilios y equipos de cocina.
- Mantenimiento y limpieza de herramientas para asegurar su durabilidad y funcionamiento óptimo.

➤ **Higiene y Seguridad:**

- Procedimientos de higiene personal y limpieza del área de trabajo.
- Normas de seguridad alimentaria para evitar la contaminación y garantizar la salubridad del producto.

➤ **Práctica y Evaluación:**

- Sesiones prácticas donde los participantes elaboraron las bombas de chocolate bajo supervisión, aplicando lo aprendido.
- Evaluación de la capacidad de los participantes para llevar a cabo el proceso de producción de manera independiente y eficiente.

## 9.7. Anexo de imágenes



Figura 23: Ayudando en la bodega de las damas voluntarias del Hospital Baca Ortiz



**Figura 24: Ida a entregar pañales dentro del hospital**



**Figura 25: Entrega de kits de alimento a madre de familia**

## 10. Conclusiones

- El análisis situacional demuestra que la fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz enfrentan desafíos financieros importante, pero también cuentan con una red de apoyo y recursos que se puede aprovechar para dar a conocer las bombas de chocolate y más emprendimientos que sumen los ingresos de esta.
- El análisis financiero reveló que las bombas de chocolate pueden generar un margen de ganancia significativo, con una proyección de rentabilidad del 67,20%. Este porcentaje asegura una contribución adecuada a los objetivos de recaudación de fondos para la Fundación, permitiendo maximizar los ingresos sin comprometer la calidad del producto.
- La venta de bombas de chocolate no solo contribuye económicamente a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, sino que también tiene el potencial de generar un impacto social significativo al involucrar a los consumidores en una causa solidaria, se refuerza el compromiso con la labor de la Fundación, lo que no solo mejora su imagen pública, sino que también puede atraer a más voluntarios interesados y empresas auspiciantes que puedan su misión. Esta conexión emocional con la causa incentiva la participación de la comunidad, promoviendo un apoyo más amplio y sostenible en el tiempo.
- El uso de canales oficiales de la Fundación, junto con la asociación con puntos de venta locales y plataformas online, representa una excelente oportunidad para aumentar las ventas y mejorar la factibilidad del producto. este uso de redes sociales y otros medios digitales ofrece la posibilidad de alcanzar a un público más amplio, permitiendo una mayor difusión del producto y facilitando su comercialización. Al aprovechar estos canales, se maximiza la visibilidad y se crean oportunidades para generar más ingresos, lo que contribuye directamente al éxito de la recaudación de fondos para la Fundación.

## 11. Recomendaciones

- La Fundación Damas Voluntarias brinda un importante reto en la ejecución de sus labores, cada emprendimiento y producto que pueda generar recursos suma positivamente a dicho presupuesto, por lo que se recomienda, continuar con la apertura para proponer nuevas y mejores ideas que aporten tanto al empoderamiento como a la suma de auspiciantes tanto en el voluntariado como en empresas.
- Dado el análisis financiero que proyecta una rentabilidad del 67,20% para las bombas de chocolate, se recomienda proceder con su producción y venta. Este margen de ganancia significativo contribuirá a los objetivos de recaudación de fondos de la Fundación y maximizará los ingresos sin comprometer la calidad del producto. Mantener el enfoque en la calidad es crucial para asegurar la satisfacción del cliente y la sostenibilidad a largo plazo.
- Dado el impacto económico y social positivo de la venta de bombas de chocolate, se recomienda continuar y expandir esta iniciativa. No solo se asegura una contribución financiera significativa a la Fundación Damas Voluntarias del Hospital Baca Ortiz, sino que también se fortalece el compromiso de la comunidad con la causa. Esta estrategia puede mejorar la imagen pública de la Fundación, atraer más voluntarios y patrocinadores, y fomentar un apoyo comunitario más amplio y sostenible a largo plazo. Es esencial mantener y potenciar esta conexión emocional con la causa para maximizar los beneficios tanto económicos como sociales.
- Se recomienda aprovechar al máximo los canales oficiales de la Fundación, asociarse con puntos de venta locales y utilizar plataformas online y redes sociales. Esta estrategia permitirá aumentar la visibilidad y difusión del producto, alcanzando a una audiencia más amplia y facilitando su comercialización. Al mantenerse al día con nuevas plataformas y tendencias de marketing, se maximizarán las oportunidades de generar ingresos adicionales, contribuyendo directamente al éxito de la recaudación de fondos para la Fundación. Es crucial mantener una presencia activa en estos canales para asegurar el crecimiento continuo y el apoyo sostenido de la comunidad.

## 12. Bibliografía

- Dirven , B. B., Pérez, R., Cáceres, R. J., Tito, A. T., Gómez , R. K., & Ticona, A. (2018). *El desarrollo rural establecido en las áreas Vulnerables*. Lima: Colección Racso.
- Savater, R. P. (2005). *La ira es una reacción humana*. Lima: Racsus. Obtenido de <https://www.goratoools.com/post/2016/12/07/filosof%C3%ADa-del-dise%C3%B1o-sismorre-sistente>
- Tovar, G. L. (1986). *El asentamiento y la segregación de los Blancos y Mestizos*. Bogotá: Cengage.
- Brown, M. (2022). Estrategias de marketing en el comercio minorista. Marketing Today.
- Davis, L. (2023). Control de calidad en la producción de alimentos. Quality Press.
- Johnson, P. (2022). Tendencias de mercado y consumo en productos de temporada. Market Insights Journal, 15(3), 45-56.
- Roberts, K. (2023). Proyecciones financieras y gestión empresarial en el mercado de alimentos. Fínanse & Business Journal, 28(2), 78-90.
- Smith, J. (2023). Innovación en el diseño de productos de confitería. Sweet Treats Publishing.
- Taylor, A. (2023). Capacitación y control operativo en la industria alimentaria. Operations Management Review, 11(1), 34-50.
- Williams, R. (2022). Experiencias multisensoriales en el consumo de alimentos. Culinary Trends Journal, 9(4), 112-120.
- Reason, P., & Bradbury, H. (Eds.). (2008). *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). SAGE Publications.