

REVISTA ACADÉMICA -10MA. EDICIÓN



PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

ABRIL - SEPTIEMBRE 2025



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO

CRÉDITOS

Mgs. Ana Cordero Clavijo

DIRECCIÓN GENERAL

Mgs. Jackson Quevedo

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

Lic. Edwin Chuico

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Ing. Lucio Cuenca

COORD. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA / CONTABILIDAD Y ASESORÍA TRIBUTARIA

Mgs. Patricia Sanmartín.

COORD. DESARROLLO DE SOFTWARE – BIG DATA E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS - CIBERSEGURIDAD

Mgs. Pablo Duque

COORD. DISEÑO GRÁFICO

Mgs. Leydi Mingo

COORD. ELECTRÓNICA

Md. Dayanna López

COORD. ENFERMERÍA

Mgs. René Jaramillo

COORD. GASTRONOMÍA

Ing. Eddy Santín

COORD. MECÁNICA AUTOMOTRIZ

Mgs. Cristian Prieto

COORD. SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Mgs. Joffre Sarmiento

COORD. TALENTO HUMANO

ÍNDICE

“INNOVA Y EMPRENDE”	7
3D– MOM	13
YURU – VIDA EN CADA ESPACIO	19
KALIKAI: BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS	25
SUMAK MIKUY	31
COCINA CEREMONIAL ANDINA	31
UTKANA	37
MENTOR IQ	43
FORMACIÓN PROFESIONAL	43



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡Hacemos gente de talento!

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

ABRIL - SEPTIEMBRE 2025

“INNOVA Y EMPRENDE”

CAPACITARTE – CURSO DE PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS

Cuenca Macas Lucio Alfonso | *Docente*

Estudiantes de 1ro a 5to ciclo | *Tecnología Superior en Administración
Financiera – Contabilidad y Asesoría Tributaria*



Resumen

El proyecto integrador “Innova y Emprende” tuvo como objetivo aplicar la formación académica de estudiantes de Administración Financiera y Contabilidad para diseñar, implementar y evaluar un curso de Prevención de Lavado de Activos. La metodología combinó enfoques fenomenológico, hermenéutico y práctico-proyectual, apoyados en encuestas, entrevistas y estudio de mercado. Los resultados evidenciaron alta pertinencia del contenido, satisfacción de más del 90% de los participantes y generación de utilidades económicas. El impacto se reflejó en el fortalecimiento de competencias técnicas y éticas, contribuyendo a la formación de profesionales capaces de prevenir riesgos financieros, con valor académico y aplicabilidad práctica.



Estudio de mercado

El estudio de mercado mostró variedad de edades, con mayoría de estudiantes (36%) y un 58% con poco o ningún conocimiento financiero. El 56% prefiere aprender sobre leyes, el 68% opta por clases híbridas o virtuales y el 56% pagaría entre \$10 y \$20. Se confirma la necesidad de una capacitación básica y práctica.

Figura 1

Temas de Interés



Nota. La figura 6 indica los temas de interés por parte de los encuestados

Figura 2

Metodología y materiales del Curso de Prevención de lavado de activos



Nota. La figura 17 indica la metodología utilizada para el curso

Metodología

Durante la ejecución se aplicó el método fenomenológico para comprender las experiencias de los participantes mediante entrevistas.

El método hermenéutico permitió interpretar los resultados de encuestas y entrevistas, identificando percepciones y necesidades formativas. El método práctico proyectual facilitó el diseño e implementación del curso, integrando teoría y práctica a través de simulaciones y casos reales. Estas metodologías se complementaron con técnicas como encuestas, entrevistas y estudio de mercado, que guiaron el desarrollo del contenido, la estrategia de comercialización y la evaluación del impacto, asegurando la pertinencia y efectividad del proyecto.

Objetivos

Objetivo General

- Demostrar la capacidad de los estudiantes del ISTS para aplicar la formación adquirida en el currículo oficial, a través de la concepción, producción e implementación de soluciones innovadoras en la prevención de lavado de activos, para responder de manera efectiva a las necesidades y desafíos del mercado laboral.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación en prevención de lavado de activos, mediante encuestas y análisis de competencias técnicas del público, para identificar áreas de mejora en la aplicación de normativas de cumplimiento en el sector financiero y empresarial enfocando la capacitación de acuerdo con las necesidades reales del mercado.
- Diseñar el contenido del curso de prevención de lavado de activos, mediante la estructuración temas clave como la identificación de señales de actividades sospechosas, normativas locales e internacionales, para asegurar que el contenido sea pertinente, actualizado y aplicable a las necesidades del mercado.
- Implementar el curso de capacitación en prevención de lavado de activos, mediante la colaboración de profesionales expertos en el área, utilizando metodologías activas, casos prácticos, para garantizar un aprendizaje dinámico, práctico y efectivo, asegurando



que los participantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos en su entorno profesional.

- Comunicar los resultados del curso de capacitación, utilizando herramientas tecnológicas y presentando evidencias físicas claras y detalladas de los procesos aplicados, para dejar constancia del trabajo realizado y demostrar el aprendizaje adquirido.

Resultados destacados

Los resultados del proyecto integrador tuvo una venta de 130 cursos generando ingresos de \$1.300,00, ya que el precio de venta fue de \$10,00. Tras descontar \$120,00 que se cancelaron por servicios profesionales de la persona que brindo la capacitación, al final se obtuvo una utilidad neta de \$1.180,00.



Unidades producidas	Precio de venta unitario	Total de ventas	Gasto	Utilidad
130	\$ 10,00	\$ 1300,00	120,00	\$ 1180,00

Transversalidad

El proyecto INNOVA Y EMPRENDE, evidenció transversalidad interna mediante la colaboración con la T.S. en Diseño Gráfico, fortaleciendo la identidad visual y estrategias comunicativas del curso. Esta articulación mejoró la calidad estética y promocional del producto educativo. No se desarrolló transversalidad externa, ya que no se establecieron vínculos formales con actores externos como clientes o socios estratégicos. Sin embargo, el enfoque interno permitió consolidar una propuesta académica integral y profesionalmente sólida.

Testimonio

Como estudiante líder del proyecto *INNOVA Y EMPRENDE*, esta



experiencia fue enriquecedora tanto en lo académico como en lo personal. Participar en el diseño, ejecución y evaluación del curso me permitió aplicar conocimientos reales, trabajar en equipo y fortalecer habilidades prácticas. La colaboración con otras áreas aportó valor al producto final, y el enfoque metodológico nos preparó para enfrentar desafíos profesionales con mayor seguridad y compromiso.

Jonner Balcázar – 4to ciclo Contabilidad y Asesoría Tributaria

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

Sujetos obligados y Mecanismos de prevención

Sesión 02



¿CÓMO SE COMPLETA UN FORMULARIO DE LAVADO DE ACTIVOS?

- 1 Familiarícese con el tipo de formulario y los requisitos específicos para su sector económico o situación.
- 2 Obtenga la versión oficial del formulario (a través de plataformas web de la LARF o sitio SuperClas).
- 3 Lea cuidadosamente las instrucciones y complete cada campo con información precisa y completa.
- 4 Asegúrese de incluir todos los documentos requeridos (escaneados o en formato PDF, según el caso).
- 5 Revise minuciosamente el formulario antes de enviarlo, asegurándose de que no haya errores ni omisiones.



Principios - KYC

Verificación de Identidad

Evaluación de Riesgo

Monitoreo de Transacciones

Reporte de acts. sospechosas

Capacitación del Personal





DESARROLLO DE SOFTWARE
TECNOLOGÍA SUPERIOR



ELECTRÓNICA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

3D– MOM

DETALLES PERSONALIZADOS EN IMPRESIÓN 3D PARA EL DÍA DE LA MADRE



Leydi Maribel Mingo Morocho | *Docente*
Patricia Nelly Sanmartín Zhingre | *Docente*

1er y 2do ciclo | *T.S. en Ciberseguridad*
2do, 3ro, 4to y 5to ciclo | *Carrera de Desarrollo de Software*
2do y 5to ciclo | *de Carrera de Electrónica*



Resumen

El proyecto integrador 3D-MOM desarrolló detalles personalizados mediante impresión 3D para el Día de la Madre, utilizando metodología mixta que combinó investigación de mercado, capacitación estudiantil y fabricación con filamento PLA. Se aplicaron encuestas a 69 personas para identificar preferencias del público objetivo. Los resultados evidenciaron alta aceptación del producto (84% de satisfacción), exitosa capacitación de estudiantes en diseño 3D y fabricación de



joyeros y portarretratos personalizados con precio de venta de \$10. El proyecto generó impacto educativo significativo al fortalecer competencias tecnológicas estudiantiles, promover innovación local y demostrar la viabilidad comercial de productos personalizados mediante fabricación digital.

Estudio de mercado

El estudio reveló alta valoración por productos personalizados (71% considera muy importante la personalización), preferencia por regalos prácticos como ropa/accesorios (59%) y decoración del hogar (26%). La disposición de pago se concentra en rangos económicos (78% pagaría hasta \$20), con alta probabilidad de recomendación (83%) y preferencia por tiendas físicas (42%).

Figura 1

Recomendación de un detalle personalizado impreso en 3D

Muy probable	17
Probable	40
Poco probable	10
Improbable	2



Nota. Gráfica que corresponde a la recomendación de un detalle personalizado impreso en 3D

Metodología

Se implementó un enfoque mixto iniciando con revisión documental de modelos comerciales existentes en impresión 3D. Se aplicaron encuestas digitales a través de Forms a 69 personas para identificar preferencias del mercado objetivo. La capacitación estudiantil incluyó talleres prácticos con software TinkerCAD y manejo de impresoras 3D con filamento PLA. La fabricación siguió optimización de parámetros de impresión mediante pruebas iterativas. La comercialización se realizó directamente a través de redes sociales y contactos personales. Finalmente, se elaboró evaluación económica y de satisfacción mediante encuestas post-venta para medir el impacto y rentabilidad del proyecto.



Objetivos

Objetivo General

- Imprimir detalles alusivos al día de la madre, adaptados a las necesidades específicas de los usuarios, utilizando tecnología de impresión 3D para homenajear a las madres durante esta festividad.

Objetivos Específicos

- Investigar sobre las necesidades y preferencias de los usuarios en cuanto a detalles personalizados en impresión 3D mediante un estudio de mercado y analizando modelos comerciales existentes para diseñar un modelo que satisfaga las necesidades y preferencias de los usuarios.
- Capacitar a los estudiantes en el diseño y la impresión 3D de detalles personalizados, específicamente un joyero y un portarretrato para el Día de las Madres, mediante el uso de software de modelado 3D y técnicas básicas de impresión, con el fin de que sean capaces de crear piezas funcionales y estéticamente atractivas que celebren la ocasión y fortalezcan sus habilidades tecnológicas y creativas.
- Fabricar detalles mediante impresión 3D, asegurando calidad y personalización, optimizando parámetros de impresión y validando cada pieza para entregar productos físicos duraderos y estéticamente atractivos que cumplan con las expectativas de los usuarios.
- Evaluar la producción y comercialización del producto, mediante un informe económico para socializar la publicación de resultados a la comunidad educativa.

Resultados destacados

- El proyecto demostró viabilidad comercial con precios competitivos dentro del rango preferido por el mercado objetivo



(78% dispuesto a pagar hasta \$20), logrando alta aceptación y fidelización potencial del cliente.

Tabla 1

Resultados destacados del proyecto integrador 3D MOM

Concepto	Valor
Total de unidades vendidas	53 unidades
Precio de venta unitario	\$10,00
Inversión inicial estudiantes	\$5,00
Satisfacción general	84%
Probabilidad de recompra	86%
Disposición a recomendar	83%

Nota. Tabla que corresponde a los principales resultados del proyecto integrador

Transversalidad

El proyecto 3D-MOM fomenta la transversalidad interna al integrar estudiantes y docentes de Electrónica, Desarrollo de Software y Ciberseguridad, combinando conocimientos técnicos y creativos para diseñar y fabricar detalles personalizados en impresión 3D. Externamente, establece vínculos con clientes a través de ventas directas, ferias tecnológicas y redes sociales, así como alianzas estratégicas con socios locales, promoviendo retroalimentación continua que fortalece innovación, formación y comercialización conjunta.

Testimonio

Como estudiante líder del proyecto 3D-MOM, esta experiencia ha sido fundamental para integrar conocimientos y estudiante entre las carreras Electrónica, Desarrollo de Software y Ciberseguridad en un trabajo colaborativo real. Hemos aprendido a diseñar, fabricar y comercializar productos personalizados con impresión 3D, fortaleciendo habilidades técnicas y de trabajo en equipo. Además, la interacción directa con clientes y la gestión del proyecto nos preparan para futuros desafíos profesionales, demostrando que la tecnología aplicada puede generar valor social y económico significativo.

Kevin Maza estudiante de cuarto ciclo Desarrollo de Software

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





YURU – VIDA EN CADA ESPACIO

Pesantez Jaramillo Brigitte Alejandra | *Docente*
Estudiantes de 1ero a Periodo Extraordinario | *Carrera de Diseño Gráfico*



Resumen

El proyecto tuvo como objetivo diseñar y comercializar macetas impresas en 3D inspiradas en la fauna del Parque Nacional Podocarpus. Se aplicó una metodología que incluyó investigación de campo, diseño gráfico, modelado e impresión 3D. Como resultado, se desarrollaron macetas funcionales y visualmente atractivas. La comercialización fue realizada por cada estudiante gracias a la campaña publicitaria en redes sociales. El proyecto promovió la creatividad, el emprendimiento y la conciencia ambiental, generando un impacto positivo tanto académico como práctico al integrar conocimientos técnicos con la valorización de la biodiversidad local.

Estudio de mercado

El estudio de mercado reveló que el 94.3% de los encuestados mostró interés en productos ecológicos y con diseño innovador. El 92.4 % estarían de acuerdo en adquirir macetas impresas en 3D. Cualitativamente, destacaron la originalidad y el valor cultural. Estos hallazgos orientaron el diseño y la estrategia de comercialización.

**Tabla 3.***Parque Podocarpus*

Adquisición de producto	Respuesta	Porcentaje
Si	362	94.3%
No	22	5.7 %
Total	384	100 %

Nota. Población del cantón Loja. Elaborado por estudiantes de Diseño Gráfico - ISTS,2025.

Tabla 4.*Adquisición de maceteros*

Compra	Respuesta	Porcentaje
Si	355	92.4%
No	29	7.6 %
Total	384	100 %

Nota. Población del cantón Loja. Elaborado por estudiantes de Diseño Gráfico - ISTS,2025.

Metodología

Durante la ejecución del proyecto se aplicaron tres métodos. El método fenomenológico permitió recolectar percepciones y emociones de los usuarios sobre la fauna del Parque Podocarpus mediante entrevistas y encuestas. El método hermenéutico facilitó la interpretación de significados culturales atribuidos a los animales representados. Finalmente, el método práctico proyectual guió todo el proceso creativo y técnico: desde la identificación del problema, diseño y modelado de las macetas en 3D, hasta su comercialización individual mediante campañas en redes sociales. Estos métodos combinados aseguraron una propuesta funcional, culturalmente relevante y con fuerte vínculo con el entorno local.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar y comercializar macetas impresas en 3D inspiradas en la fauna del Parque Nacional Podocarpus, mediante el uso de herramientas tecnológicas y principios de identidad gráfica, con el propósito de fomentar la valorización del patrimonio natural y promover la innovación productiva durante el periodo abril – agosto 2025.



Objetivos específicos

- Investigar las características morfológicas y simbólicas de la fauna representativa del Parque Nacional Podocarpus, a través de fuentes bibliográficas, científicas y culturales, con el fin de recopilar información que sirva como base conceptual para el diseño temático de las macetas.
- Diseñar prototipos de macetas utilizando software de modelado 3D y equipos de impresión tridimensional, con el objetivo de crear productos funcionales y estéticamente atractivos que reflejen la identidad natural de la región.
- Planificar y ejecutar una estrategia de comercialización basada en herramientas gráficas, redes sociales y canales físicos, con la finalidad de posicionar el producto en el mercado local durante el periodo establecido.
- Socializar los resultados del proyecto integrador a través de un informe detallado y una exposición dirigida a los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico y al consejo gubernamental, garantizando así la transparencia y el intercambio de conocimientos adquiridos durante el proyecto.

Resultados destacados

El proyecto generó \$630,00 en ventas con una inversión inicial de \$162,00 por parte de 90 estudiantes. La utilidad neta fue de \$468,00, distribuyéndose \$5,20 por maceta. Cada estudiante recuperó su inversión y obtuvo ganancias, lo que evidencia un resultado económico positivo y sostenible.

Tabla 1

Utilidad del proyecto

UTILIDAD A ESTUDIANTES	
Detalle	Valor total
La distribución de utilidades se desarrolló para las 90 macetas que vendieron 90 estudiantes participantes. (Número Final de estudiantes participantes)	\$ 468,00
Total, de Utilidades \$ 468,00	

Nota: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

**Tabla 14***Distribución de utilidades a estudiantes*

UTILIDAD A ESTUDIANTES			
Detalle	Valor total utilidades	Kits vendidos	Valor de Utilidad
La distribución de utilidades se distribuyó para las 90 macetas que fueron vendidas por los 90 que cancelaron el proyecto.	\$ 468,00	90	\$ 5,20

Nota: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

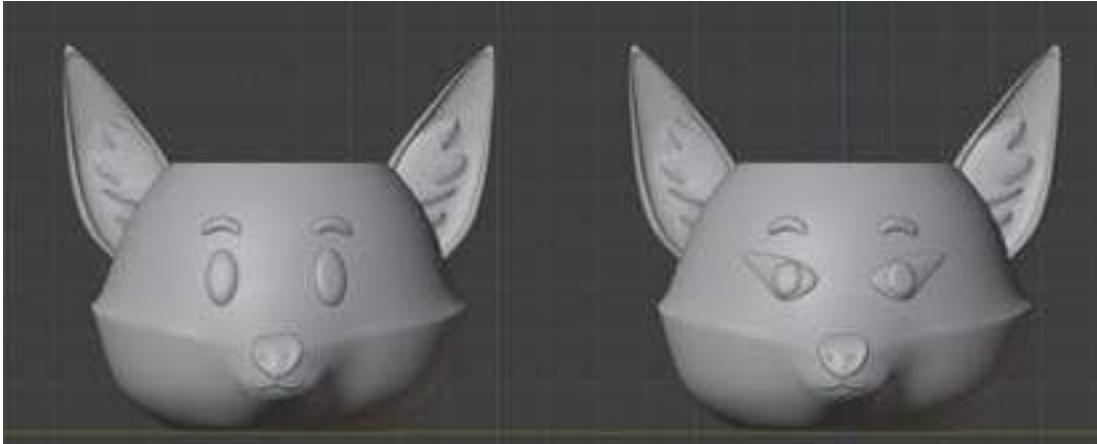
Transversalidad

Se trabajó un proceso de transversalidad interna con la carrera de Administración Financiera para elaborar presupuestos y registrar resultados económicos mediante ejercicios contables. A nivel externo, se establecieron alianzas estratégicas con Elite Sport, Zamorano Hotel y Emporio Lojano, quienes facilitaron espacios para grabaciones y sesiones fotográficas, fortaleciendo el desarrollo visual del proyecto y ampliando su impacto comunicacional mediante contenidos de calidad, que impulsaron la visibilidad y el alcance de la campaña publicitaria.

Testimonio

Como estudiante líder del proyecto, esta experiencia me permitió fortalecer mis habilidades en diseño, trabajo en equipo y gestión de proyectos reales. Destaco la importancia de integrar la creatividad con la conciencia ambiental y el valor de trabajar con aliados estratégicos. Fue una oportunidad enriquecedora que aportó significativamente a mi formación profesional y personal. Agradezco el compromiso de todos los involucrados.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICA





KALIKAI: BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS

López Martínez Dayanna del Rosario | *Docente*
Estudiantes de 1ero a 4to ciclo | *Carrera Técnico Superior en Enfermería*



Resumen

El proyecto integrador aplicó métodos fenomenológico, hermenéutico y práctico-proyectual, utilizando encuestas a 566 personas para identificar necesidades y expectativas. Los resultados evidenciaron alta aceptación: el 81,7% se mostró muy satisfecho con el kit y el 100% destacó su relación calidad-precio. Se comercializaron 158 botiquines, logrando una utilidad neta de \$826,70. El impacto se reflejó en la promoción del autocuidado, la prevención y la seguridad comunitaria. Académicamente fortaleció competencias investigativas, comerciales y de trabajo en equipo; en lo práctico, vinculó a los estudiantes con la realidad social y con la gestión de un emprendimiento exitoso.

Estudio de Mercado

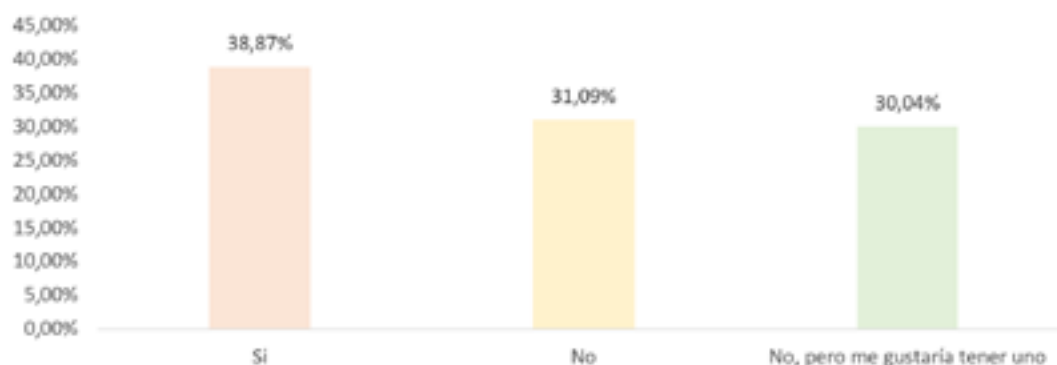
El estudio muestra que el 61% no posee botiquín, aunque lo considera necesario en el hogar. Predomina la preferencia por comprarlo armado (46%) entre 10 y 20 dólares (47%). Se valora la calidad, variedad



de insumos y un instructivo (85%), destacando farmacias como principal canal de compra.

Figura 1

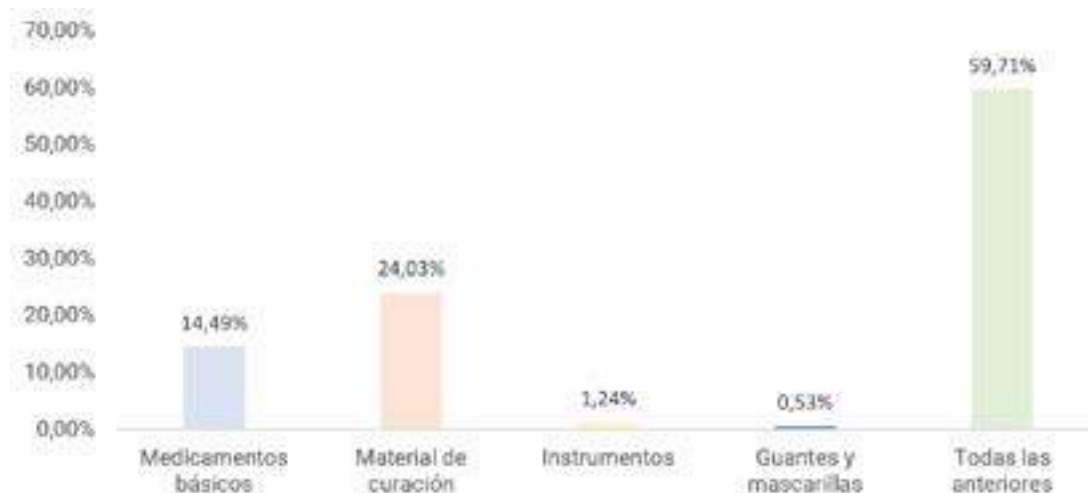
¿Tiene un botiquín en su hogar?



Nota. Elaborada por los autores.

Figura 2

Productos indispensables del botiquín



Nota. Elaborado por los autores.

Metodología

Durante la ejecución del proyecto se aplicó un estudio de mercado en la ciudad de Loja mediante encuestas a 384 personas seleccionadas mediante muestreo probabilístico. Se utilizó el método fenomenológico para captar percepciones sobre la necesidad de un botiquín de primeros auxilios, y el método hermenéutico para interpretar información bibliográfica que respaldó la propuesta. Además, se aplicó el método

práctico proyectual para definir el diseño y difusión del producto a través de estrategias de marketing. Se emplearon dos instrumentos: encuesta de mercado para identificar necesidades y encuesta de satisfacción para evaluar la calidad y aceptación del botiquín.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar y comercializar el Kit de Primeros Auxilios Kalikai, una solución accesible y confiable para la atención inmediata de emergencias menores, mediante un enfoque innovador, en la ciudad de Loja durante el periodo octubre 2024 – febrero 2025, con el propósito de mejorar la salud y el bienestar de la comunidad y promover el emprendimiento local mediante la oferta de alternativas prácticas y efectivas en el cuidado preventivo y la respuesta ante situaciones de urgencia.

Objetivos Específicos

- Determinar la necesidad de comercialización de un kit de primeros auxilios, enfocado en la atención inmediata de emergencias menores, a través de un estudio de mercado con la aplicación de una encuesta, para ofrecer un producto que sea útil y necesario para la población.
- Producir y comercializar kits de primeros auxilios funcionales y accesibles, mediante procesos estandarizados de elaboración, con el objetivo de satisfacer la demanda detectada y ofrecer una alternativa práctica, confiable y oportuna para el cuidado de la salud.
- Capacitar a los estudiantes en técnicas de ventas efectivas, mediante talleres prácticos y teóricos, con el propósito de fortalecer sus habilidades comerciales, fomentar su desarrollo profesional y prepararlos para desempeñarse con éxito en el ámbito laboral.
- 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.
- Socializar los resultados del proyecto mediante la presentación de los logros obtenidos y el impacto alcanzado, con el propósito de



informar a los estudiantes y fomentar su reflexión y aprendizaje sobre las implicaciones y beneficios generados por la iniciativa.

Resultados Destacados

- Se vendieron 158 botiquines a \$15 cada uno, generando \$2.370 en ingresos. Con costos de \$1.543,30, la utilidad neta fue de \$826,70. Cada estudiante recibió \$5,83 por kit vendido, lo que refleja un proyecto exitoso y rentable.

Tabla 1

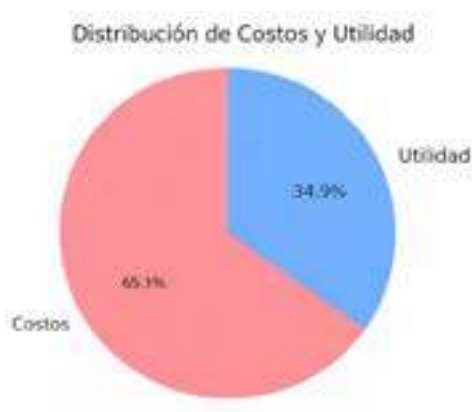
Distribución de costos y utilidad

Kits vendidos	Precio unitario	Ingreso total	Costos	Utilidad neta	Utilidad por kit
158	\$15,00	\$2.370,00	\$1.543,30	\$826,70	\$5,83

Nota. Elaborado por los autores

Figura 3

Distribución de costos y utilidad



Nota. Elaborado por los autores

Transversalidad

La transversalidad interna se refleja en la integración de la carrera de Diseño Gráfico, que aportó con la creación de los logos de marca para fortalecer la identidad visual y el posicionamiento del producto, y la carrera de Contabilidad y Asesoría, que elaboró los informes económicos



garantizando transparencia y adecuada gestión financiera. Ambas áreas complementaron sus competencias, contribuyendo de manera conjunta al éxito y sostenibilidad del proyecto académico.

Testimonio

Participar en el proyecto integrador fue una experiencia enriquecedora. Colaborar en la elaboración de proformas de insumos, el armado de los kits y su posterior venta me permitió aplicar de forma práctica los conocimientos adquiridos en la carrera. Además, fortalecí habilidades de trabajo en equipo, organización y comunicación con la comunidad. Considero que este proyecto no solo aportó a mi formación académica, sino también a mi crecimiento personal y profesional. *(Santiago Armijos, 4to ciclo Carrera de Enfermería)*



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





SUMAK MIKUY

COCINA CEREMONIAL ANDINA



Carrión Román Karla Verónica | *Docente*
Estudiantes de 1ro a 4to ciclo | *Carrera de Gastronomía*



Resumen

El proyecto integrador “Sumak Mikuy: Cocina Ceremonial Andina” tuvo como objetivo diseñar e implementar un modelo de negocio gastronómico basado en la celebración de los Raymis andinos, articulando saberes ancestrales, técnicas culinarias tradicionales e innovación académica. A través de esta iniciativa, se buscó revalorizar la cocina interandina como patrimonio cultural vivo y fortalecer la identidad gastronómica de la región.

La metodología combinó un enfoque fenomenológico, hermenéutico y práctico-proyectual. Se realizaron entrevistas a portadores de saberes ancestrales, encuestas de aceptación, observación directa y estudios de mercado, complementados con el desarrollo de un menú de ocho tiempos inspirado en los Raymis (Pawkar, Inti, Kulla y Kapak). Esto permitió integrar investigación documental, análisis cultural y prácticas culinarias aplicadas en un evento académico de alta exigencia.

Los principales resultados evidencian una alta aceptación del concepto por parte de la comunidad académica y del público asistente,



con valoraciones positivas sobre la calidad de los platos, el servicio y la propuesta cultural. Se logró diseñar un modelo de negocio gastronómico viable que combina tradición e innovación, generando aprendizajes significativos en logística, costos, producción y gestión de eventos. A nivel económico, el proyecto cerró con una utilidad global, demostrando sostenibilidad financiera en la práctica.

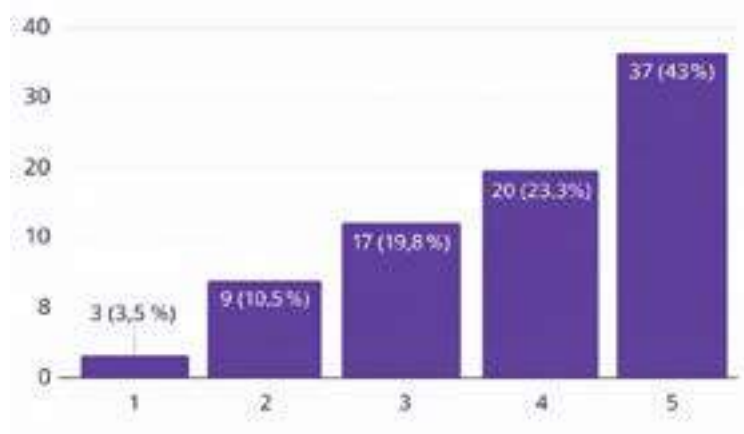
El impacto académico y social del proyecto se refleja en la formación integral de los estudiantes, quienes fortalecieron competencias en investigación, gestión y emprendimiento, a la vez que se vinculó a la comunidad mediante alianzas estratégicas con instituciones y actores locales. En el plano cultural, se revalorizó el simbolismo de los Raymis, consolidando a la gastronomía como un vehículo de identidad y memoria colectiva. Así, “Sumak Mikuy” se constituye en un referente de experiencias académicas innovadoras que conectan educación superior, patrimonio cultural y desarrollo local sostenible.

Estudio de mercado

El estudio de mercado evidenció una aceptación significativa del evento, con el 66% de los encuestados calificando positivamente la propuesta. La valoración cualitativa destaca la conexión cultural y el interés por la cocina ceremonial andina. Sin embargo, algunos participantes señalaron oportunidades de mejora en la comunicación y en la claridad del concepto, lo que permite proyectar acciones de fortalecimiento futuro.

Figura 1

Aceptabilidad de la temática del evento



Nota. Docente responsable de la elaboración de los informes finales



Metodología

La metodología aplicada combinó enfoques fenomenológico, hermenéutico y práctico-proyectual. Se realizaron entrevistas a portadores de saberes ancestrales y encuestas a la comunidad académica para validar la propuesta gastronómica. El método práctico-proyectual guió la ejecución del evento, articulando planificación logística, elaboración de fichas de costos, organización de brigadas y desarrollo de un menú de ocho tiempos inspirado en los Raymis. Los estudiantes participaron activamente en preproducción, producción y servicio, integrando conocimientos técnicos, gestión administrativa y creatividad culinaria. Este proceso permitió validar la viabilidad del modelo de negocio, consolidar competencias profesionales y fortalecer la identidad cultural a través de la práctica académica.

Objetivos

Objetivo General

- Diseñar e implementar un modelo de negocio gastronómico basado en la celebración de los Raymis andinos, mediante un menú de ocho tiempos que integre saberes ancestrales, técnicas culinarias tradicionales e innovación, con el fin de revalorizar la cocina interandina como patrimonio cultural vivo y fortalecer la formación académica de los estudiantes.

Objetivos Específicos

- Identificar los componentes culturales y culinarios de los Raymis andinos mediante investigación documental y entrevistas con portadores de saberes.
- Capacitar a la comunidad académica en logística, preproducción y producción para garantizar la calidad del evento.
- Diseñar un menú innovador de ocho tiempos que combine productos autóctonos y técnicas ancestrales.



- Evaluar la aceptación cultural, social y económica del modelo de negocio mediante encuestas y observación directa.
- Socializar los resultados del proyecto con la comunidad académica, fortaleciendo la identidad cultural y la apropiación del conocimiento generado

Resultados destacados

El proyecto generó ingresos por \$4200, con costos de \$4057,38 y una utilidad neta de \$142,62. Cada uno de los 84 estudiantes recibió \$1,70 como ganancia. Aunque el margen económico fue reducido, el verdadero valor del proyecto no radica en la rentabilidad inmediata, sino en la experiencia académica alcanzada.

Tabla 1

Utilidad del proyecto

RESUMEN DE LA UTILIDAD NETA	
Detalle	Valor total
Total, Ingresos por ventas	\$ 4200,00
(-) Costos y gastos	\$ 4057.38
Utilidad Neta del ejercicio \$ 142.62	

Nota. Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

La ejecución del evento permitió a los estudiantes vivir un simulacro real de emprendimiento gastronómico, gestionando todas las etapas: planificación, costos, logística, producción y servicio. Este proceso les brindó la oportunidad de aplicar sus conocimientos en un entorno auténtico, enfrentar imprevistos propios de la organización de eventos y fortalecer competencias en trabajo en equipo, liderazgo y toma de decisiones.

En este sentido, el éxito del proyecto se mide en la formación integral obtenida, en la capacidad de articular saberes ancestrales con innovación y en la vinculación con la comunidad académica y cultural, más que en la utilidad económica final.



Transversalidad

La transversalidad del proyecto se reflejó en la articulación de saberes y competencias entre estudiantes y docentes de la carrera de Gastronomía, junto con el apoyo de la carrera de Diseño Gráfico en el desarrollo de la identidad visual. Asimismo, se fortalecieron vínculos externos mediante la alianza con el Hotel Sonesta, que facilitó el espacio del evento, y con la cervecería artesanal Wilco, que colaboró en la elaboración de souvenirs, consolidando un aprendizaje vivencial y comunitario.

Testimonio

Yo, Karol Sarango, estudiante líder del proyecto “Sumak Mikuy: Cocina Ceremonial Andina”, y en representación de mis compañeros del cuarto ciclo de la carrera de Gastronomía, considero que esta experiencia fue un espacio invaluable de aprendizaje colectivo. Juntos fortalecimos nuestras habilidades de organización, liderazgo y trabajo colaborativo, enfrentando con responsabilidad cada etapa del evento. Nos sentimos orgullosos de haber aplicado lo aprendido en un contexto real, revalorizando la cultura andina y demostrando que la gastronomía es identidad, memoria y futuro compartido.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



UTKANA

Minga González Miguel Angel | Docente
Estudiantes de 2do a 5to ciclo | Carrera de Mecánica Automotriz



Resumen

El proyecto *Utkana* tiene como objetivo desarrollar y comercializar llaveros artesanales a partir de residuos metálicos automotrices, promoviendo sostenibilidad e innovación. Se aplicó un enfoque mixto: métodos fenomenológico y hermenéutico para analizar percepciones de estudiantes y consumidores, y un método práctico proyectual para la producción y comercialización. Se produjeron 342 llaveros con participación de 171 estudiantes, recaudando \$855. Los clientes valoraron atención, calidad y uso de materiales reciclados, identificando el precio como área de mejora. El proyecto fortalece competencias técnicas y emprendedoras, fomenta la conciencia ambiental y demuestra impacto académico y práctico en economía circular y emprendimiento sostenible.

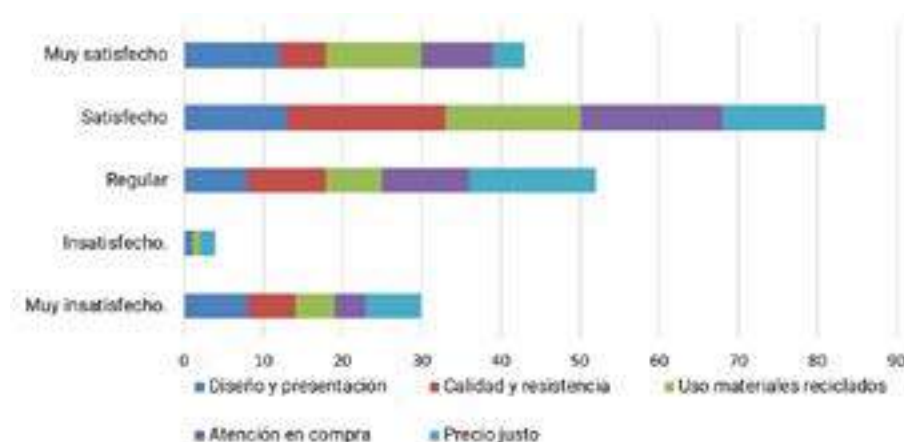
Estudio de mercado

El público objetivo valoró la calidad y resistencia de los llaveros (62 % satisfecho/muy satisfecho) y el uso de materiales reciclados (69

% positivo), mientras el precio fue un factor crítico (40 % insatisfecho). Se destaca alta aceptación y percepción positiva sobre sostenibilidad y diseño.

Figura 1

Resultados de la satisfacción del cliente



Nota. La imagen muestra el nivel de satisfacción del cliente

Metodología

Se aplicaron métodos cualitativos y prácticos durante la ejecución del proyecto. Se utilizó encuesta digital para evaluar la aceptación del producto entre estudiantes y público general. Los estudiantes participaron activamente en recolección de materiales, limpieza, perforación, ensamblaje y empaquetado de llaveros. Se implementó una estrategia de marketing multicanal mediante redes sociales y promoción directa. Los resultados fueron sistematizados para analizar aceptación, percepción de calidad y sostenibilidad. Se devolvió la inversión y utilidad a los estudiantes, verificando la viabilidad económica y formativa del proyecto, así como el impacto social y ambiental generado.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar y comercializar llaveros artesanales a partir de residuos metálicos automotrices bajo la marca Utkana, aplicando conocimientos técnicos de los estudiantes de Mecánica Automotriz y promoviendo sostenibilidad, innovación y emprendimiento en el proceso productivo

Objetivos Específicos

- Aplicar una encuesta digital a estudiantes y público general para evaluar aceptación, interés y percepción del producto.
- Fortalecer las habilidades técnicas, sostenibles y emprendedoras de los estudiantes mediante su participación activa en planificación, producción y comercialización.
- Implementar una estrategia de marketing multicanal para posicionar la marca y fomentar ventas, destacando el uso de materiales reciclados.
- Socializar los resultados ante autoridades institucionales mediante informes y evidencia, evaluando el impacto y asegurando continuidad del proyecto.

Resultados destacados

Se produjeron 342 llaveros, vendidos por \$2,50 cada uno, generando ingresos totales de \$855. Cada estudiante recibió \$5 (inversión inicial más utilidad de \$3), evidenciando éxito económico y aceptación del producto.

Tabla 1

Resultados obtenidos

Concepto	Cantidad / Valor
Llaveros producidos	342 unidades
Llaveros vendidos	342 unidades
Precio unitario	\$2,50
Ingresos totales	\$855
Participantes	171 estudiantes
Devolución + utilidad por estudiante	\$5

Nota. La tabla muestra los resultados obtenidos



Transversalidad

El proyecto Utkana integra la transversalidad interna mediante la colaboración de estudiantes de Mecánica Automotriz y asesoría de Diseño Gráfico y Administración Financiera, coordinando diseño, producción y capacitación. En cuanto a la transversalidad externa, se establecieron vínculos con clientes del público general de Loja y proveedores locales de materiales reciclados, así como con profesionales invitados, fomentando la transferencia de conocimientos, la retroalimentación y la sostenibilidad del proyecto, fortaleciendo impacto educativo, social y económico.

Testimonio

“Participar en el proyecto Utkana ha sido una experiencia enriquecedora y transformadora. Como líder del equipo, aprendí a coordinar actividades, gestionar recursos y trabajar de manera colaborativa con mis compañeros. Este proyecto me permitió aplicar conocimientos técnicos de Mecánica Automotriz, explorar la innovación en productos sostenibles y valorar la importancia del reciclaje. Además, fortalecí mis habilidades emprendedoras y de liderazgo, contribuyendo a la creación de un producto que impacta positivamente en la comunidad.”

Aguilar Izquiero Jandry Germán Ciclo: Tercer ciclo

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





MENTOR IQ

FORMACIÓN PROFESIONAL

Mgs. Betty Catalina Estrella Torres | *docente*)

Estudiantes de Primero a Quinto Ciclo | *Carrera Gestión de Talento Humano*

Estudiantes de Primero a Quinto Ciclo | *Carrera Seguridad y Prevención de Riesgos Naturales*



Resumen

El proyecto MENTOR IQ Formación Profesional tuvo como objetivo ofrecer capacitaciones especializadas que fortalezcan las competencias laborales y mejoren el desempeño organizacional. La metodología incluyó un diagnóstico de necesidades, diseño de contenidos adaptados y aplicación de estrategias participativas en modalidad presencial y virtual. Como resultado, se concretó la venta de dos talleres de capacitación, que mejorarán las habilidades de los estudiantes de la carrera de Gestión de Talento Humano y de Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales del ISTS. El impacto se evidenció en la adquisición de nuevas competencias y la optimización de procesos, destacando su valor práctico y académico.



Estudio de mercado

El estudio de mercado fue esencial para diseñar capacitaciones en Gestión Integral de la Prevención de Riesgos Laborales en Ecuador, ya que identificó necesidades, sectores de riesgo y vacíos formativos, permitiendo generar contenidos ajustados a la normativa vigente y a cada industria. La selección del público objetivo, basada en la Población Económicamente Activa (8,5 millones) y en un muestreo con 95% de confianza y 5% de margen de error, segmenta por sector, riesgo, tamaño y ubicación. Esta metodología optimizó recursos, adaptó las estrategias pedagógicas y fortaleció la cultura de seguridad, garantizando la sostenibilidad y el impacto del modelo formativo.

A continuación, se detalle los resultados obtenidos en una de las preguntas principales aplicadas en el estudio de mercado.

¿Qué tan importante considera es conocer sobre los riesgos laborales y la normativa laboral?

Tabla 1

Importancia de la capacitación

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí, son muy importantes	348	90.6%
Son importantes, pero no una prioridad	28	7.3%
No los considero importantes	5	1.3%
No estoy seguro/a	3	0.8%
TOTAL	384	100%

Nota. Familiar y gestión del tiempo Estudio de mercado levantado por estudiantes de 1er Ciclo de GTH & SPRL ISTS.

La encuesta muestra una valoración extremadamente positiva de la prevención de riesgos laborales y normativa laboral, con el 90.6% de los participantes considerándola “muy importante”. Solo el 7.3% la ve importante pero no prioritaria, y un mínimo 1.3% la considera no importante. Estos resultados indican una alta concienciación sobre la importancia de la seguridad laboral, sugiriendo un ambiente muy favorable para la implementación de programas formativos especializados a nivel nacional.

Metodología



Durante la ejecución del proyecto Mentor IQ Formación Profesional se aplicaron tres métodos complementarios. El método hermenéutico permitió interpretar y analizar la información de experiencias previas, fuentes documentales y el **estudio de mercado**, fundamental para orientar la planificación de los talleres. El método práctico proyectual se utilizó para diseñar y ejecutar las actividades formativas, estructurando los talleres de manera que los estudiantes de Gestión de Talento Humano y Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales adquirieran competencias concretas. Finalmente, el método experimental permitió evaluar la efectividad de las estrategias mediante observación y análisis de resultados, asegurando ajustes que optimizaran el aprendizaje y la aplicación práctica.

Objetivos

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

Determinar el target para Mentor IQ transmitiendo una mentoría inteligente y especializada, a través de un estudio de mercado que nos permita aplicar estrategias de marketing digital para la oferta del servicio de capacitación que contribuyan a mejorar el rendimiento de los colaboradores de una organización.

Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto integrador a través de programas formativos en Gestión Integral de la prevención de Riesgos Laborales y Normativa laboral vigente que promuevan la oferta de nuestro servicio para que puedan solventar profesionalmente la comercialización, generando así la aceptación del servicio en el mercado. Proponer canales de promoción, comercialización y venta online a través del análisis de alternativas que faciliten la comercialización del servicio y con ello ampliar el segmento de mercado.



Socializar los resultados obtenidos de la comercialización del Mentor IQ transmitiendo una mentoría inteligente y especializada, aplicados en el área de Talento Humano y Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales, que promuevan la rentabilidad de los colaboradores de una organización.

Resultados destacados

. Los resultados reflejan una satisfacción general alta en ambos días de capacitación. El 98 % y 95 % de los participantes, respectivamente, valoraron los contenidos como de calidad alta o muy alta. El desempeño de los expositores recibió calificaciones positivas en un 100 % y 94 %, destacando su claridad y dominio del tema. En cuanto a la modalidad virtual, un 100 % y 98 % la consideraron adecuada o muy adecuada. Estos datos evidencian que las capacitaciones cumplieron sus objetivos formativos y fueron bien recibidas, aunque se identifican mínimos casos que requieren mejorar la profundización temática o el ritmo de exposición.

Venta de productos

Tabla 2

Ventas de Programas Formativos -MentorIQ

INGRESOS		
N° de Programas Formativos vendidos	Valor unitario (PVP)	Valor total
172		
TS GTH ((62 estudiantes x 2) + 4 Adicionales =128)	\$ 20,00	\$ 3.440,00
TS SPRL 23 (22 estudiantes x 2 = 44)		
TOTAL INGRESOS \$ 3.440,00		

Nota: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos



Transversalidad

El proyecto Mentor IQ Formación Profesional integra la transversalidad interna al coordinar estudiantes y docentes de Gestión de Talento Humano y Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales y Diseño Gráfico (Diseño de artes para el proyecto) favoreciendo el intercambio de conocimientos y experiencias. Simultáneamente, establece vínculos externos con clientes, empresas y socios estratégicos, quienes aportan retroalimentación, oportunidades de prácticas y validación de los talleres, asegurando que la formación sea pertinente, aplicada y alineada con las necesidades reales del mercado laboral.

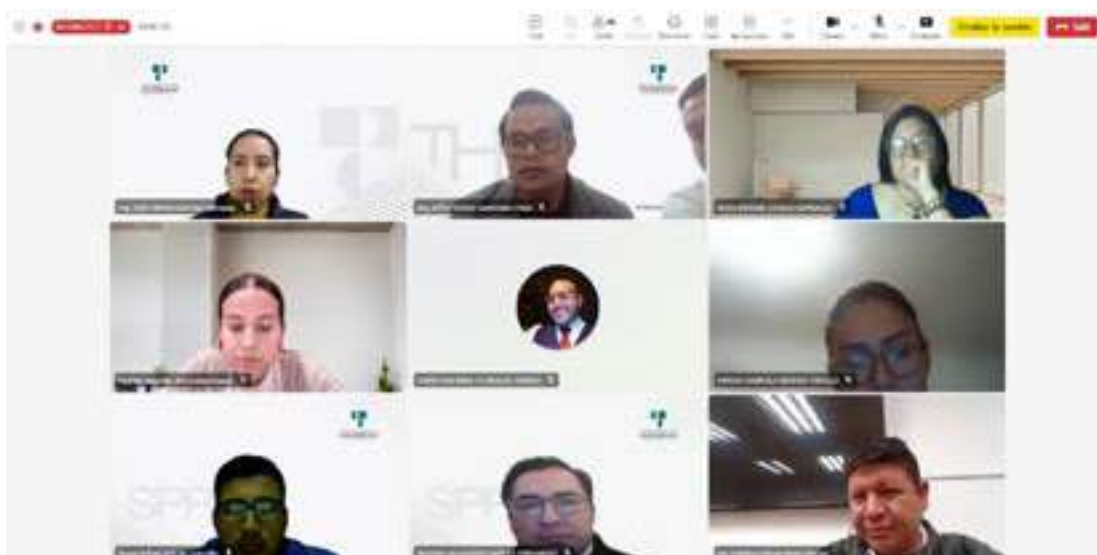
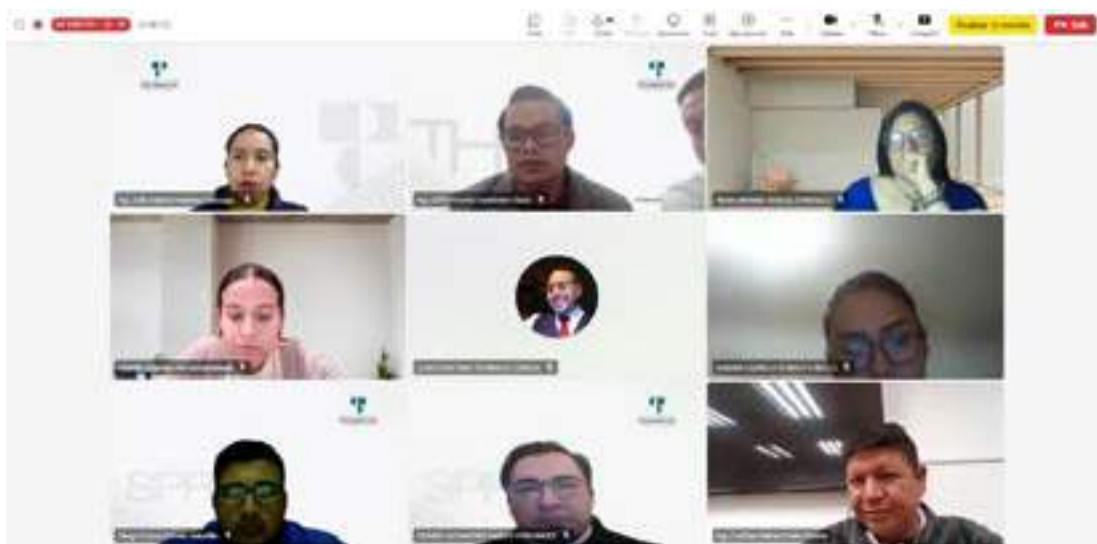
Testimonios

Como estudiante líder del proyecto Mentor IQ Formación Profesional, he podido coordinar y motivar al equipo para asegurar que cada taller se ejecute de manera efectiva y práctica. Esta experiencia me ha permitido fortalecer habilidades de liderazgo, comunicación y gestión de proyectos, al mismo tiempo que promovemos la integración entre distintas áreas y colaboramos con empresas y socios estratégicos. Me siento orgulloso de contribuir al aprendizaje aplicado y al desarrollo profesional de mis compañeros. **Paola Moreno 5to ciclo GTH.**

Como estudiante participante del proyecto Mentor IQ Formación Profesional, he aprendido a aplicar mis conocimientos en situaciones reales y a trabajar de manera colaborativa con mis compañeros y docentes. La experiencia me ha permitido comprender la importancia de la coordinación entre áreas internas y la interacción con socios estratégicos, fortaleciendo mis competencias profesionales. Valoro especialmente la oportunidad de recibir retroalimentación directa y contribuir al éxito de los talleres, sintiendo que mi aporte tiene un impacto real. **Iñiguez Fernández 3er Ciclo SPRL**



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡Hacemos gente de talento!

