

REVISTA ACADÉMICA - 7MA. EDICIÓN



PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

OCTUBRE 2023 - FEBRERO 2024



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO

CRÉDITOS

Mgs. Ana Cordero Clavijo

DIRECCIÓN GENERAL

Mgs. Jackson Quevedo

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instituto Superior Sudamericano

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Mgs. Verónica Paredes

COORD. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Mgs. Cristian Prieto

COORD. DESARROLLO AMBIENTAL

Mgs. Juan Carlos Reinoso

COORD. DESARROLLO DE SOFTWARE

Mgs. Pablo Duque

COORD. DISEÑO GRÁFICO

Mgs. Leydi Mingo

COORD. ELECTRÓNICA

Mgs. Betty Estrella

COORD. ENFERMERÍA

Mgs. René Jaramillo

COORD. GASTRONOMÍA

Ing. Eddy Santín

COORD. MECÁNICA AUTOMOTRIZ

Mgs. Cristian Prieto

COORD. SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Mgs. Johana Córdova

COORD. TALENTO HUMANO

Mgs. Verónica Paredes

COORD. GENERAL SEDE MACHALA

Mgs. Linder Bravo

COORD. DESARROLLO DE SOFTWARE SEDE MACHALA

Mgs. Efrén Romero

COORD. DISEÑO GRÁFICO SEDE MACHALA

Mgs. John Velasco

COORD. TALENTO HUMANO SEDE MACHALA

Lic. Saúl Bolagay

COORD. GASTRONOMÍA SEDE MACHALA

Lic. Cristhian Bravo

COORD. ENFERMERÍA SEDE MACHALA

ÍNDICE

PROYECTO CAPACITARTE – CAJA DE AHORRO “UNIÓN ESTUDIANTIL	7
PROYECTO AMACHAY FOMENTA TU FUTURO EN LA INFORMÁTICA	13
PROYECTO DULCE NAVIDAD	19
PROYECTO NAVIPHONE 3D	27
PROYECTO KALIKAI	35
PROYECTO “MIX CAKE”	43
PROYECTO UTKANA	51
PROYECTO “STACS” Para, piensa y actúa seguro	57
PROYECTO QUIYAK MIX	65
PROYECTO FOODIE – ROSCA DE REYES	73



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡Hacemos gente de talento!

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

OCTUBRE 2023 - FEBRERO 2024



PROYECTO

CAPACITARTE – CAJA DE AHORRO “UNIÓN ESTUDIANTIL”



Desarrollo de emprendimientos sostenibles para el crecimiento académico y económico de los estudiantes de la Tecnología en Administración Financiera – Contabilidad y Asesoría Tributaria



Resumen

El emprendimiento es la capacidad de desarrollar y darle funcionamiento a una idea de negocio y esto se lo puede hacer a través de la academia, desarrollando destrezas, habilidades y generar fuentes de empleo, la carrera de Administración Financiera y Contabilidad y Asesoría Tributaria plantea el proyecto integrador “INNOVA Y EMPRENDE”, desarrollando un estudio de mercado con la finalidad de determinar gustos y preferencias de la colectividad lojana, dando como resultado la venta del licor artesanal denominado Guarito, y además la



Caja de ahorro "UNIÓN ESTUDIANTIL" que ofertó productos y servicios financieros básicos para cada uno de sus socios.

Estudio de Mercado

Se emplearon varias técnicas de recolección de información donde a través de encuestas que se recolectó información para diagnosticar el nivel de aceptabilidad y satisfacción que poseen los demandantes de los productos y servicios de la marca "Innova y Emprende. Se aplicó un estudio de mercado a la ciudadanía de Loja teniendo una muestra de 385 personas para la idea de negocio GUARITO mientras que para la CAJA DE AHORRO al ser cerrada se tomó como universo a toda la comunidad educativa del ISTS dando una muestra de 250 encuestados.

Figura 1

¿Preferencia de bebida?

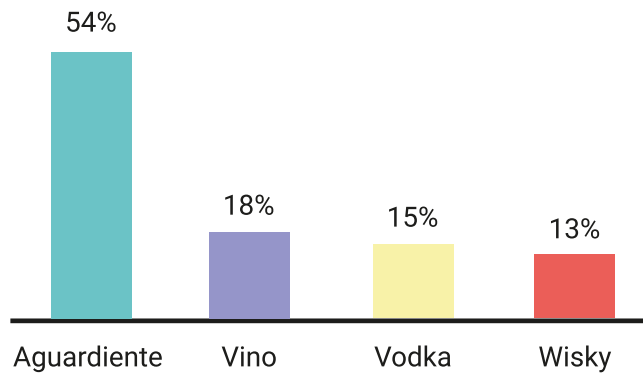
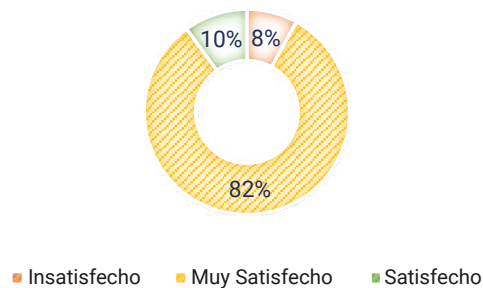


Figura 2

Satisfacción de Caja de Ahorro "Unión Estudiantil"





Metodología

En el proyecto se realizan análisis cualitativos y cuantitativos de acuerdo con los resultados del estudio de mercado con la realización de encuestas, permitiendo conocer los gustos y preferencias de la localidad, además la recopilación bibliográfica sustentan teóricamente el proyecto, organizando la planificación de los proyectos. La parte cualitativa no experimental se conoció los resultados finales a través de cálculos matemáticos analizando datos como la utilidad obtenida en la venta de los productos y servicios ofertados en el proyecto.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado mediante la aplicación de técnicas y herramientas estadísticas, que determinarán la demanda de bienes o servicios en el mercado.
- Elaborar la planificación general para la creación y venta de productos y/o servicios de Guarito y Caja de Ahorro Unión Estudiantil, mediante la integración de responsables, presupuestos y cronograma, con el fin de asegurar una ejecución efectiva.
- Comercializar los productos y/o servicios de Guarito y Caja de Ahorro Estudiantil, a través de técnicas de mercado, y así alcanzar las ventas proyectadas y la utilidad esperada.
- Presentar los resultados cuantitativos y cualitativos del proyecto integrador, mediante la elaboración de informes y exposición de resultados, para dejar constancia del trabajo realizado por los participantes.

Resultados destacados

Se implementó un proceso administrativo, contable y financiero en GUARITO y la Caja de Ahorro “UNIÓN ESTUDIANTIL”, mismos que sirvieron para satisfacer la demanda generada en el mercado superando la planificación realizada obteniendo mejores resultados académicos y finalmente la presentación de resultados mediante un póster científico que permitió sintetizar la información generada en desarrollo del proyecto integrador, con los resultados de mayor importancia. Se



determinó la aceptación y satisfacción de los productos y servicios ofertados en la marca INNOVA Y EMPRENDE mismos que permitieron su posicionamiento en el mercado generando una ventaja competitiva y comparativa en el sector. Los estudiantes adquirieron habilidades y destrezas necesarias para desarrollar el proceso administrativo es decir una planificación, dirección y control brindando servicios de calidad, con la capacidad de generar empresa y plasmar todos los conocimientos adquiridos en las aulas llevando la teoría a la práctica cumpliendo el modelo educativo del Instituto.



Resumen utilidad y gasto generado en el periodo expresado en dólares

CUENTAS DE INGRESO (Intereses ganados)				CUENTA DE GASTOS (Intereses pagados)	
Cuentas de Ahorro	Cartera de Crédito			Otros ingresos	Depósitos a Plazo fijo
	Consumo	Costo por crédito	Intereses por mora		
\$44,00	\$87,50	\$29,75	\$13,34	\$169,54	\$,069



Unidades producidas	Precio de venta unitario	Total de ventas	Utilidad
168	\$ 7.50	\$ 1260,00	\$ 420,00



Transversalidad

La transversalidad entre carreras es decir la diversidad de conocimientos que posee el Instituto Sudamericano, fue de suma importancia para el desarrollo óptimo del proyecto debido a que permitió el mejoramiento de los productos y servicios que se ofertaron el presente semestre, se contó con el apoyo de la Carrera de Diseño Gráfico para la elaboración de imágenes publicitarias de la marca INNOVA Y EMPRENDE brindando a los demandantes productos de calidad; así también se brindó asesoría presupuestaria a la TS de Mecánica Automotriz, Desarrollo de Software y Desarrollo Ambiental.

Testimonio Estudiante Líder del Proyecto

El desarrollo del proyecto integrador Innova y Emprender permitió visualizar el trabajo pedagógico de nuestros docentes, ya que proporcionaron una experiencia práctica valiosa que complementa la teoría académica que recibimos en nuestras clases. No sólo mejoramos la comprensión y habilidades de nuestros campos de estudio, sino que también nos preparamos de manera integral para enfrentar los desafíos del mundo laboral, fomentando el crecimiento personal y profesional. Además, la idea de negocio Guarito y Caja de Ahorro Unión Estudiantil, estimularon en cada uno de los estudiantes de las carreras de Administración Financiera y Contabilidad y Asesoría Tributaria la investigación, desarrollando la capacidad de toma de decisiones, planificación, trabajo en equipo, gestión del tiempo, desarrollo del sentido crítico, entre otros.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





AMACHAY FOMENTA TU FUTURO EN LA INFORMÁTICA



Resumen:

La Tecnología Superior en Desarrollo de Software forma y Big data e inteligencia de negocios es parte de la oferta académica del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, como objetivo principal demostrar que los estudiantes están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar y dar solución a los problemas laborales de su profesión, basada en principios y valores. El emprendimiento AMACHAY, se ha desarrollado un cuarto producto centrado en el servicio de mantenimiento de equipos informáticos. Este servicio proporciona un diagnóstico preciso para extender y mejorar la vida útil de los equipos de cómputo, destacando la transversalidad con diversas áreas del conocimiento.



Estudio de Mercado

La sociedad actual muestra un interés creciente en proyectos de emprendimiento e inversión. El emprendimiento AMACHAY ha lanzado el producto SME1 (Servicio de Mantenimiento de Equipos Informáticos 1), enfocado en el cuidado y protección de dispositivos. El estudio de mercado, centrado en la colectividad Lojana, revela la necesidad de productos que prolonguen la vida útil de los equipos informáticos. Preguntas como ¿Te gustaría dar mantenimiento preventivo a tu computadora? y ¿Estarías de acuerdo en usar un antivirus del Kit? respaldan la creación de este servicio, que contribuye al bienestar y rendimiento de los equipos.

Figura 1

Mantenimiento preventivo

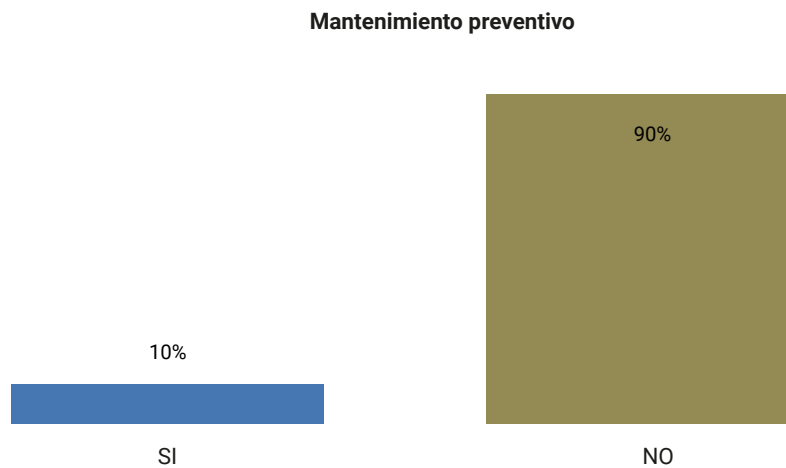
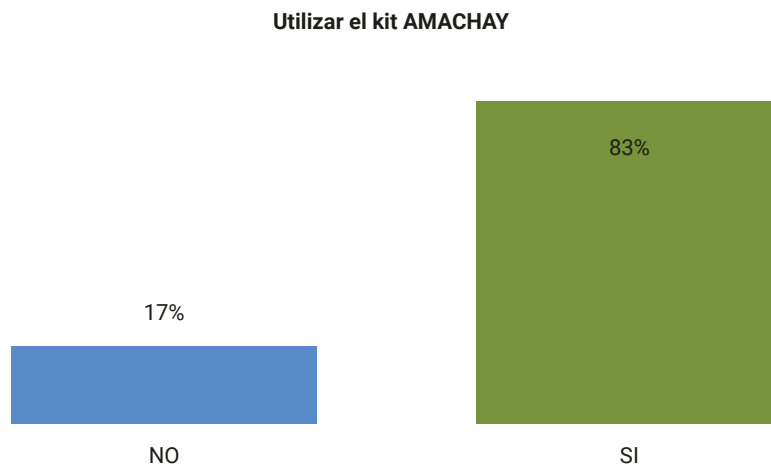


Figura 2

Utilizar el kit Amachay





Metodología:

Método fenomenológico: se precisa los costos de inversión inicial en base a proformas para el desarrollo del Kit Servicio de Mantenimiento de Equipos 1, se continua con la determinación de gastos y con un aporte de inversión inicial de los estudiantes de la carrera. Este método también aporta a la realización del estudio de mercado aplicado a la colectividad Lojana para determinar los productos y servicios a ofertar.

Método hermenéutico: es aplicado al proyecto, nos permite identificar los fenómenos que se involucran con el emprendimiento del Kit AMACHAY con el producto SME1 que corresponden a la Estructura organizacional de AMACHAY.

Método practico proyectual: permite implementar la elaboración del Kit, comercialización de acuerdo a la calidad de producto y servicio ofertado y de la misma manera la socialización del proyecto y sus resultados.

Objetivos Específicos:

- Diseñar la estructura organizacional para el emprendimiento AMACHAY, considerando un modelo de gestión administrativo y operativo que establezca los niveles jerárquicos que contribuyan la obtención de resultados efectivos.
- Determinar la necesidad del servicio SME1 en la sociedad, utilizando un estudio de mercado para tener datos reales de los requerimientos del usuario final.
- Realizar la proyección de ingresos, costos y gastos del proyecto mediante la determinación de recursos humanos, tecnológicos y económicos para anticipar eventualidades de pérdidas y ganancias.
- Realizar la comercialización del servicio SME1 utilizando los diferentes medios publicitarios para alcanzar las metas planificadas en la proyección de ingresos, costos y gastos.
- Socializar el cumplimiento de los objetivos planteados a través de un evento público para transparentar los resultados obtenidos del proyecto integrador de carrera.



Resultados destacados:

Este proyecto se alinea con la visión de AMACHAY que proporciona soluciones tecnológicas avanzadas, respaldando así la calidad y durabilidad de los dispositivos informáticos a través de un servicio integral y enfocado en el usuario.

El Kit de Servicio de Mantenimiento de Equipos Informáticos 1 (SME1) ofrece características destacadas como mantenimiento preventivo, instalación gratuita, revisión previa y diagnóstico con herramientas específicas. Con una duración de 15 meses, el SME1 asegura una protección efectiva para los equipos informáticos. Los costos de producción han arrojado resultados positivos, con ingresos por ventas que respaldan la viabilidad económica del proyecto. Estrechamente vinculado al sector tecnológico, el SME1 responde a las necesidades del mercado al proporcionar un servicio integral y asequible para el cuidado y prolongación de la vida útil de los dispositivos informáticos

VENTAS TOTALES			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
96	Comercialización productos AMACHAY: Kits de Servicio de Mantenimiento de Equipos Informáticos 1 (SME1)	\$8,00	\$768,00
TOTAL, DE VENTAS			\$768,00

* El ingreso se definirá en función al número de kit vendidos por los estudiantes

** Está proyectando un mínimo de 3 kit por estudiante

Transversalidad:

El emprendimiento AMACHAY integra la Tecnología de Administración Financiera para identificar ingresos, costos y gastos, determinando así el precio de venta del producto SME1. Utilizando la Tecnología Superior en Diseño Gráfico, se elabora material promocional y se crea la identidad de marca para el kit SME1, asegurando una presencia atractiva en el mercado. Además, se emplea la Tecnología de Talento Humano para desarrollar la estructura organizacional de AMACHAY, garantizando una gestión eficiente y colaborativa. Esta unión de



tecnologías permite no solo ofrecer un producto de calidad sino también gestionar eficazmente los recursos financieros, visibilizar la marca y estructurar adecuadamente el equipo humano en el emprendimiento.

Testimonio del estudiante líder del proyecto:

El proyecto integrador de mi carrera ha sido una invaluable oportunidad para aplicar y consolidar los conocimientos adquiridos en las asignaturas. Gracias a este, logré desarrollar el producto SME1, ofreciendo servicios de protección para equipos informáticos, incluyendo mantenimiento preventivo e instalación de antivirus. Este proyecto no solo fortaleció mis habilidades en los procesos tecnológicos, sino que también me inspiró a explorar nuevas oportunidades emprendedoras alineadas con mi carrera en desarrollo de software. Los aprendizajes académicos son fundamentales para la creación de soluciones prácticas y funcionales en el ámbito laboral, proporcionándome una perspectiva valiosa y práctica de mi formación académica.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



SMEI KIT AMACHAY
Servicio de Mantenimiento de Equipos I

Proyecto Integrador

Contiene:

- Mantenimiento Preventivo
- Instalación gratuita
- Revisión Previa
- Diagnóstico del equipo con herramientas específicas

BDIN



McAfee | Multi Device

suscripción

380
Días restantes

Renovar

Activar mi clave del producto
¿Necesitas ayuda? [Contáctate con nosotros](#)

La suscripción actual de este dispositivo

Suscripción	McAfee Multi Device
Correo electrónico	keviastu@gmail.com
Estado	Activo
Licencias	2 de 3 usadas
Caduca el	13/3/2025

[Ir a Mi cuenta](#)

Proteja hasta 3 Computadoras, Smartphones o Tablets con McAfee® Multi Device Security.

15 meses de suscripción

McAfee Multi Device Security

F5FLF-S7XWV-7K6TP-WC5L7-A224A

Para instalar y registrar McAfee® Multi Device Security, siga estos pasos:

- Acceda al sitio www.mcafee.com/dellactivation
- Seleccione su país e idioma, introduzca la clave del registro y haga clic en **Enviar**
- Cree una nueva cuenta McAfee® o añada este producto a una cuenta ya existente
- Descargue e instale el software

Windows OS
Windows 8.1, 8, 7, 7
TID: 888-888-8888

Ubuntu OS
TABLETS
16.04 LTS, 17.04

Google Android
Smartphones
e Tablets
4.1 or higher

Mac OS
All parts of the system (OS
iOS 9 or later)

McAfee
Together is power.

El producto está sujeto a limitaciones de uso estándar. Algunos caracteres no pueden ser validados para algunos dispositivos o sistemas operativos.



DULCE NAVIDAD



*DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE JARROS PERSONALIZADOS CON
TEMÁTICA NAVIDEÑA.*



Resumen:

El proyecto consistió en el desarrollo de un producto destinado a la temporada navideña. Tras realizar una exhaustiva investigación de mercado, se identificó la demanda de jarros personalizados con ilustraciones originales alusivas a esta festividad. Para añadir un valor adicional, se incorporaron caramelos, convirtiendo así el producto en una opción atractiva para regalar. Los estudiantes fueron instruidos en técnicas de comercialización y ventas, además de participar en la creación de una campaña publicitaria. Esta campaña se centró en transmitir el mensaje de “compartir entre amigos”, con el objetivo de fomentar la adquisición del producto como un detalle ideal para celebrar la época navideña.

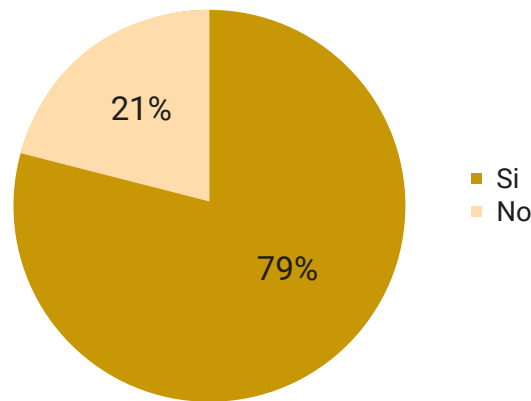


Estudio de mercado

El estudio de mercado se centra en la población económicamente activa de Loja, con una muestra de 383 encuestados. Su propósito es evaluar la viabilidad del proyecto, identificar los productos más atractivos y determinar estrategias de distribución y ventas. Los resultados muestran que la mayoría estaría interesada en comprar jarros navideños decorativos y caramelos, como se detalla en los gráficos adjuntos. Estos hallazgos respaldan la relevancia del proyecto y proporcionan información valiosa para su desarrollo. Es crucial considerar estas preferencias del mercado al planificar la oferta de productos y diseñar estrategias comerciales efectivas.

Figura 1

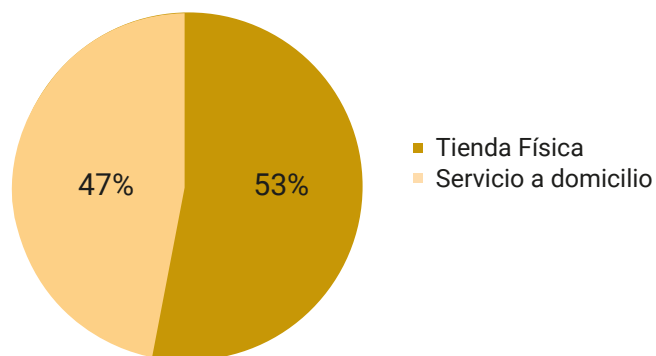
Intención de compra



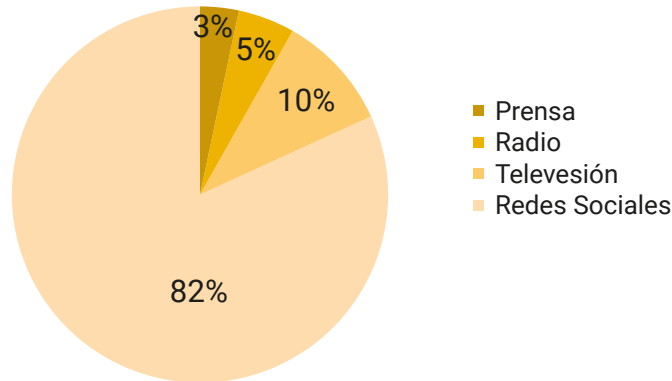
Nota. Población del cantón Loja. Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS

Figura 2

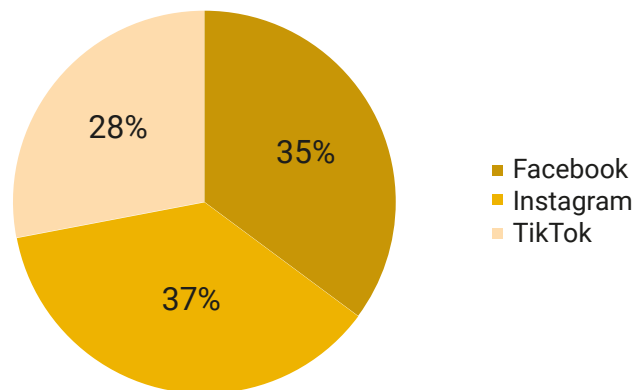
Lugar de compra



Nota. Población del cantón Loja. Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS.

Figura 3*Medios*

Nota. Población del cantón Loja. Estudiantes Diseño Gráfico – ISTS.

Figura 4*Redes Sociales*

Nota. Población del cantón Loja. Estudiantes Diseño Gráfico – ISTS.

Metodología:

El estudio se apoyó en tres métodos: fenomenológico, hermenéutico y práctico-proyectual. El primero abordó la falta de oferta de artículos navideños accesibles, desde la aproximación al problema hasta la descripción de los resultados, mediante observación y encuestas. El método hermenéutico integró conocimientos necesarios, como el dominio del dibujo artístico y la ilustración digital para la sublimación de productos. Finalmente, el enfoque práctico-proyectual seleccionó una actividad como solución, diseñó y ejecutó el proyecto, lo



comercializó y presentó los resultados a estudiantes de diseño gráfico. Este enfoque multidisciplinario proporcionó una comprensión profunda del problema, desarrolló habilidades técnicas y fomentó la aplicación práctica de conocimientos, preparando a los estudiantes para desafíos reales en el campo del diseño y la comercialización.

Objetivos específicos:

- Realizar una investigación de mercado a través de técnicas de recolección de información para determinar la aceptación del producto final.
- Proponer y digitalizar ilustraciones para el producto final mediante el uso de software especializado en diseño gráfico para su producción y comercialización.
- Capacitar a los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico en técnicas de promoción, publicidad y comercialización a través de un profesional del marketing para mejorar el proceso de venta del producto final.
- Promocionar el producto a través de una campaña publicitaria, para llegar al público objetivo y lograr su comercialización.
- Socializar los resultados del proyecto integrador mediante informe y exposición antes los estudiantes de la carrera de diseño gráfico y concejo gubernativo para transparentar los resultados alcanzados del presente.
- Promocionar el producto a través de una campaña publicitaria, para llegar al público objetivo y lograr su comercialización.
- Socializar los resultados del proyecto integrador mediante informe y exposición antes los estudiantes de la carrera de diseño gráfico y concejo gubernativo para transparentar los resultados alcanzados del presente.



Resultados destacados:

La investigación de mercado permitió identificar el estilo y tipo de producto demandado, así como su aceptación en el mercado. Se desarrollaron múltiples propuestas ilustradas, luego digitalizadas y sometidas a una fase de selección para su inclusión en el producto final. A través de cursos de Gestión Empresarial, Marketing y Campañas publicitarias, los estudiantes recibieron formación en técnicas de promoción, publicidad y comercialización. La promoción del producto se llevó a cabo mediante una campaña publicitaria dirigida al público objetivo a través de las redes sociales de la carrera, logrando un alcance significativo de manera orgánica. Los resultados del proyecto se socializaron a través de un informe detallado que documenta todas las etapas del proceso, desde la investigación inicial hasta las estrategias de comercialización y ventas implementadas. Esta metodología integrada proporcionó a los estudiantes una comprensión práctica y holística del proceso de desarrollo y promoción de productos.

**Tabla 1***Resultados económicos*

Carrera:	
Producto ofertado por la carrera	Proyecto (DULCE NAVIDAD)
Número de estudiantes que intervinieron por proyecto:	127
(+) Cuota cobrada para el proyecto (Inversión):	\$ 444,50
(+) Ingreso venta del proyecto integrador:	\$ 635,00
(=) TOTAL DE INGRESOS INVERSIÓN + VENTAS	\$1079,50
(-) Costos y gastos del del proyecto:	\$ 353,17
(-) Devolución de inversión a los estudiantes	\$ 444,50
(=)UTILIDAD DEL PROYECTO INTEGRADOR	\$ 281,83
Valor de la utilidad entregada por estudiante	\$ 2,22
(-) Valor entregado por utilidades	\$ 281,83
(=) Sobrante de Transferencias SALDO OTORGADO AL DEPARTAMENTO FINANCIERO:	\$0,00
Total Transferido a estudiantes: INVERSIÓN \$444,50 UTILIDADES \$281,83	\$ 726,33
VALOR DEVUELTO A CADA ESTUDIANTE Inversión \$3,50 Utilidades \$2,22	\$5,72
Responsable por parte del ISTS del manejo de los recursos:	Ing. Liceth Briceño, Mgs.
Responsable por parte de los estudiantes de la carrera delegada del cobro y recaudación:	Sr. Luis Arciniega

Nota. Elaborado por Carrera de Diseño Gráfico ISTS, 2024.

Transversalidad:

Como proyecto de diseño gráfico enfocado en la autonomía del ejercicio emprendedor y su posterior comercialización, hemos mantenido una independencia de colaboraciones externas. Esta decisión estratégica nos ha permitido una gestión y ejecución ágiles.



No obstante, reconociendo la importancia de la interdisciplinariedad, se ha fomentado una colaboración interna con el departamento de Administración Financiera. Esta sinergia ha sido clave para implementar una contabilidad rigurosa y generar informes financieros detallados, que no solo reflejan la inversión inicial y las ganancias obtenidas, sino que también proporcionan una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la reevaluación de los procesos de negocio del proyecto.

Testimonio del estudiante líder del proyecto:

Trabajar en el proyecto integrador de diseño gráfico para la creación de jarros sublimados con temática navideña ha sido una experiencia inolvidable y enriquecedora. Desde el inicio, nos enfocamos en diseñar ilustraciones personalizadas y originales que capturaran la esencia de la Navidad, combinando técnicas tradicionales y digitales para dar vida a nuestras ideas. La colaboración en equipo fue clave; cada miembro aportó su visión única, lo que enriqueció el proceso creativo y nos permitió explorar diversas posibilidades. La fase de conceptualización fue particularmente emocionante, pues nos permitió sumergirnos en la investigación de iconografía navideña, reinterpretándola para crear diseños únicos que resonaran con nuestro público objetivo. La satisfacción de ver nuestras ilustraciones plasmadas en los jarros y la positiva recepción del mercado fue inmensamente gratificante. Este proyecto no solo me permitió desarrollar mis habilidades técnicas y creativas, sino que también me enseñó la importancia del trabajo en equipo y la planificación en el proceso de diseño. La experiencia de llevar un producto desde la conceptualización hasta su venta final ha sido invaluable, marcando un hito en mi formación como diseñador gráfico.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





NAVIPHONE 3D



“Diseño e impresión 3D de soportes personalizados navideños para equipos móviles bajo la marca Wasi – Smart”



Resumen

El proyecto “NAVIPHONE3D” aborda la problemática del desempleo y la falta de opciones de soportes para móviles personalizados en la ciudad de Loja. Su principal objetivo fue demostrar la capacidad de los estudiantes de la carrera de Electrónica producir bienes y servicios a partir de su formación académica. La metodología aplicada incluyó un estudio de mercado, análisis de modelos comerciales existentes, encuestas, y la preparación del modelo para la impresión 3D. El proyecto se centró en la creación de soportes personalizados para dispositivos móviles mediante impresión 3D, con motivos navideños, bajo la marca



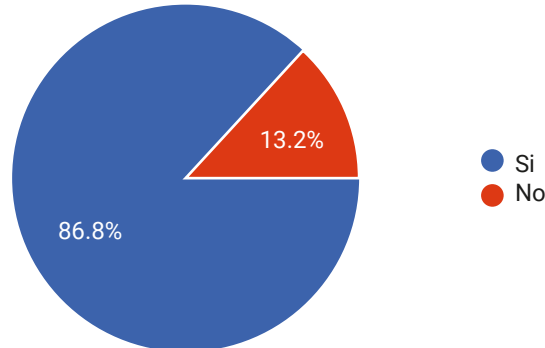
“Wasi-Smart”. Se aplicaron encuestas para recopilar información relevante para la futura producción y comercialización de los soportes. Los principales resultados mostraron que un 77.3% de los encuestados tenía una percepción positiva de la calidad del producto, aunque el 22.7% manifestó insatisfacción. Además, un 72.8% recomendaría el producto, pero un 27.2% no lo haría; la mayoría de los encuestados (78.9%) afirmaron conocer o haber escuchado previamente sobre productos navideños realizados mediante impresión 3D. El proyecto busca abordar la falta de opciones de soportes para móviles personalizados en la ciudad, así como hacer que el proceso de diseño e impresión 3D fuera más accesible para la población local. Finalmente se alineó con la promoción del espíritu emprendedor en los estudiantes del ISTS y con el desarrollo de habilidades blandas fundamentales.

Estudio de Mercado

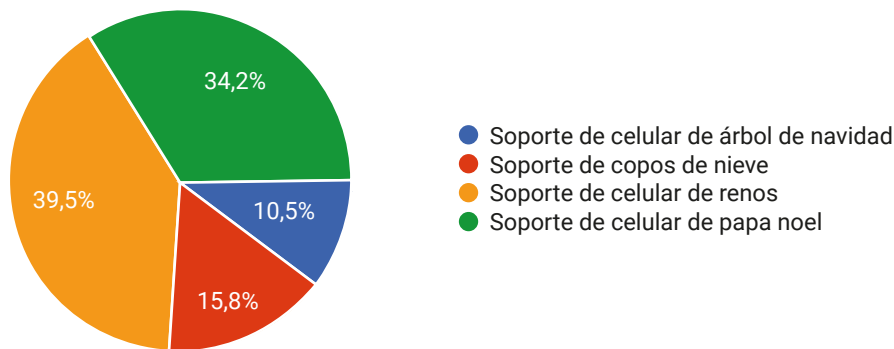
El estudio de mercado desempeñó un papel fundamental en la comercialización exitosa de este proyecto. A través de la investigación de las necesidades y preferencias de los usuarios, así como del análisis de modelos comerciales existentes, se obtuvo una comprensión profunda del mercado y se identificaron oportunidades para desarrollar soportes para móviles personalizados que satisfacen las demandas del público objetivo. Esto permitió diseñar modelos que se adaptaran a las expectativas del mercado y aprovechando la temporada navideña, brindando funcionalidad, estética y calidad. Además, el estudio de mercado también proporcionó información valiosa sobre los precios y la oferta actual de productos similares en el mercado, lo que permitió establecer una estrategia de precios competitiva y posicionar el producto de manera efectiva. En última instancia, este estudio permitió ajustar el enfoque de comercialización y promoción del proyecto, destacando los aspectos diferenciadores y comunicando de manera efectiva los beneficios de los soportes para móviles personalizados a los potenciales clientes, gracias a esta información estratégica obtenida a través del estudio de mercado, el proyecto pudo ingresar al mercado de manera exitosa y captar la atención de los usuarios que buscaban soluciones personalizadas y de calidad para sus dispositivos móviles.

Figura 1

Gráfica de la adquisición de un soporte para celular con un diseño navideño

**Figura 2**

Gráfica de tipos de diseños personalizados navideños que le interesaría al consumidor



Metodología

El proyecto siguió una metodología de diseño y desarrollo de productos 3D por fases. Inicialmente, se definió el problema a solucionar y los objetivos de investigación. Luego, se realizó una revisión bibliográfica sobre diseño, impresión 3D y la situación actual del mercado de soportes personalizados para móviles. En la siguiente fase, se llevó a cabo un estudio de mercado para identificar las necesidades, preferencias, precios y oferta actual de productos similares. Posteriormente, con base en la información recopilada, se diseñaron diferentes modelos de soportes personalizados para móviles y se imprimieron prototipos 3D para evaluar su calidad y funcionalidad. Además, se realizaron pruebas de usuario con los prototipos para evaluar la facilidad de uso, la comodidad y la satisfacción del usuario, y en base a los resultados, se realizaron mejoras en el diseño y se imprimieron nuevos prototipos



hasta lograr un producto final satisfactorio. Finalmente, se analizaron los resultados obtenidos a lo largo de las diferentes etapas de investigación y diseño para determinar la viabilidad comercial del producto y hacer recomendaciones para su lanzamiento al mercado.

Objetivo General

Demostrar que los estudiantes de la Tecnología Superior en Electrónica están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

Resultados

Los principales resultados del proyecto “NAVIPHONE 3D” incluyen la percepción de la calidad del producto, la disposición a recomendarlo, las preferencias de diseño y color, y el aspecto más atractivo al adquirirlo. Según la encuesta, un 77.3% de los encuestados tiene una percepción positiva de la calidad del producto, con un 50% de clientes satisfechos y un 22.7% insatisfechos. Además, un 72.8% estaría dispuesto a recomendar el producto, mientras que un 27.2% no lo haría. En cuanto a las preferencias, se encontró que un 78.9% de los encuestados conocía o había escuchado sobre productos navideños realizados mediante impresión 3D, y un 86.8% manifestó interés en adquirir un soporte para celular con un diseño navideño desarrollado con impresión 3D. En cuanto a los diseños, los soportes con temática de renos y Papá Noel fueron los más populares, con un 39.5% y un 34.2% de preferencia respectivamente. En cuanto a los colores, el dorado y el rojo fueron los más populares, con un 42.1% y un 39.5% de preferencia respectivamente. El aspecto más atractivo al adquirir el producto fue el diseño, con un 55.3% de preferencia. Estos resultados proporcionan información valiosa sobre la percepción del producto y las preferencias de los consumidores, que pueden ser utilizados para mejorar y orientar la comercialización del soporte para móviles personalizados. Además representa una valiosa experiencia educativa para nuestros estudiantes ya que les permite adquirir conocimientos y habilidades en diversas áreas, como el proceso de diseño de productos, modelado 3D, uso de impresoras 3D, trabajo en equipo, resolución de problemas, pensamiento

crítico, creatividad e innovación, en un proyecto práctico que abarca desde la identificación del problema hasta el lanzamiento al mercado. En las figuras 3 y 4 se muestran los diseños finales para su impresión en 3D.

Figura 3

Gráfica del diseño final (archivo .stl) para su impresión en 3D

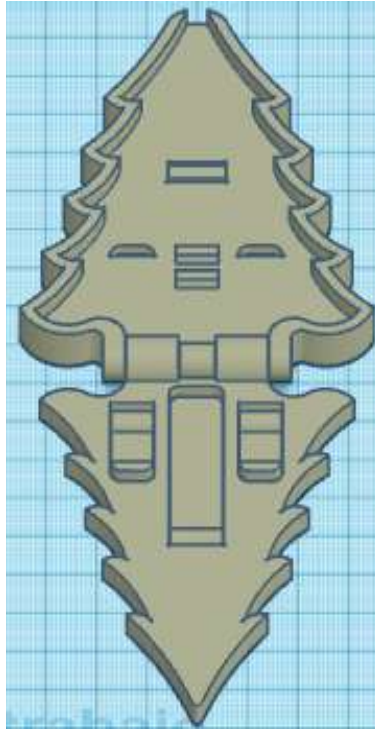
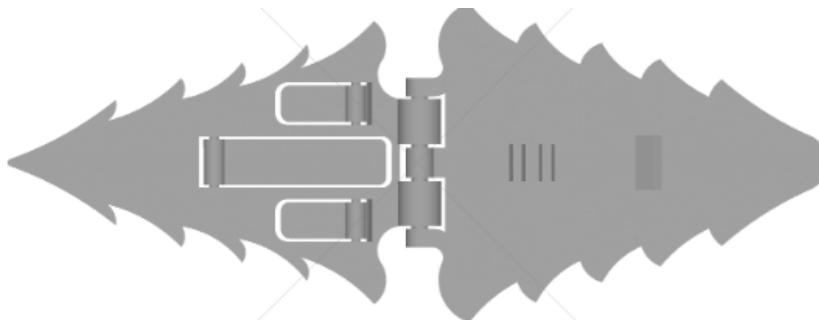


Figura 4

Gráfica de la visualización del archivo final





Transversalidad

El proyecto se desarrolló con el apoyo de la tecnología superior en Diseño Gráfico para la ejecución de la “Capacitación en ventas”, dicha transversalidad permitió tener una capacitación con todos los estudiantes de la carrera enfocada a vender, la forma en la que deben promocionar un producto, la manera en la que deben acercarse al cliente, el cómo explicar al cliente las bondades del producto y sobre todo a perder el miedo al rechazo del cliente y al expresarse ante los demás. Se capacitó a un total de 33 estudiantes que se encargaron de comercializar los dispositivos bajo el nombre NAVIPHONE 3D.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTO

KALIKAI

*COMBATE LA RESACA: ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN KIT,
QUE AYUDE A COMBATIR LAS MOLESTIAS PROVOCADAS DESPUÉS DEL
CONSUMO EXCESIVO DE ALCOHOL*

**Resumen**

Los estudiantes de Enfermería del ISTS demostraron su destreza al diseñar y comercializar los kits de la marca KALIKAI, especialmente creados para aliviar los síntomas de la resaca, ofreciendo una solución práctica y efectiva para un problema común. El proyecto, con una inversión inicial mínima, generó una impresionante ganancia del 100%, destacando el agudo sentido emprendedor de los estudiantes de enfermería. Este proyecto no solo representa un logro académico, sino también un ejemplo inspirador de cómo la colaboración interdisciplinaria



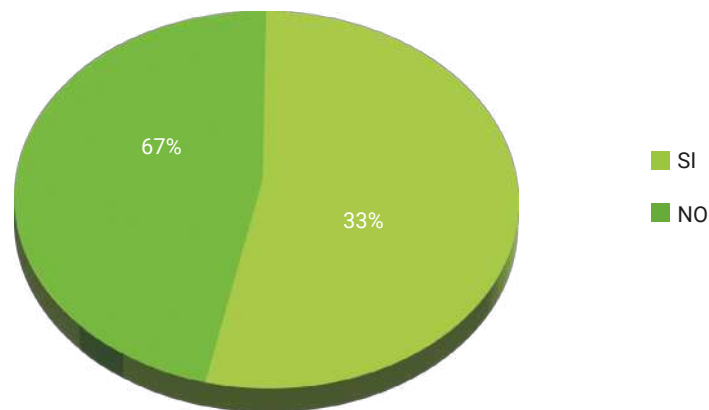
puede conducir a soluciones innovadoras que impactan positivamente en la sociedad.

Estudio de Mercado

En el análisis de las encuestas en Loja, de 384 personas encuestadas el 67% conoce cómo se puede evitar la resaca después de un evento social, por lo que el 33% desconoce sobre la existencia del producto. Cabe recalcar que las personas encuestadas, indicaron que si existiera un producto para evitar la resaca sería de gran utilidad para la población dentro de la ciudad de Loja. El 30% de las personas encuestadas prefieren comprar: Complejo B, el 25% le gusta utilizar el Sal de Andrews, el 21% el medicamento Ibuprofeno, el 13% consume la higadgras, el 11% prefiere la sal de rehidratación oral para combatir la resaca luego de un evento social.

Figura 1

Conocimiento sobre cómo evitar la resaca.

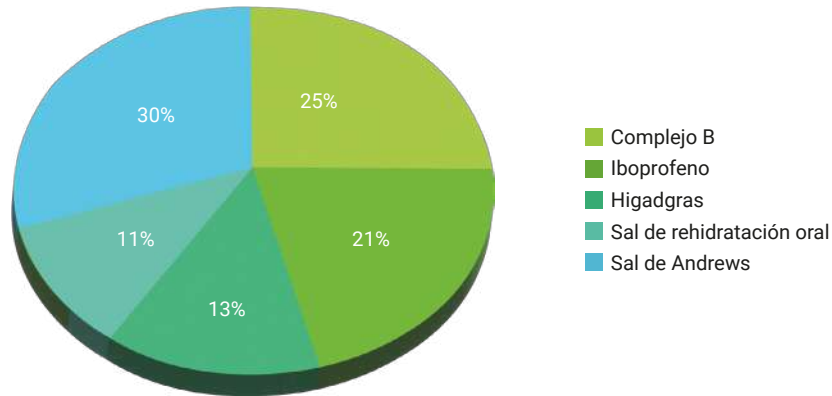


Nota. Estudio de mercado levantado por parte de los estudiantes de la carrera de enfermería del ISTS.



Figura 2

Tipo de medicamento para combatir la resaca.



Nota. Estudio de mercado levantado por parte de los estudiantes de la carrera de enfermería del ISTS

Metodología

En el proyecto, se emplearon el Método Fenomenológico, Hermenéutico y Práctico Proyectual para un enfoque integral. El Método Fenomenológico permitió recolectar información sobre el nivel de conocimiento de la forma adecuada de combatir los estragos de la resaca, revelando su familiaridad, preferencias y disposición a comprar. Por otro lado, el Método Hermenéutico facilitó la interpretación de los principios y conceptos generales sobre las ventajas de ofertar un producto que radique en su gran medida la sintomatología que es provocada por el consumo de alcohol, a través de diferentes fuentes bibliográficas que respaldaron la validez de la investigación. Por último, el Método Práctico Proyectual fue crucial se utilizaron las estrategias de marketing para dar a conocer mediante un producto a la población, la importancia de combatir la resaca con los medicamentos y formas adecuadas. Estos métodos se combinaron para proporcionar una comprensión holística del proyecto, desde la conceptualización hasta la implementación, asegurando su coherencia con los objetivos y necesidades identificados.



Objetivos Específicos

- Determinar la necesidad de comercialización de un KIT AFTER PARTY, enfocado en la salud a través de un estudio de mercado con la aplicación de una encuesta, para ofrecer un producto que sea útil para la población.
- Desarrollar habilidades para la planificación, ejecución y evaluación de proyectos de salud, mediante el emprendimiento, para ofertar un producto innovador.
- Crear una nueva idea de negocio con la marca KALIKAI “Combate la resaca”, mediante la transversalidad, para dar a conocer el producto.
- Ejecutar una campaña de marketing mediante la utilización de las redes sociales institucionales y de carrera para generar expectativa e intención de compra en el mercado local.

Resultados

Se determinó la necesidad de comercializar el Kit After Party mediante el estudio de mercado que nos muestra como resultados una gran cantidad de población aceptando la necesidad de este producto con el fin de aliviar sus síntomas de resaca y así mismo contengan las indicaciones para su uso. Se desarrolló en los estudiantes aptitudes y actitudes para generar emprendimientos y así poder insertarlos en el ambiente laboral fácilmente.

Se buscó el apoyo en la transversalidad con otras carreras como diseño gráfico para obtener un resultado óptimo en la presentación del producto.

Para ofertar el producto se utilizó las redes sociales, lo que aumentó la expectativa de consumidores como las ventas.

**Tabla 1***Presupuesto del proyecto.*

INVERSIÓN			
Capital tomado del periodo Octubre 2023 – Febrero 2024			
240	Participación de estudiantes en el proyecto integrador		
	Cuota por estudiante		\$2,50
	TOTAL DE INVERSIÓN		\$600,00
INGRESOS			
UNIDADES	PRODUCTO	VALOR UNITARIO	TOTAL
238	Kit after party	\$3,50	\$833,00
	TOTAL DE INGRESOS		\$ 833,00

Nota. En la tabla se muestra la información correspondiente a la proyección presupuestaria del proyecto integrador para el periodo académico octubre 2023 – febrero 2024.

Transversalidad

El presente proyecto presenta una transversalidad interna con la siguiente carrera:

- Tecnología Superior en Diseño

Nuestro proyecto se vincula estrechamente con la Tecnología Superior en Diseño, específicamente en la elaboración de marcas y estrategias publicitarias para el mercado local. Con la colaboración de expertos en esta área, se logró desarrollar una campaña publicitaria efectiva para lanzar el servicio al mercado. Esto permitió posicionar adecuadamente los productos y servicios que ofrecemos, generando interés entre nuestros potenciales clientes.

Testimonio del estudiante líder del proyecto:

“Trabajar en el proyecto de vinculación KALIKAI, ha sido una experiencia enriquecedora y gratificante para mí como estudiante. Empaquetar y comercializar los kits diseñados para aliviar los síntomas de la resaca no solo me permitió aplicar mis conocimientos académicos en un contexto práctico, sino que también me brindó la oportunidad de contribuir positivamente a la comunidad. Ver el impacto directo



de nuestro trabajo en las personas que sufren de resacas y escuchar sus comentarios positivos sobre cómo los kits les han ayudado a sentirse mejor, ha sido realmente inspirador. Además, trabajar en equipo con mis compañeros, desde la concepción del proyecto hasta su implementación, ha fortalecido mis habilidades de colaboración y comunicación. En resumen, participar en el proyecto, no solo me brindó una experiencia valiosa, sino que también me dejó con la satisfacción de haber contribuido a mejorar la calidad de vida de los demás.”



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS 



PROYECTO. KALIKAL.



PROYECTO

“MIX CAKE”



Elaboración de premezclas de tortas



Resumen

El proyecto “Elaboración de premezclas de tortas Mix Cake” del ISTS creó y vendió premezclas de tortas en chocolate, red velvet y naranja para la Navidad del 2023. Estudiantes de todos los niveles participaron en la producción y venta, fusionando teoría y práctica. Destacó la calidad de ingredientes y la facilidad de preparación, promoviendo la tradición navideña y la unión familiar. Más que una experiencia empresarial, ofreció a los estudiantes un aprendizaje integral en gastronomía y gestión.



La iniciativa también fortaleció los vínculos entre la institución y la comunidad local al proporcionar un producto de calidad para compartir en familia.

Estudio de Mercado

Los estudiantes de quinto ciclo de Tecnología en Gastronomía investigaron exhaustivamente el público objetivo, visitando tiendas y supermercados para analizar la competencia en términos de precio, calidad y proporción del producto. Este paso crítico definió las preferencias del mercado, sirviendo como base para desarrollar las premezclas con sabores específicos. El conocimiento detallado del público objetivo fue fundamental para alinear el producto final con las expectativas y necesidades de los consumidores, asegurando el éxito del proyecto gastronómico.

Figura 1

¿Estaría dispuesto/a a utilizar una premezcla para pasteles en lugar de preparar la masa desde cero?

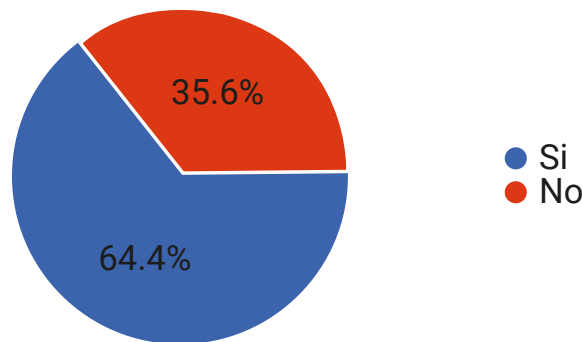
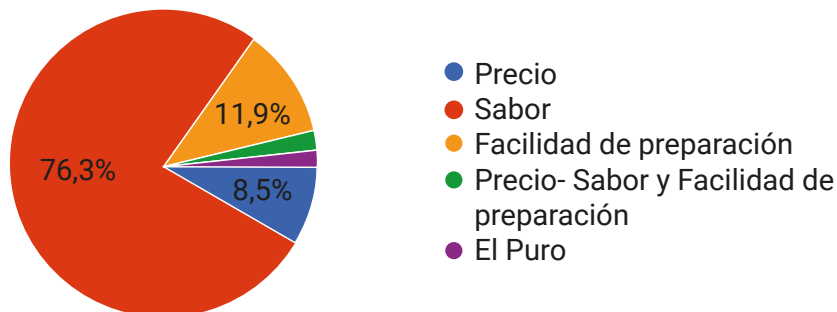


Figura 2

¿Cuáles son los factores más importantes para elegir una premezcla para pastel?





Metodología

- El método fenomenológico se basa en la descripción exhaustiva de un fenómeno, asegurando su singularidad. Se aplicó en una encuesta realizada por estudiantes de Tecnología en Gastronomía del ISTS en Loja, para evaluar la aceptación de premezclas de tortas. Los datos obtenidos permitieron comparar productos y necesidades, facilitando la ejecución del proyecto.
- El método hermenéutico busca interpretar el contenido académico para comprenderlo plenamente. Se utilizó para seleccionar el tema del proyecto y recopilar información en sitios bibliográficos, mejorando la efectividad y cumplimiento de objetivos.
- El método práctico proyectual se centró en operaciones lógicas para maximizar resultados con mínimo esfuerzo durante la ejecución del proyecto, involucrando distribución de tareas, montaje, etiquetado, almacenamiento y limpieza. Tras el evento, los productos se distribuyeron entre los estudiantes y se gestionaron las mermas o excedentes.

Objetivos Específicos

- Capacitar a los estudiantes en Branding Gastronómico para fomentar en ellos las habilidades de comercialización y espíritu emprendedor.
- Planificar y ejecutar los procesos de logística, preproducción, producción y comercialización de las premezclas de torta, empleando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por los estudiantes en el currículo oficial de la carrera, para garantizar un producto de calidad.
- Evaluar la satisfacción de los clientes del proyecto integrador mediante herramientas de recolección de información, para valorar su pertinencia.
- Socializar los resultados del proyecto integrador del periodo académico octubre 2023 – febrero 2024 a los estudiantes de la T.S. en Gastronomía, para transparentar la gestión de los recursos utilizados.



Resultados

El proyecto "Elaboración de premezclas de tortas Mix Cake" del ISTS logró crear y comercializar 240 premezclas en tres sabores: chocolate, red velvet y naranja para la Navidad del 2023 con éxito. La participación de estudiantes de todos los niveles permitió fusionar teoría y práctica, destacando la calidad de ingredientes y la facilidad de preparación, fomentando así la tradición navideña y el compartir en familia. Esta experiencia no solo ofreció aprendizaje integral en gastronomía y gestión, sino que también fortaleció los lazos entre la institución y la comunidad local al proporcionar un producto de alta calidad para las celebraciones navideñas.

Tabla 1

Distribución de ingresos por semestre.


CICLO	SECCIÓN	APORTE (\$18,00 por estudiante)
Primero TSG	Diurno (N° Estudiantes 21)	\$378,00
Segundo TSG	Diurno (N° Estudiantes 8)	\$144,00
Tercero TSG	Diurno (N° Estudiantes 15)	\$270,00
Tercero TSG	Nocturno "B" (N° Estudiantes 11)	\$198,00
Cuarto TSG	Diurno (N° Estudiantes 9)	\$162,00
Quinto TSG	Diurno (N° Estudiantes 7)	\$126,00
Quinto TSG	Nocturno (N° Estudiantes 7)	\$126,00
*Adicional 6 premezclas		\$36,00
	Total	\$1440,00

Nota. Las botellas de premezcla adicionales tienen un precio de venta de \$6.00 cada una. Los estudiantes venden un total de 3 botellas de premezcla cada uno y por eso realizan un aporte de \$18.00 cada uno.

Transversalidad

La Tecnología Superior en Diseño Gráfico jugó un papel muy importante a lo largo de las etapas iniciales de Mix Cake, ayudando a los estudiantes de la carrera de Gastronomía con una capacitación completa sobre Branding; lo cual fue fundamental para elaborar la marca desde cero y recopilar información para conocer más las preferencias del mercado objetivo.

**Tabla 2***Transversalidad interna del proyecto integrador.*

CARERA	TEMA	PARTICIPANTES	HORAS	CAPACITADOR	EVIDENCIA
T.S en Diseño Gráfico	Capacitación a estudiantes sobre el branding	Estudiantes de T.S en Gastronomía	1 hora	Lic. Brigitte Obando	

Nota. Transversalidad interna, desarrollado por 5 ciclo TSG.

Para el desarrollo del proyecto integrador se trabajó con varias empresas de manera externa que apoyaron al desarrollo del mismo en varios aspectos como descuentos especiales en la compra de materia prima y en logística como la entrega de los productos al lugar de producción para garantizar un buen traslado evitando golpes u otros daños que se pudieran presentar.

Tabla 3*Transversalidad externa en materia prima.*

Nombre de la empresa	Dirección	Cantidad adquirida	Precio
Distribuidora Castro	Aceitunos N68-56 y calle E-9, Quito	240 botellas de 1000 ml	\$139,89
Distribuidora Román	Lauro Guerrero 341-81y Miguel Riofrio	Azúcar morena 50 kilos Harina 60 kilos	\$53,00 \$51,48
Visionarte	110102 Sucre entre, Catacocha Loja	3 planchas	\$40,50

Nota. Desarrollo de Transversalidad de la materia prima del Proyecto Integrador. Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG. (2024).



Testimonio del estudiante líder del proyecto:

Como estudiante de quinto ciclo y líder del proyecto integrador "Elaboración de premezclas de tortas Mix Cake", me siento orgullosa de nuestro equipo. Juntos, investigamos, diseñamos y evaluamos una fórmula única, simplificando la preparación de tortas en tres sabores para hogares direccionadas a compartir en unión familiar en las fiestas navideñas. Coordinar a cada miembro, desde la investigación de mercado hasta la formulación final, fue un desafío gratificante. Nuestra meta era ofrecer calidad y comodidad, y lo logramos. Ver cómo nuestra premezcla llega a manos de consumidores, facilitando sus experiencias culinarias en época navideña, es la mayor recompensa. Este proyecto no solo nos unió como equipo y carrera, sino que también dejó una huella positiva en la comunidad del profesionalismo y creatividad de los estudiantes de la carrera de T.S. en Gastronomía del ISTS.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS 



PROYECTO. "MIX CAKE".



CONSTRUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LLAVEROS ELABORADOS DE RESIDUOS METÁLICOS DEL AUTOMÓVIL BAJO LA MARCA UTKANA DESTINADO AL PÚBLICO GENERAL DE LA CIUDAD DE LOJA



Resumen

Los estudiantes de Mecánica Automotriz del ISTS demostraron habilidades al crear llaveros con residuos de automóviles, cumpliendo objetivos de formación responsable. Tras encuestas en Loja, se identificó interés del 79% en adquirir estos productos. La colaboración de los estudiantes permitió el exitoso desarrollo del proyecto. Estrategias de marketing eficaces posicionaron la marca UTKANA en el mercado. El proyecto, con una inversión mínima, generó una ganancia del 900%, evidenciando el potencial emprendedor de los estudiantes. La planificación y ejecución ordenada garantizaron el éxito del proyecto integrador, destacando la creatividad e innovación de los participantes.

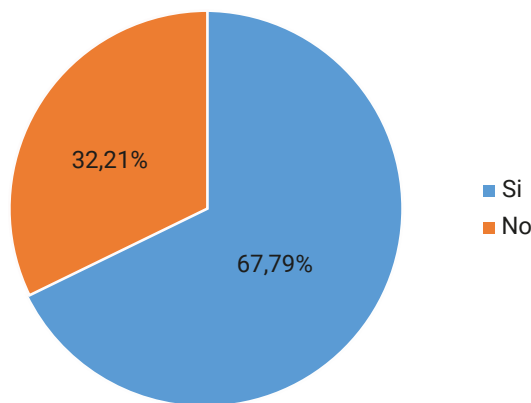


Estudio de Mercado

El análisis de las encuestas en Loja revela un alto nivel de familiaridad (68%) y disposición a comprar (87%) llaveros rústicos elaborados con materiales reciclados de vehículos. Las preferencias se centran en un diseño atractivo (70%) y precios asequibles (79% dispuestos a pagar entre \$1-5 USD). La mayoría prefiere adquirir en eventos locales o tiendas físicas (41% y 36% respectivamente), aunque un segmento considera la compra en línea conveniente (24%). La oferta de descuentos por cantidad (56%) y regalos adicionales (47%) es bien recibida. La iniciativa de productos reciclados es vista positivamente (94%).

Figura 1

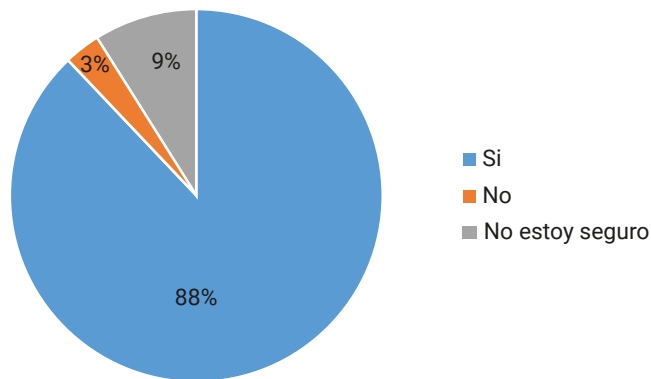
Gráfico sobre reutilización elementos metálicos



Nota. Estudio de mercado levantado por estudiantes de Mecánica Automotriz ISTS

Figura 2

Gráfico sobre conocimiento de artículos a base de elementos metálicos



Nota. Estudio de mercado levantado por estudiantes de Mecánica Automotriz ISTS



Metodología

En el proyecto, se emplearon el Método Fenomenológico, Hermenéutico y Práctico Proyectual para un enfoque integral. El Método Fenomenológico permitió comprender la percepción y experiencias de los encuestados en relación con los llaveros rústicos, revelando su familiaridad, preferencias y disposición a comprar. Por otro lado, el Método Hermenéutico facilitó la interpretación profunda de los datos recopilados, ayudando a comprender el significado subyacente detrás de las respuestas de los encuestados, así como la importancia cultural y social de la iniciativa. Por último, el Método Práctico Proyectual fue crucial en la elaboración y ejecución del proyecto, guiando la fabricación de los llaveros, la promoción de la marca y la planificación estratégica de la comercialización. Estos métodos se combinaron para proporcionar una comprensión holística del proyecto, desde la conceptualización hasta la implementación, asegurando su coherencia con los objetivos y necesidades identificados.

Objetivos Específicos

- Detallar las actividades a desarrollar por los estudiantes y docentes mediante la planificación de actividades en la agenda de carrera para cumplir con las actividades de una manera ordenada y se logró cumplir al 100% con los objetivos planteados.
- Diagnosticar la aceptación de llaveros a través de la aplicación de la técnica de investigación de la encuesta para determinar las mejores alternativas de productos a comercializar en la población de Loja
- Fabricar llaveros mediante la aplicación de conocimientos y habilidades prácticas con el fin de obtener un elevado número de unidades disponibles para la venta.
- Promocionar la marca UTKANA a través de estrategias de marketing, considerando las tendencias actuales tecnológicas para potenciar el conocimiento automotriz
- Socializar los resultados del proyecto integrador de Carrera obtenidos mediante una exposición ante los estudiantes y consejo gubernativo del ISTS y así demostrar el trabajo desarrollado durante el período académico



Resultados

Los estudiantes de la Carrera de Mecánica Automotriz demostraron contar con los conocimientos y habilidades teórico prácticos para generar, producir y comercializar productos artesanales a base de residuos automotores que se generan a diario, quedando como evidencia la creatividad e innovación de los estudiantes, con esto mostraron su capacidad de generar emprendimientos en base a su aprendizaje.

La utilización de las últimas tendencias tecnológicas, como las redes sociales, el marketing de contenidos y la optimización para dispositivos móviles, ha sido fundamental para alcanzar a un amplio público objetivo y generar un mayor impacto en el mercado.

Se puede concluir que el proyecto integrador del periodo académico Octubre 2023 – Febrero 2024 se planificó y ejecutó dando resultados positivos, de la inversión de \$1.00 de los estudiantes misma que solo utilizó 0.29 ctvs. por cada dólar invertido. Se logró generar una ganancia de más del 900%.

Tabla 1

Presupuesto del proyecto

INVERSIÓN			
Capital tomado del periodo Octubre 2023 – Febrero 2024			
191	Participación de estudiantes en el proyecto integrador		
	Cuota por estudiante		\$1,00
TOTAL DE INVERSIÓN			\$191,00
INGRESOS			
UNIDADES	PRODUCTO	VALOR UNI.	TOTAL
53	Llaveros de rodamientos	\$ 2,00	\$ 106,00
53	Llaveros de piñones	\$ 2,00	\$ 106,00
60	Llaveros de bujías	\$ 2,00	\$ 120,00
TOTAL DE INGRESOS			\$ 332,00

Nota. En la tabla se muestra la información correspondiente a la proyección presupuestaria del proyecto integrador para el periodo académico octubre 2023 – febrero 2024.



Testimonio

“Participar en este proyecto fue una experiencia transformadora. Desde el diseño hasta la comercialización, cada paso me permitió aplicar lo aprendido en la carrera de Mecánica Automotriz de manera práctica y creativa. La colaboración con compañeros y el apoyo de los docentes fortaleció mi confianza en mis habilidades técnicas y emprendedoras. Además, ver cómo nuestros llaveros elaborados con materiales reciclados generaron interés y aceptación en la comunidad de Loja fue increíble. Este proyecto no solo nos enseñó sobre sostenibilidad y responsabilidad social, sino que también nos mostró el potencial que tenemos como estudiantes para generar un impacto positivo en nuestro entorno. ¡Definitivamente una experiencia que recordaré con orgullo y gratitud!”



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



“STACS” Para, piensa y actúa seguro



ALMOHADA TERAPÉUTICA A PARTIR DE SEMILLAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PARA CONTROLAR DE MANERA NATURAL LA ANSIEDAD, DEPRESIÓN, ESTRÉS Y TME



Resumen:

Las almohadas terapéuticas STACS es una alternativa natural para combatir el dolor, la ansiedad y el estrés. Rellenas con una mezcla cuidadosamente seleccionada de plantas medicinales y semillas, estas almohadas brindan una experiencia sensorial única que promueve la relajación y el bienestar integral.



Las propiedades antiinflamatorias y analgésicas de las hierbas y semillas que componen el relleno de las almohadas STACS ayudan a aliviar eficazmente el dolor muscular y articular. La aromaterapia natural de las plantas medicinales, junto con la sensación de peso relajante de las semillas, promueve la relajación profunda y la reducción del estrés, creando una experiencia sensorial que favorece el bienestar general.

Al reducir la ansiedad y el estrés, las almohadas STACS contribuyen a una mejor calidad del sueño, permitiendo un descanso más reparador. Las almohadas terapéuticas STACS ofrecen una gran flexibilidad en su uso, permitiendo adaptar su aplicación a las necesidades específicas de cada usuario. Para aliviar el dolor muscular y articular, así como para promover la relajación, se recomienda calentar la almohada en el microondas durante 2-3 minutos o en el horno a baja temperatura durante 10-15 minutos. El calor ayuda a relajar los músculos y a disminuir la tensión, brindando una sensación de bienestar.

Estudio de Mercado

El estudio de mercado estuvo enfocado a 156 adultos de la zona 7 del país, para comprender sus preferencias sobre almohadas terapéuticas, entre las preguntas aplicadas se encontraban: "¿Posee actualmente almohadas terapéuticas?", "¿Está considerando adquirir una almohada terapéutica en el futuro?", "¿Qué características considera importantes en una almohada terapéutica?", entre otras. Del estudio se pudo conocer que el 62% no posee una almohada terapéutica, pero mostraron interés en adquirirla. Entre las características valoradas destacaron la presentación atractiva (85%), la inclusión de un manual de uso (72%) y la descripción detallada de los beneficios (98%). Se evaluaron fortalezas y debilidades de productos existentes para mejorar la competitividad.

Metodología:

Las metodología utilizada fue: método Fenomenológico, donde se desarrolló en base a un diagnóstico situacional con la técnica de investigación de la observación en las diferentes parroquias de la ciudad de Loja, se analizaron los resultados en base al conocimiento de artesanías a base de elementos automotrices, así mismo aplicamos



el método Hermeneútico, se realizó una recopilación bibliográfica fundamentada en textos, artículos, revistas, donde se pudo demostrar los beneficios de diseñar y elaborar productos para el bienestar de la salud a través de una almohada terapéutica y por último el método Práctico Proyectual donde seleccionamos las mejores estrategias de marketing y tendencias en procesos de seguridad y prevención de riesgos laborales utilizando técnicas aprendidas durante el período académico.

Objetivos Específicos

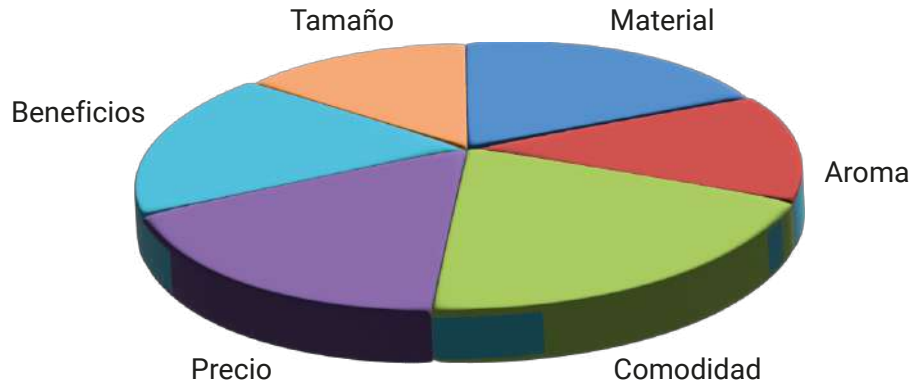
- Determinar el costo de venta al público las Almohada terapéutica a partir de hierbas y semillas aromáticas para controlar de manera natural la ansiedad, depresión, estrés y TME., mediante un estudio de mercado a los consumidores, para proponer el plan de comercialización.
- Preparar las Almohadas terapéuticas a partir de hierbas y semillas aromáticas, para la comercialización y difusión del producto al público en general.
- Evaluar la aceptación del producto ofertado, utilizando encuestas de satisfacción al consumidor que permitan determinar el grado de aceptación del producto.
- Socializar a los estudiantes y autoridades los objetivos logrados, mediante resultados cuantitativos y cualitativos en el desarrollo del proyecto integrador, para demostrar que los estudiantes de Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales están en capacidad de producir, bienes y servicios a partir de la formación académica.



Resultados

Figura 2

Porcentajes referente a los aspectos relevantes del proyecto



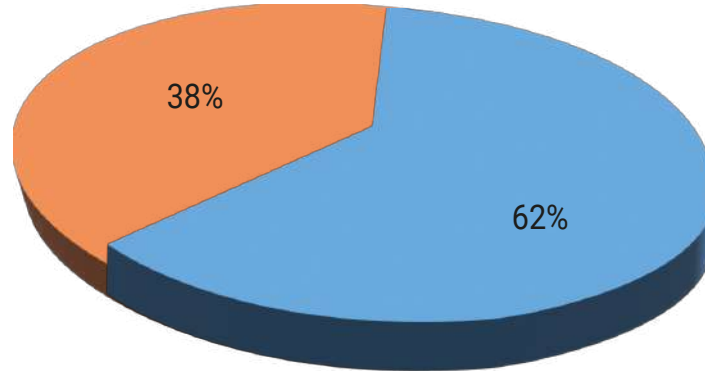
Interpretación Cuantitativa: Material 104 (66.7%). La mayoría de los encuestados (104 de un total de no especificado) considera el material como un aspecto relevante. Este es el aspecto más destacado en términos de cantidad absoluta y porcentaje.

Aroma: 71 (45.5%). El aroma es considerado relevante por una cantidad significativa de encuestados, con un 45.5% del total que lo menciona. **Comodidad: 101 (64.7%).** La comodidad es otro aspecto altamente relevante según la mayoría de los encuestados, con un 64.7%. **Precio: 89 (57.1%).** El precio también es mencionado como relevante por más de la mitad de los encuestados, con un 57.1%. **Beneficios: 97 (62.2%).** Los beneficios asociados al producto son considerados relevantes por un 62.2% de los encuestados. **Tamaño: 73 (46.8%).** El tamaño es mencionado como relevante por un 46.8% de los participantes.



Figura 2

Porcentajes referente al conocimiento de los beneficios.



Nota. Diagrama de frecuencia referente a los beneficios.

Interpretación Cuantitativa: Sí 98 (62%): El 62% de los encuestados indica que sí tienen almohadas terapéuticas, **No: 60 (38%):** El 38% de los encuestados indica que no tienen almohadas terapéuticas.

Interpretación Cualitativa: Adopción de Almohadas Terapéuticas

La mayoría de los encuestados (62%) posee almohadas terapéuticas. Esto sugiere una adopción significativa de este tipo de almohadas entre la muestra.

Área de Oportunidad: Aunque la adopción es alta, el 38% de los encuestados no tiene almohadas terapéuticas. Esto puede indicar una oportunidad de mercado para promover la conciencia sobre los beneficios de estas almohadas.

Transversalidad:

El apoyo y asesoramiento de la tecnología superior en Administración Financiera en temas de emprendimiento, prestando ayuda en el estudio de mercado, mismo que se realizó dentro de la ciudad de la Loja para conocer la aceptación del producto, y, el análisis financiero que sirvió para conocer la rentabilidad y utilidad de la venta de las almohadas terapéuticas, también la ayuda de la tecnología superior de Diseño Gráfico para fotografías del producto y la importancia de la forma de uso.



Testimonio del estudiante líder del proyecto:

El proyecto de almohadas terapéuticas es de gran relevancia para la salud y el bienestar de las personas. Su objetivo principal es mejorar la calidad del sueño, reducir el estrés y aliviar el dolor, especialmente en zonas como el cuello, la espalda y los hombros. Las almohadas terapéuticas, especialmente las viscoelásticas y cervicales, están diseñadas para brindar soporte y comodidad al cuerpo, adaptándose a las necesidades de cada persona. Esto no solo mejora la calidad del descanso, sino que también ayuda a prevenir lesiones a largo plazo. Además, al reducir el estrés y el dolor, las almohadas terapéuticas pueden contribuir a un mejor estado de salud mental y físico. Desde mi perspectiva como estudiante de seguridad y prevención de riesgos, este proyecto es una iniciativa valiosa que tiene el potencial de mejorar la calidad de vida de muchas personas. Su enfoque en la seguridad y la prevención de riesgos lo convierte en una herramienta útil para promover el bienestar general en la sociedad.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTO. "STACS" PARA, PIENSA Y ACTÚA SEGURO.



QUIYAK MIX



“CANALES ÓPTIMOS DE DISTRIBUCIÓN PARA QUIYAK COMERCIALIZADO EN UNIGESTH QUE INTEGREN EL MERCADO LOCAL, PROVINCIAL Y NACIONAL, Y ASÍ INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA”



Resumen:

La TS. en Gestión del Talento Humano impulsa el emprendimiento en base a la comercialización de productos y servicios relacionados al bienestar emocional y ofrece a la sociedad diferentes productos de calidad y con beneficios hacia el sector laboral. Es por ello, que nuestra empresa UNIGESTH en esta oportunidad presenta el relanzamiento de las barras energéticas denominadas QuiyakMix, con lo que se busca proporcionar nuevas experiencias en sabores y valor nutricional que contribuyan al desarrollo profesional mediante un snack de alimentación saludable, en la realización de productos anteriores se pudo dar solución a varios de los problemas encontrados en el medio.

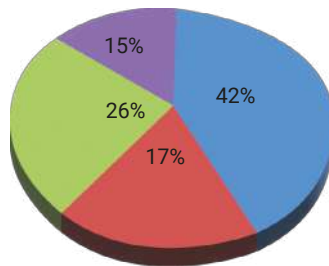


Estudio de Mercado

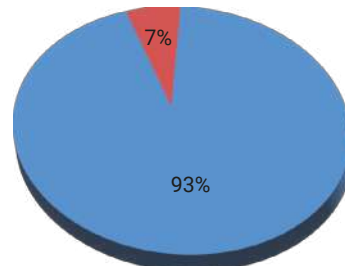
El producto ofertado por la T.S en Gestión del Talento Humano QuiyakMix resulta ideal para incorporarlo en lugares de trabajo para promover los entornos productivos, tanto para empresas públicas como privadas, es una nueva alternativa de producto de bienestar laboral denominado QuiyakMix, que cuenta con su nueva presentación en sus tres sabores granola, maní y chocolate los cuales aportan a más de un deliciosa sabor, energías, vitaminas y minerales gracias a sus ingredientes amigables con la salud de los colaboradores.

De los siguientes alimentos, ¿cuál es el que prefiere incluir en su alimentación?

¿Estaría dispuesto a consumir una barra energética a base de avena?



■ Avena ■ Quinoa ■ Frutos Secos ■ Cereales



■ SI ■ NO

Metodología:

Los métodos de investigación utilizados en la elaboración del presente proyecto permitieron indagar y conocer las necesidades para posicionar a nuestro producto en el mercado, la aplicación de los métodos los detallamos a continuación:

Se uso el **método fenomenológico** para llevar cabo la aproximación, observación y descripción de la recopilación de información por parte de población objeto estudio en todo el país, para obtener información real y frente a ello poder dar solución mediante la creación de QuiyakMix. El **método hermenéutico**, permitió el uso de información investigativa de diferentes fuentes bibliográficas para desarrollar un marco teórico que enfatice la interpretación de los beneficios de la alimentación saludable.



Y el **método práctico proyectual** que permitió realizar una propuesta de acción para llegar a la comercialización de un producto innovador denominado QuiyakMix #EnergíaYVitalidad, a través de la maquilación de barras energéticas que contribuyan a promover alimentación saludable y que mejoren el rendimiento laboral de los colaboradores de una organización.

Objetivos Específicos:

- Determinar el target para QuiyakMix barra energética artesanal a través de un estudio de mercado que nos permita aplicar estrategias de marketing digital para la oferta de una barra energética saludable que contribuya a mejorar el rendimiento de los colaboradores de una organización.
- Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto integrador a través de un taller online de técnicas de ventas que promuevan la oferta de nuevos productos que puedan ser comercializados, generando un desarrollo social y económico.
- Proponer canales de distribución que integren los mercados local, provincial y nacional a través del análisis de alternativas que faciliten la comercialización del producto y con ello ampliar el mercado de la empresa UNIGESTH.
- Ofertar el producto QuiyakMix barra energética artesanal con una nueva imagen, enfoque y presentación para ampliar el mercado y fortalecer la oferta de la empresa.
- Elaborar un plan de marketing digital a través del uso de nuevas plataformas digitales aplicando estrategias que contribuyan a posicionar a QuiyakMix barra energética artesanal como una alternativa de alimentación saludable que contribuya a mejorar el rendimiento de las personas en el entorno laboral.
- Socializar los resultados obtenidos de la comercialización del producto QuiyakMix barra energética artesanal enfocado en la mejora de hábitos saludables alimenticios aplicados en el área de Talento Humano que promuevan la rentabilidad de los colaboradores de una organización.



Resultados

Los estudiantes de la TS en Gestión de Talento Humano fueron los principales actores en el desarrollo del proyecto, aprovechando la propuesta de un ejercicio real en donde se puede aplicar el conocimiento y a través de ello generar y fortalecer el desarrollo de habilidades y destrezas propias de su perfil profesional. En relación con la comercialización de **QuiyakmiX #Energía y Vitalidad**, la excelente acogida del producto, su presentación y sus beneficios se logró alcanzar una venta de 970 barras energéticas en sus tres sabores, superando así las expectativas y obteniendo éxito rotundo en el cumplimiento de metas.

Figura 1

Valores de ventas

	DETALLE	V/. UNIT.	CANT.	V/. TOTAL
Ventas	QuiyakMix Barras Energéticas	\$1,50	970	\$1440,00
TOTALDE INGRESOS				\$440,00

Transversalidad.

La transversalidad interna permite coordinar y trabajar conjuntamente con las carreras del ISTS y aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en relación con las fortalezas de cada carrera involucrada en el mismo. Considerando las áreas del conocimiento de cada carrera se trabajó de la siguiente manera:

- **Transversalidad interna recibida:** T.S en Diseño Gráfico; “Técnicas Eficaces de Venta.” que fue recibido por todos los estudiantes de la carrera en ambas modalidades de estudio para el proceso de comercialización del producto **QuiyakMix** el mismo fue impartido por la Mgs. Liceth Briceño.
- **Transversalidad externa recibida:** Por su parte la transversalidad externa fue recibida por parte del Ministerio de Salud y estuvo a cargo de la Tlga. Yensy Mabel Torres Castillo, con el tema “Competencias Laborales en el Sector Público” mismo que fortalecen los procesos que se llevan a cabo en el desarrollo del proyecto a través de aportes de conocimiento y experiencia.



Testimonio del estudiante líder del proyecto.

En cuanto al proyecto integrador ejecutado en el ciclo académico Octubre 2023 – Febrero 2024 como estudiantes nos llena de satisfacción haber aportado a la creación del producto de bienestar laboral como QuiyakMix, considerado como una nueva alternativa de alimentación saludable, que buscan mejorar el rendimiento laboral y con ello contribuir a elevar los índices de productividad, promover el bienestar físico y mental en el día a día del entorno laboral. Las barras energéticas QuiyakMix se ofertaron en tres sabores granola, maní y chocolate los cuales se comercializaron en todo el Ecuador considerando la participación de los estudiantes de la modalidad online.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

SEDE MACHALA





FOODIE – ROSCA DE REYES



Desarrollo de emprendimientos sostenibles para el crecimiento académico y económico de los estudiantes del Campus Machala ISTS



Resumen:

El proyecto de emprendimiento gastronómico se enfoca en la producción y comercialización de rosca de Reyes artesanal, ofreciendo una variedad de sabores y tamaños para satisfacer las necesidades de los clientes. Se emplearon ingredientes de alta calidad y técnicas tradicionales de panadería para garantizar un producto final fresco, delicioso y auténtico. Además, se colocó énfasis en la presentación estética de las rosas, incorporando decoraciones distintivas que resalten la celebración de esta tradición. Se utilizó un plan de comercialización centrado en la promoción de la tradición cultural y el significado detrás de la rosca de Reyes, así como en la calidad y el sabor excepcionales



del producto. Se llevaron a cabo pruebas de mercado y estudios de segmentación para identificar el público objetivo y ajustar la estrategia comercial en consecuencia.

Estudio de mercado

Se utilizaron varias técnicas de recolección de información y análisis de datos relevantes donde a través de encuestas se diagnosticó el nivel de aceptabilidad y satisfacción que poseen los demandantes de los productos de la marca Foodie. Se aplicó un estudio de mercado a la ciudadanía de Machala para conocer el mercado, sus características, necesidades y oportunidades, lo que permitió a la idea de negocio tomar decisiones informadas y desarrollar.

Figura1

¿Ha probado alguna vez una rosca de reyes?

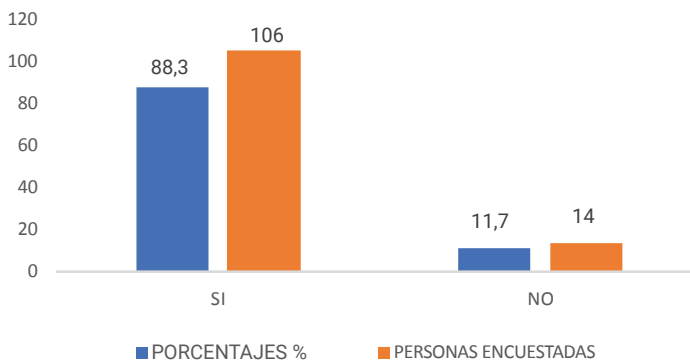
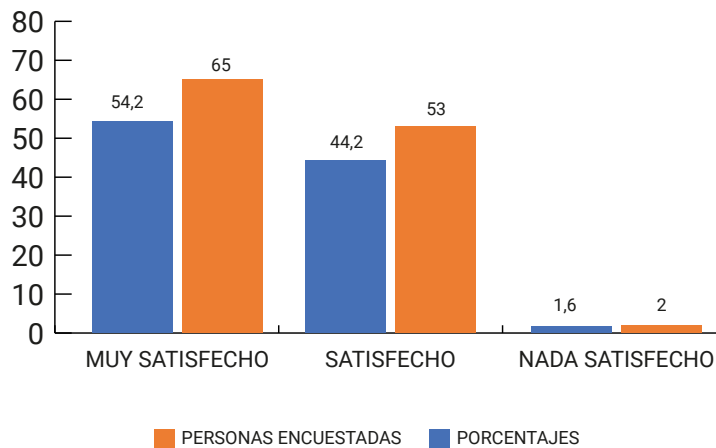


Figura2

Satisfacción de la rosca de Reyes





Metodología

Aplicar una metodología a un proyecto de emprendimiento implica seguir un conjunto de pasos organizados y estructurados para planificar, ejecutar y evaluar el proyecto de manera eficiente y efectiva, donde se realizan análisis cuantitativos y cualitativos a los resultados del estudio de mercado para determinar y establecer un precio de venta al público acorde a las necesidades del segmento objetivo lo que permite satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado idóneo a través de técnicas y herramientas estadísticas que permitan conocer la demanda existente de bienes y/o servicios en el mercado objetivo.

Determinar costos y gastos a través de cotizaciones a proveedores para realizar las proyecciones de ventas y utilidad esperada.

Construir y comercializar la ROSCA DE REYES mediante la participación de estudiantes y docentes para colocar en el mercado un producto de calidad.

Socializar los resultados económicos y procesos aplicados en el proyecto integrador a través de medios de mayor alcance social para brindar información académica de relevancia y así lograr ponerlos a la disposición de la comunidad sudamericana.

Resultados destacados

Se establecieron procesos para la elaboración de la Rosca de Reyes donde cada carrera aportó a su elaboración, la carrera de Gastronomía realizó la elaboración de todas las roscas de reyes cuidando su sabor y calidad, las carreras de Desarrollo de Software y Ciberseguridad diseñaron la página web en la que se comercializó el producto, la carrera de Diseño Gráfico diseñó el packaging, etiquetas y la campaña en redes sociales, la carrera de Talento Humano y Administración Financiera desarrollaron el estudio de mercado el cual permitió conocer la aceptabilidad del producto en la ciudadanía Machaleña y posterior a la comercialización



aplicaron una encuesta de satisfacción para determinar la percepción del cliente frente al producto y finalmente la carrera de Enfermería realizó la comercialización y producción de la Rosca de Reyes. Los estudiantes adquirieron habilidades, destrezas que fueron plasmados en el proceso productivo donde llevaron todos los conocimientos adquiridos en el aula a la práctica cumpliendo el modelo educativo del Instituto.



UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO	TOTAL DE VENTAS	UTILIDAD
292	\$10,00	\$2.920,00	\$876,00

Transversalidad

La transversalidad en este primer proyecto del Campus Machala del ISTS se refiere a la integración de diferentes conocimientos de manera horizontal. Esto implica que los aspectos transversales no se abordan de manera aislada o independiente, sino que se consideran en todas las etapas y actividades del proyecto, la transversalidad busca garantizar la calidad de un producto que se refleja en la planificación, implementación y evaluación del proyecto, contribuyendo así a su sostenibilidad, impacto positivo y alineación con valores éticos y sociales, esto se logró al integrar todas las carreras en un solo proyecto.



Testimonio Estudiante Líder del Proyecto

Desarrollar un proyecto de emprendimiento ha sido una experiencia transformadora para mí. No solo me ha brindado la oportunidad de poner en práctica todo lo aprendido en el aula, sino que también me ha permitido explorar mi creatividad y enfrentarme a desafíos reales. A lo largo del proceso, he aprendido a trabajar en equipo, a gestionar el tiempo de manera efectiva y a tomar decisiones estratégicas. Si bien hubo momentos de incertidumbre y obstáculos, cada dificultad ha sido una oportunidad de crecimiento y aprendizaje. Ver cómo nuestra idea se convierte en realidad y cómo impacta positivamente en la comunidad machaleña ha sido increíblemente gratificante. Este proyecto no solo me ha proporcionado habilidades empresariales prácticas, sino también una gran dosis de motivación y confianza en mí mismo para enfrentar futuros desafíos emprendedores, gracias ISTS por brindarnos estos espacios.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡hacemos gente de talento!

