

REVISTA ACADÉMICA -8VA. EDICIÓN



PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

ABRIL - SEPTIEMBRE 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

Ing. Juan Carlos Reinoso, Mgs

COORD. DESARROLLO DE SOFTWARE

Mgs. Pablo Duque

COORD. DISEÑO GRÁFICO

Mgs. Leydi Mingo

COORD. ELECTRÓNICA

Lic. Karla Guayanay

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

Mgs. Marvi Viteri

COORD. ENFERMERÍA SEDE MACHALA

ÍNDICE

Proyecto	CAPACITARTE – CAJA DE AHORRO “UNIÓN ESTUDIANTIL	7
Proyecto	AMACHAY, POTENCIANDO EL APRENDIZAJE EN CADA CLIC	13
Proyecto	ECOFEEL	19
Proyecto	ECO – LIGHT	25
Proyecto	KALIKAI	31
Proyecto	ELABORACIÓN DE PREMEZCLAS DE TORTAS “MIX CAKE”	37
Proyecto	STACS, PARA, PIENSA Y ACTÚA SEGURO	51
Proyecto	“AHORRITO”	67
Proyecto	CLEAN SOFT	73
Proyecto	“AGENDA AMIGA”	79
Proyecto	NURSING JMK.	85
Proyecto	CROOKIES	91



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡Hacemos gente de talento!

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

ABRIL - SEPTIEMBRE 2024

PROYECTO

CAPACITARTE – CAJA DE AHORRO “UNIÓN ESTUDIANTEL



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 el proceso de identificar oportunidades y crear nuevos negocios o proyectos, ya sea en el sector privado, social o público, además implica la capacidad de innovar, asumir riesgos y desarrollar soluciones creativas para satisfacer necesidades o resolver problemas, la carrera de Administración Financiera y Contabilidad y Asesoría Tributaria plantea el proyecto integrador con la marca “INNOVA Y EMPRENDE”, desarrollando un estudio de mercado con el objetivo de



determinar gustos y preferencias de la colectividad lojana, dando como resultado la venta de un curso de capacitación en actualización tributaria y Power Bi, y además la Caja de ahorro "UNIÓN ESTUDIANTIL" que ofertó productos y servicios financieros para cada uno de sus socios.

Estudio de Mercado

Se utilizaron 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 CAPACITARTE (curso de capacitación) 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

¿Considera usted que las capacitaciones son esenciales para el ámbito académico - profesional?

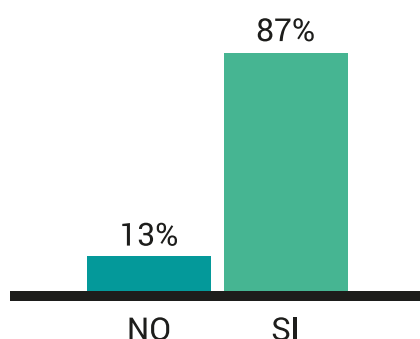
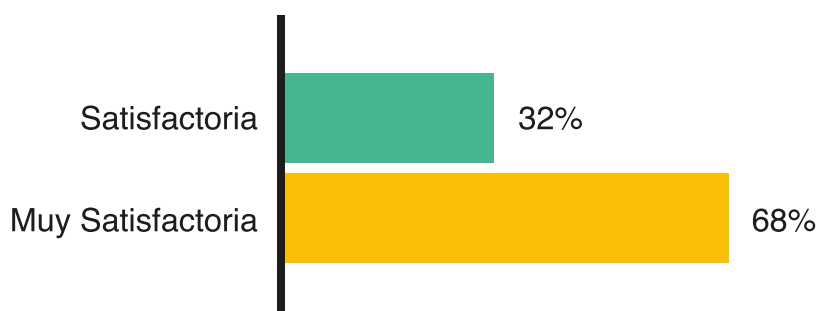


Figura 2

Satisfacción de Caja de Ahorro "Unión Estudiantil"



Metodología

Se realizaron análisis cualitativos y cuantitativos a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, permitiendo conocer los gustos y preferencias de la localidad, además con la recopilación bibliográfica se sustentó teóricamente el proyecto, organizando la planificación de los proyectos. La parte cualitativa no experimental se conoció con 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 el estudio de mercado a través de técnicas y herramientas estadísticas que permitan determinar la demanda existente de bienes y/o servicios en el mercado objetivo.
- Organizar el desarrollo de la capacitación, a través de la estructuración temática, presupuestaria y logística para asegurar una ejecución metódica y ordenada.
- Ejecutar una capacitación en Actualización Tributaria y Power BI mediante la colaboración de profesionales altamente capacitados y utilización de tecnología innovadora, para lograr la calidad en el proceso de capacitación y actualización de conocimientos a los participantes.
- Presentar los resultados económicos del proyecto integrador a autoridades académicas, estudiantes y sociedad en general, por medio de herramientas tecnológicas y evidencias físicas que muestren los procesos aplicados, para dejar en constancia el trabajo realizado por los participantes.

Resultados destacados

Se aplicó el proceso administrativo, contable y financiero en CAPACITARTE (cursos de actualización tributaria y Power Bi) y la Caja de Ahorro “UNIÓN ESTUDIANTEL”, mismos que sirvieron para satisfacer la demanda generada en el mercado local 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 desarrollaron un pensamiento crítico al analizar y evaluar diferentes perspectivas y soluciones de cada uno de los proyectos realizados



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		Intereses por mora	Otros ingresos	Depósitos a Plazo fijo
	Consumo	Costo por crédito			
\$5,50	\$26,63	\$1,00	\$0,00	\$0.00	\$0,28



Unidades producidas	Precio de venta unitario	Total de ventas	Utilidad
121	\$ 15,00	\$ 605,00	\$ 1210,00

Transversalidad

La transversalidad entre carreras hace referencia a la integración y colaboración entre diferentes disciplinas o áreas de estudio en la educación superior, esta práctica busca romper los límites tradicionales entre las carreras académicas, permitiendo que los estudiantes y profesores trabajen de manera conjunta en temas o proyectos que



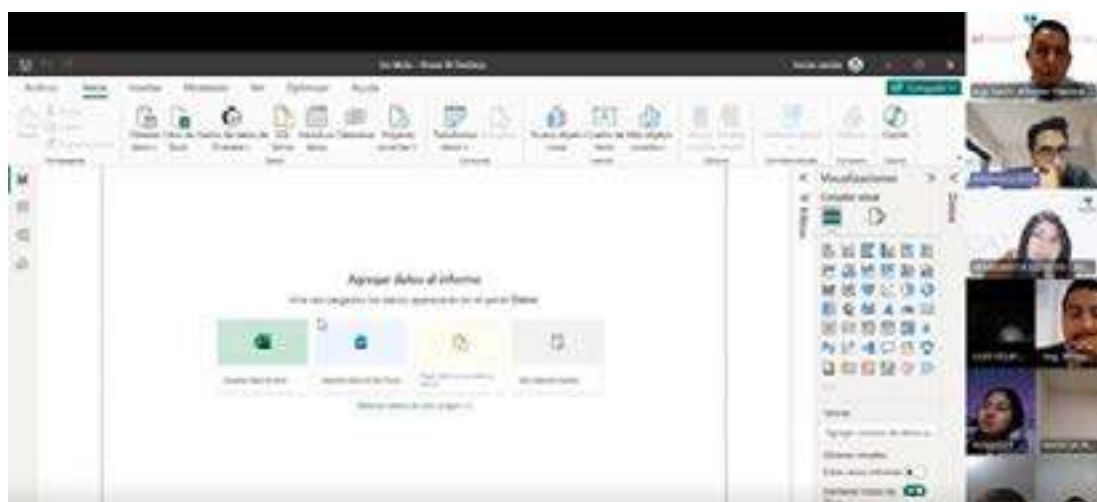
requieren una perspectiva multidisciplinaria, en el presente semestre, se contó con el apoyo de la Carrera de Diseño Gráfico para la elaboración de imágenes publicitarias de la marca INNOVA Y EMPRENDE brindando a los demandantes productos visuales de calidad; así también se brindó asesoría presupuestaria 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 prepararnos para enfrentar situaciones y desafíos que se asemejan a los que encontrarán en nuestra vida profesional, brindándonos una experiencia valiosa que trasciende el aula, además nuestros docentes 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 formación, sino que también nos preparamos de manera integral para enfrentar los desafíos del mundo laboral, fomentando el crecimiento personal y profesional. La idea de negocio Capacitarte 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 de un pensamiento crítico, entre otros.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





AMACHAY, POTENCIANDO EL APRENDIZAJE EN CADA CLIC



Resumen

La Tecnología Superior en Desarrollo de Software forma parte de la oferta académica del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, como objetivo principal demostrar que los estudiantes estén en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana–académica obtenida en el currículo oficial, para dar solución a los problemas laborales de su profesión, basada en principios y valores, aplicando la transversalidad con las diferentes áreas del conocimiento, con el emprendimiento denomina AMACHAY se ha creado el producto “Potenciando el aprendizaje en cada clic” que su presentación es un mousepad ergonómico con la finalidad de proteger la muñeca al usar el mouse y evitar lesiones o enfermedades y que permitirá generar fuentes de ingreso durante su formación académica.



Estudio De° Mercado - Resultados Cuantitativos Y Cualitativos

Fundamentando el punto de referencia de los consumidores que se les venderá este producto, se ha considerado en elaborar productos orientados al cuidado de la protección de la muñeca al usar el mouse en las áreas de trabajo, el emprendimiento AMACHAY está compuesto por el producto “Potenciando el aprendizaje en cada clic” (mouse ergonómico), mismo que permitirá a los usuarios proteger la muñeca al manipular el muose en donde se evitara enfermedades del túnel carpiano o tendinitis; la finalidad del estudio de mercado estuvo dirigido a la colectividad Lojana con el fin de asegurar una experiencia al usuario como la comodidad, la salud y costos.

Figura 1

Te gustaría usar nuestro mouse pad ergonómico

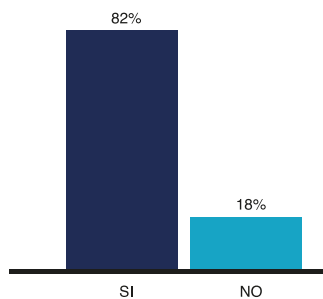
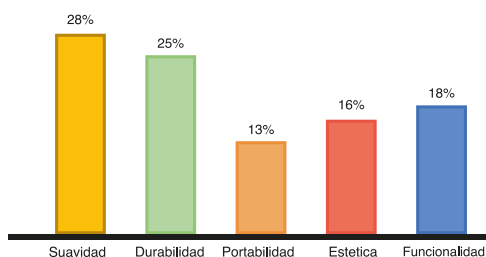


Figura 2

Características importantes en un mouse pad



Metodología

Método Fenomenológico: se precisa los costos de inversión del proyecto AMACHAY a través de sus productos PACC en base a proformas; también aporta al estudio de mercado aplicado a la colectividad para determinar los elementos que tendrá el producto, costos y presentación.



Método Hermenéutico: permite identificar los fenómenos que se involucran con el emprendimiento de AMACHAY que corresponden a la línea gráfica.

Método Práctico Proyectual: Este método permite implementar la elaboración del producto “Potenciando el aprendizaje en cada clic”, comercialización de acuerdo a la calidad de producto ofertado y de la misma manera la evaluación de satisfacción del producto y la socialización del proyecto y sus resultados.

Objetivos específicos

El proyecto AMACHAY busca fortalecer su identidad de marca a través de una línea gráfica atractiva que refleje sus valores y capte la atención de clientes potenciales. Para garantizar la relevancia del producto PACC “Potenciando el aprendizaje en cada clic” en la sociedad, se realizará un estudio de mercado que proporcionará datos precisos sobre las necesidades del usuario final. La proyección de ingresos, costos y gastos del proyecto incluirá la determinación de los recursos humanos, tecnológicos y económicos, anticipando posibles pérdidas y ganancias. La comercialización del producto se llevará a cabo utilizando diversos medios publicitarios, con el objetivo de alcanzar las metas financieras previstas. Además, se evaluará la satisfacción del mercado para identificar mejoras y oportunidades, optimizando la experiencia del cliente y fomentando el crecimiento de la marca. Finalmente, los resultados del proyecto se socializarán en un evento público, transparentando el cumplimiento de los objetivos planteados y reforzando la confianza en AMACHAY.

Resultados destacados

El proyecto integrador desarrollado para el emprendimiento AMACHAY se centró en la creación de un mousepad ergonómico, un accesorio de computadora diseñado para mejorar la calidad y proporcionar soporte adecuado a la muñeca durante su uso. Este producto se destaca por sus múltiples beneficios: previene lesiones como la tendinitis y el síndrome del túnel carpiano, reduce la tensión en articulaciones clave



como el codo y el hombro, promueve una postura adecuada de la mano y la muñeca, y ofrece un alto nivel de confort gracias a su soporte suave y cómodo. Además, su superficie antideslizante mejora el rendimiento y la eficiencia en el trabajo. El proyecto logró resultados económicos favorables, con ingresos por ventas que superaron las expectativas. El costo de producción, estrechamente ligado al sector tecnológico, permitió ofrecer un producto competitivo y de alta calidad en el mercado.

VENTAS TOTALES			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
52	Comercialización productos AMACHAY: Potenciando el aprendizaje en cada clic (mousepad ergonómico)	\$10,00	\$520,00
TOTAL, DE VENTAS			\$520,00

* El ingreso se definirá en función al número de productos vendidos por los estudiantes
** Se proyecto un mínimo de 2 productos por estudiante

Transversalidad

Se trabajó con la Tecnología en Contabilidad y Asesoría Tributaria para identificar ingresos, costos y gastos con el fin de determinar el precio de venta del producto PACC. Simultáneamente, se trabajó con la Tecnología Superior en Diseño Gráfico en la elaboración de materiales para la promoción publicitaria, la línea gráfica del emprendimiento AMACHAY, y en los diseños del producto, incluyendo su personalización. Este trabajo conjunto aseguró un enfoque integral que abarca tanto la viabilidad financiera como la identidad visual del producto.

Testimonio del estudiante líder del proyecto

El proyecto integrador de mi carrera ha sido una experiencia invaluable que me permitió aplicar y consolidar los conocimientos adquiridos en diversas asignaturas. A través de este proyecto, desarrollé el producto “Potenciando el aprendizaje en cada clic”, un mousepad ergonómico diseñado para mejorar la calidad de vida del usuario al proporcionar un soporte adecuado para la muñeca durante el uso prolongado de la computadora. Este proyecto no solo fortaleció mis



habilidades en los procesos tecnológicos, sino que también me motivó a explorar nuevas oportunidades emprendedoras, alineadas con mi formación en desarrollo de software. La creación de este producto fue un ejercicio práctico que me permitió integrar teoría y práctica de manera efectiva, evidenciando la importancia de los aprendizajes académicos en la solución de problemas reales. La orientación práctica me ha inspirado a continuar desarrollando soluciones innovadoras que respondan a las necesidades del mercado, fortaleciendo mi perfil profesional y preparándome para enfrentar desafíos futuros en mi carrera.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

PROYECTO

ECOFEEL



Diseño y comercialización de bolsas textiles para promover la ecología en la ciudad de Loja, periodo abril-agosto 2024.

ecofeel

Resumen

El proyecto “Ecofeel” busca reducir el uso de bolsas plásticas en Loja mediante la comercialización de bolsas textiles ecológicas durante abril-agosto 2024. Incluye un plan de marketing orientado a mujeres de 18-35 años, destacando la durabilidad, versatilidad y sostenibilidad de los productos. Los estudiantes de diseño gráfico participaron en el diseño, producción y promoción de las bolsas, utilizando métodos fenomenológicos y hermenéuticos para entender y abordar el problema. Se logró una aceptación positiva del producto, con una campaña de difusión en redes sociales, lo que fomentó hábitos de consumo responsables y apoyó la economía local a través de la educación y creatividad estudiantil.



Estudio de Mercado - Resultados Cuantitativos y Cualitativos

La tabulación de resultados del proyecto Ecofeel muestra que el 97.9% de los encuestados consideran importante el cuidado del medio ambiente, y el 94% cree que el uso de bolsos ecológicos puede disminuir la utilización de bolsas plásticas desechables. Además, el 96.2% opina que la sociedad tiene una falta de conciencia sobre el cuidado ambiental. Las características más valoradas en un bolso ecológico son la calidad (72.8%), el diseño (56.6%) y el precio (52.3%). La mayoría de los encuestados utilizaría los bolsos para compras diarias (39%) y salidas al aire libre (36%)

Figura 1

Conocimiento del cuidado ambiental de la ciudad de Loja

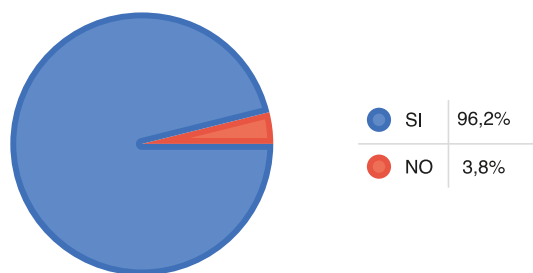
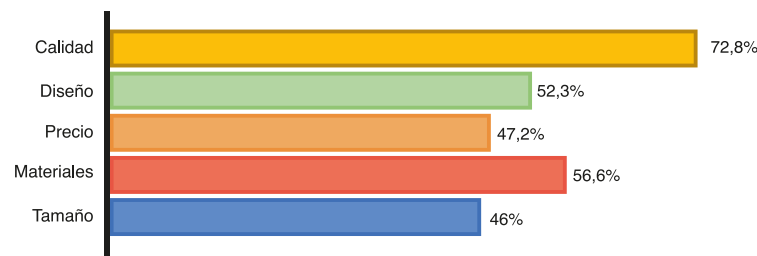


Figura 2

Importancia de las características para adquirir el bolso ecológico



Metodología

El proyecto Ecofeel aplicó varias metodologías para su desarrollo. Se empleó el método fenomenológico para comprender la percepción y experiencia de los usuarios sobre el uso de bolsas ecológicas, enfocándose en las vivencias individuales. El método hermenéutico permitió interpretar los significados detrás de las respuestas y comportamientos de los encuestados, profundizando en las razones culturales y sociales que influyen en la adopción de prácticas ecológicas.

Además, se utilizó el método práctico proyectual, donde los estudiantes participaron activamente en la creación, diseño y comercialización de las bolsas textiles, integrando teoría y práctica en un proceso de aprendizaje experiencial. Estas metodologías, junto con técnicas como la recopilación bibliográfica, la observación directa y las encuestas, proporcionaron una base sólida para entender y abordar la problemática ambiental y desarrollar un producto que responde a las necesidades y expectativas del público objetivo.

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.

Resultados destacados

El proyecto Ecofeel logró resultados destacados mediante una efectiva campaña publicitaria en redes sociales y la creación de un tote bag ecológico. La campaña se enfocó en videos cortos y gráficos atractivos en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, generando alta visibilidad y compromiso del público objetivo. El tote bag,



diseñado y producido por estudiantes, se valoró por su calidad, diseño y funcionalidad, aspectos apreciados por los usuarios en encuestas y focus groups. Los estudiantes participaron activamente en todas las fases del proyecto, desde el diseño hasta la comercialización, fortaleciendo la conciencia ambiental y promoviendo el uso de alternativas sostenibles a las bolsas plásticas.

Transversalidad

En este proyecto no se realizó transversalidad con ninguna carrera de manera interna, sin embargo se trabajó con transversalidad externa buscando patrocinios para la ejecución de la campaña publicitaria, mismos que fueron: Mona Tello, maquillaje; Kpy, producción audiovisual; María Bonia, vestuario, @KAMIRAMN, influencer.

Testimonio del estudiante líder del proyecto

Trabajar en el proyecto integrador “EcoFeel” ha sido una experiencia enriquecedora y llena de aprendizaje. Desde el inicio, nos enfocamos tanto en la creatividad como en el trabajo en equipo, lo que nos permitió desenvolvernos en diversas áreas del diseño, como fotografía, branding y campañas publicitarias. El objetivo de este proyecto es crear conciencia sobre el uso de fundas plásticas, buscando reducir su consumo. En las distintas fases, participaron estudiantes de diferentes ciclos, contribuyendo a la creación del concepto de la marca, ilustraciones y producción audiovisual. Este proyecto no solo mejoró mis habilidades en diseño, sino que también subrayó la importancia del trabajo en equipo y la planificación.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





ECO – LIGHT



“Construcción de una lámpara utilizando materiales reciclados y componentes eléctricos y electrónicos”



Resumen

El proyecto ECO-LIGHT aborda la problemática de la gestión inadecuada de residuos sólidos urbanos, especialmente latas de aluminio y componentes electrónicos, y la falta de conciencia sobre la importancia del reciclaje. Su objetivo es demostrar que es posible crear productos funcionales y estéticamente agradables utilizando materiales reciclados, promoviendo así la educación y sensibilización sobre el reciclaje y la reutilización. Para lograr esto, se realizó un estudio de mercado para investigar las necesidades y preferencias de los usuarios en cuanto a lámparas eléctricas construidas con materiales reciclables. Los resultados mostraron que existe una demanda significativa por este tipo de productos y que los consumidores están dispuestos a pagar un



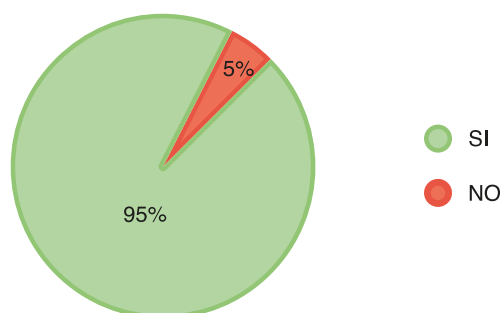
precio razonable por ellos. El proyecto ECO-LIGHT ha demostrado que es posible crear productos sostenibles y educativos a partir de materiales reciclados, contribuyendo a la reducción de residuos y al cuidado del medio ambiente. Además, ha inspirado a los estudiantes de la carrera a participar activamente en prácticas de reciclaje y reutilización.

Estudio de Mercado

El estudio de mercado del proyecto se centra en la población de Loja y busca identificar las preferencias y necesidades de los consumidores respecto a lámparas fabricadas con materiales reciclados. Se realizaron encuestas a 21 participantes para evaluar aspectos como diseño, color y formas de adquisición de estos productos. Los resultados revelaron una demanda significativa por lámparas ecológicas, con los encuestados mostrando interés en productos que no solo sean funcionales, sino también estéticamente atractivos. Se identificaron características específicas que los consumidores valoran, lo que permitió a la marca "Wasi-Smart" ajustar su oferta a las expectativas del mercado. Además, el estudio destaca la importancia de la educación y la concienciación sobre el reciclaje, sugiriendo que los consumidores están abiertos a adoptar productos sostenibles si se les proporciona la información adecuada. Esto refuerza la idea de que la sostenibilidad puede ser un factor decisivo en la compra, siempre que se combinen calidad y diseño atractivo. El estudio de mercado proporcionó una base sólida para la comercialización de lámparas recicladas, alineándose con el creciente interés por productos sostenibles y la economía circular, lo que podría contribuir a la reducción de residuos y fomentar prácticas de consumo responsables. En la figura 1 se puede observar que el porcentaje de 95% de los encuestados están dispuestos a adquirir el producto.

Figura 1

Gráfica de la adquisición de lámparas ecológicas





Metodología

En este proyecto, se siguió una metodología en varias fases que comienza con un estudio de mercado enfocado en la población de Loja, que busca identificar las preferencias y necesidades de los consumidores respecto a lámparas fabricadas con materiales reciclados. Posteriormente, se lleva a cabo un análisis de los resultados obtenidos, que permite ajustar la propuesta de diseño y comercialización. La siguiente fase implica el desarrollo de un prototipo funcional de lámpara, utilizando los materiales reciclados seleccionados, seguido de un plan de distribución y comercialización que considera las estrategias más efectivas para alcanzar al público objetivo. Finalmente, se implementa un proceso de evaluación de satisfacción del cliente, asegurando que el producto no solo cumpla con los estándares de calidad, sino que también fomente la conciencia sobre la importancia del reciclaje y la sostenibilidad.

Objetivo General

Demostrar que los estudiantes de la carrera de 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 destacados

El proyecto ECO-LIGHT se centró en la creación y comercialización de lámparas eléctricas construidas con materiales reciclables. La investigación de mercado reveló que los usuarios prefieren lámparas con un diseño moderno y minimalista, fáciles de limpiar y sencillas en su manipulación. Se realizó una encuesta de satisfacción a los usuarios para evaluar su experiencia con el producto, obteniendo resultados muy positivos. Un 50% calificó su experiencia como “Excelente” y un 39% como “Buena”, lo que suma un 89% de opiniones positivas, mientras que un 11% la consideró “Regular”, indicando un margen de mejora.

En cuanto a si el producto cumplió con las expectativas, un 39% de los usuarios afirmó que el producto cumplió totalmente sus



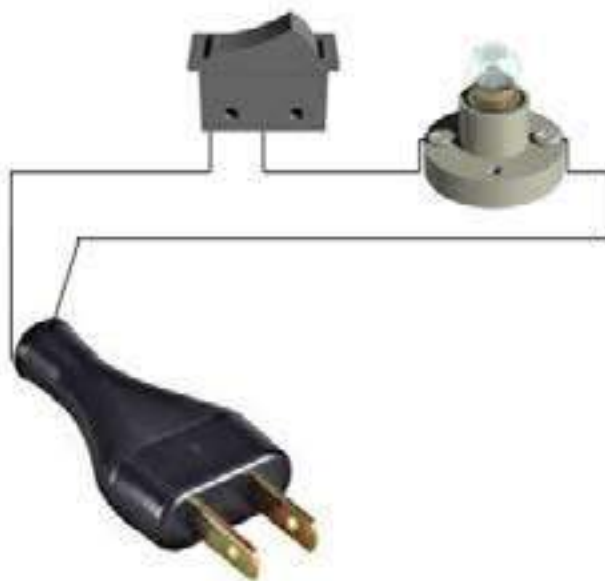
expectativas y un 50% indicó que lo hizo en su mayoría, sumando un 89% de satisfacción general. Solo un 11% reportó que el producto cumplió parcialmente sus expectativas, lo que sugiere que el producto está cumpliendo eficazmente con lo prometido para la gran mayoría de los usuarios.

Sobre la calidad del producto, los resultados muestran una percepción altamente positiva, con un 67% de los usuarios satisfechos y un 33% muy satisfechos, alcanzando un 100% de valoraciones positivas. No se registraron respuestas de insatisfacción. Esto indica que el producto está cumpliendo o superando los estándares de calidad esperados, aunque existe una oportunidad de mejora para elevar la calidad y convertir a más usuarios de "satisfechos" a "muy satisfechos".

En relación a la recomendación del producto, un 44% de los encuestados afirmó que "definitivamente sí" recomendaría el producto, mientras que otro 44% indicó que "probablemente sí" lo haría, sumando un 88% de potenciales promotores. Solo un 11% señaló que "probablemente no" lo recomendaría, lo que sugiere un alto nivel de satisfacción y confianza en el producto. La proporción entre "definitivamente sí" y "probablemente sí" indica una base sólida de clientes satisfechos, pero también revela una oportunidad para convertir a los indecisos en promotores más entusiastas.

Figura 2

Gráfica del circuito interno de la lámpara





Transversalidad

El proyecto se desarrolló con el apoyo de carrera de Administración Financiera 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 22 estudiantes que se encargaron de comercializar los dispositivos bajo el nombre ECO-LIGHT.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTO

KALIKAI

Primeros auxilios básicos en niños”: planificación y ejecución de un taller, que permita desarrollar habilidades para responder eficazmente en caso de una emergencia, reduciendo el riesgo de complicaciones o daños graves en los niños

**Resumen**

Los estudiantes de Enfermería del ISTS demostraron su destreza al organizar y dirigir un taller de primeros auxilios básicos en niños, diseñado para capacitar a padres y cuidadores en la prevención y manejo de emergencias comunes en la infancia. Este taller, con una inversión inicial mínima, tuvo un impacto significativo en la comunidad, reflejando el compromiso de los estudiantes con la promoción de la salud y el bienestar infantil. El proyecto no solo representa un logro académico, sino también un ejemplo inspirador de cómo la educación y la colaboración interdisciplinaria pueden empoderar a las personas y mejorar la calidad de vida de los más vulnerables.



Estudio de Mercado

se observa que la mayoría de los encuestados quienes representa el 76,11% (n= 325) refieren no haber recibido alguna capacitación sobre primeros auxilios pediátricos en toda su vida, mientras que un 23,89% (n=102) si ha recibido una o más capacitaciones en su vida. Ello resalta la importancia de la implementación de un curso que abarque las principales causas en las que se requiera la aplicación de primeros auxilios. Cabe recalcar que las personas encuestadas, indicaron que si existiera un taller de primeros auxilios básicos en niños, sería de gran utilidad para la población dentro de la ciudad de Loja, se evidencia que el 88,52% de los encuestados si están interesados en recibir capacitación sobre primeros auxilios pediátricos, sin embargo, el 11,48% menciona no estar interesado.

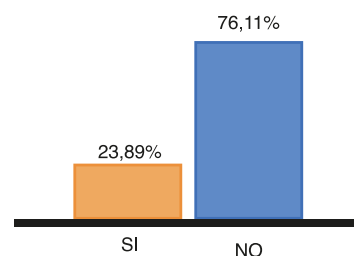
Tabla 1.

Capacitación en primeros auxilios pediátricos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	102	23,89%
No	325	76,11%
TOTAL	427	100,00%

Nota. Elaborada por los autores.

Figura 1.



Capacitación en primeros auxilios pediátricos

Nota. Elaborada por los autores.

Tabla 2.

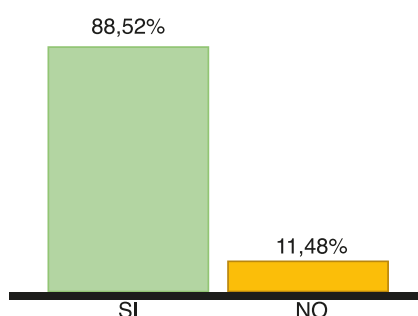
Interés en capacitación de primeros auxilios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	378	88,52%
No	49	11,48%
TOTAL	427	100,00%

Nota. Elaborada por los autores.

Figura 2

Interés en capacitación de primeros auxilios



Nota. Elaborada por los autores.

Metodología

En el proyecto, se emplearon el Método Fenomenológico, Hermenéutico y Práctico Proyectual para un enfoque integral. El Método Fenomenológico En el proceso de investigación se desarrolló el método de investigación fenomenológico a través de aplicación de una encuesta, con una muestra de 427 personas de los diferentes barrios de la ciudad de Loja, donde el objetivo fue de recolectar información sobre la necesidad, importancia y utilidad de la implementación de un curso de primeros auxilios pediátricos. Por otro lado, el Método Hermenéutico facilitó la aplicación del método hermenéutico de la presente investigación, se fundamentó los principios y conceptos generales sobre la necesidad, importancia y técnicas de implementación de primeros auxilios en población pediátrica, a través de diferentes fuentes bibliográficas que respaldaron la validez de la investigación. Por último, el Método Práctico Proyectual fue crucial para dar a conocer el servicio a la población y así difundir y concientizar sobre la importancia de poseer conocimientos en primeros auxilios pediátricos. 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 taller de Primeros Auxilios Básicos en Niños, enfocado en la salud, a través de un estudio de mercado con la aplicación de una encuesta, para ofrecer un producto que será 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 “Primeros Auxilios Básicos en Niños”, 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 identificó la necesidad de ofrecer un taller de primeros auxilios básicos en niños mediante un estudio de necesidades, el cual reveló que una gran parte de la población reconoce la importancia de adquirir estas habilidades para actuar ante emergencias y prevenir complicaciones. Durante el taller, se desarrollaron en los participantes aptitudes y actitudes que los preparan para responder de manera efectiva en situaciones críticas, facilitando su integración en entornos donde la seguridad y el bienestar infantil son prioritarios. Se buscó la colaboración con otras disciplinas, como con la carrera de diseño gráfico y contabilidad, para crear materiales didácticos atractivos y efectivos que mejoren la experiencia de aprendizaje. El taller se promovió a través de redes sociales, lo que incrementó el interés y la participación de los asistentes.

Tabla 3.

Presupuesto del proyecto.

CAPITAL INICIAL		
189 estudiantes de la tecnología superior en Enfermería aportaron el capital para iniciar con las operaciones económicas con el valor de \$ 3,00 c/u		
		\$ 567,00
<i>Documento de respaldo: Informe individual de los tutores de las carreras.</i>		
TOTAL CAPITAL INICIAL \$ 567,00		
INGRESOS		
N° de Cursos Psicopedagógicos vendidos	Valor unitario (PVP)	Valor total
196	\$ 10,00	\$ 1960,00
Total Ingresos \$ 1 960,00		

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.

- Tecnología Superior en Enfermería

Se solicitó asesoramiento especializado para la preparación y presentación de informes económicos. Esto incluye el análisis, la interpretación y la formulación de recomendaciones basadas en datos financieros, con el fin de asegurar que los informes sean precisos, claros y útiles para la toma de decisiones estratégicas.

Testimonio

“ Trabajar en el proyecto de vinculación KALIKAI ha sido una experiencia enriquecedora y gratificante para mí como estudiante. Participar en la planificación y ejecución de talleres de primeros auxilios básicos en niños no solo me permitió aplicar mis conocimientos académicos en un entorno práctico, sino que también me brindó la oportunidad de contribuir de manera significativa a la seguridad y bienestar de la comunidad. Ver el impacto directo de nuestro trabajo en las familias y educadores, y escuchar sus comentarios positivos sobre cómo los talleres les han ayudado a sentirse más preparados para enfrentar emergencias, ha sido realmente inspirador. Además, colaborar en equipo con mis compañeros desde la concepción del proyecto hasta su implementación ha fortalecido mis habilidades de comunicación y trabajo en grupo. En resumen, participar en este 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 y seguridad de los demás.”(Jonathan Aguinsaca).



EVIDENCIAS FOTOGRÀFICAS





ELABORACIÓN DE PREMEZCLAS DE TORTAS “MIX CAKE”



Resumen

El proyecto “Elaboración de premezclas de tortas Mix Cake” del ISTS creó y vendió premezclas de tortas en chocolate, red velvet y vainilla para compartir en familia y amigos. 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 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.



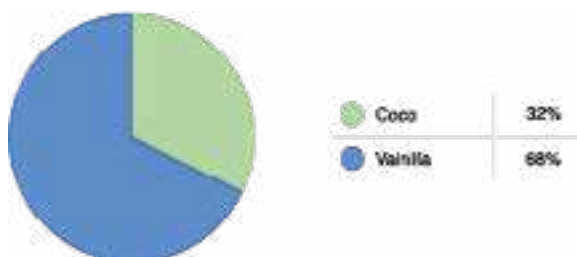
Estudio de mercado – Resultados cuantitativos y cualitativos

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.

Tabla 2.

Interés en capacitación de primeros auxilios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Coco	18	32,14%
Vainilla	38	67,86%
Total	56	100%



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 abril – septiembre 2024 a los estudiantes de la T.S. en Gastronomía, para transparentar la gestión de los recursos utilizados.

Resultados destacados

El proyecto "Elaboración de premezclas de tortas Mix Cake" del ISTS logró crear y comercializar 287 premezclas en tres sabores: chocolate, red velvet y vainilla para compartir en familia. 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 todo tipo de evento especial.

Distribución de ingresos por semestre

Primer ciclo diurno	69 botellas	\$414.00
Primer ciclo nocturno	30 botellas	\$180.00
Segundo ciclo diurno	57 botellas	\$342.00
Tercer ciclo diurno	21 botellas	\$126.00
*Cuarto ciclo diurno	42 botellas	\$252.00
Cuarto ciclo nocturno	30 botellas	\$180.00
Quinto ciclo diurno	18 botellas	\$108.00
Subtotal	267 botellas	\$1602.00
Accidente	-1 botella	-\$6.00
Sobrantes para ventas extras	20 botellas	\$120.00
TOTAL	287 botellas	\$1722.00

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 5to ciclo 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.

Transversalidad interna del Proyecto integrador

CARRERA	TEMA	PARTICIPANTES	HORAS	CAPACITADOR
T.S. en Diseño Gráfico	Capacitación a estudiantes de 5° ciclo sobre el branding	Estudiantes de 5° ciclo 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.

Transversalidad externa en materia prima

Nombre del Empresa	Dirección	Nombre del producto adquirido	Relación con el proyecto Integrador
Distribuidor a Castro.	Aceitunos N68-56 y calle E-9, Quito	Botellas de 1000 ml	En esta empresa se realizó la compra de las botellas.
Distribuidora Román.	Lauro Guerrero 341-81y Miguel Riofrio	Azúcar morena Harina Nueces	En dicha distribuidora nos proporcionaron gratis el transporte de la materia prima.
Tsachi-Vainilla	Santo Domingo, Valle hermoso.	Vainilla vaina pequeña	Nos brindaron un descuento por la adquisición de la materia prima.
Importadora Decorcake	Loja, Lourdes 154-19 entre sucre y 18 de noviembre.	Chispas colores entero rojo Chispas bakers color blanco	Aquí se realizó la compra de las chispas de color rojo y blanco.
Puertas del sol	Celica entre Bolivar y Sucre	Cocoa sin azúcar Bicarbonato de sodio Galleta recreo Polvo royal	Proporcionaron un descuento por la compra de la materia prima.
Frutería al paso	Loja, Calle 18 de noviembre entre Azuay y Mercadillo	Colorante rojo	Se realizo la compra de colorante rojo.
Los paisa	San Sebastian / Av 18 de noviembre 12-43 Calle Lourdes	Coberchoc Minigotas Dulce	Proporcionaron descuento por la compra de materia prima.
Galtor	Celica entre Bolivar y Sucre	Café en sobre.	Se realizo la compra de café ensobre.

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 orgulloso 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 con nuestras premezclas. 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 sin la necesidad de una fecha especial, 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



Dale vida
a tus creaciones con

**Mix
cake**

Chocolate

¡El secreto para
postres **irresistibles**
comienza aquí!



Explora
la magia con

**Mix
cake**

Red Velvet

¡Dale vida a momentos
llenos de **dulzura**!



PROYECTO

Construcción y comercialización de llaveros artesanales fabricados mediante residuos metálicos del automóvil y reciclado de botellas pet e impresión 3d 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

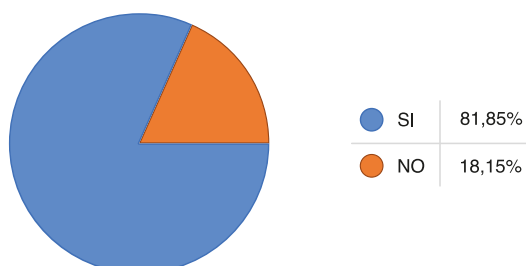
El estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja revela que el 81% de los encuestados están familiarizados con llaveros artesanales hechos de elementos reciclados de vehículos, y el 82% está dispuesto a comprarlos, especialmente si están elaborados con materiales como PET reciclado mediante impresión 3D. Respecto a los canales de venta, el 46% prefiere adquirirlos en tiendas físicas, el 40% en eventos locales o ferias, y el 14% a través de plataformas en línea. Además, el 94% de



los participantes ve de manera positiva la producción de estos productos reciclados, destacando su impacto favorable en el medio ambiente.

Figura 1

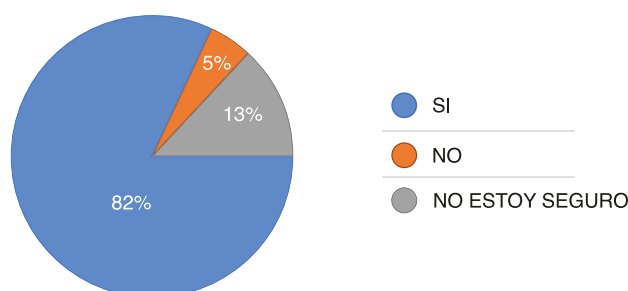
Gráfico sobre reutilización elementos metálicos



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 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 los llaveros a través de la aplicación de encuestas 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 académico superior del ISTS y así demostrar el trabajo desarrollado durante el período académico.

Resultados

Los estudiantes de la Carrera de Mecánica Automotriz demostraron poseer sólidos conocimientos y habilidades tanto teóricas como prácticas al crear, producir y comercializar productos artesanales a partir de residuos automotrices generados diariamente. Esto evidencia la creatividad e innovación de los estudiantes, quienes han mostrado su capacidad para emprender proyectos basados en el aprendizaje adquirido.

El uso de las últimas tendencias tecnológicas, como las redes sociales, el marketing de contenidos y la optimización para dispositivos móviles, fue clave para alcanzar un amplio público objetivo y maximizar el impacto en el mercado.

En conclusión, el proyecto integrador del período académico de abril – agosto 2024 fue planificado y ejecutado con éxito, arrojando resultados positivos. De la inversión inicial de \$1.00 realizada por los estudiantes, se logró generar una ganancia superior al 150%.

**Tabla 1***Presupuesto del proyecto*

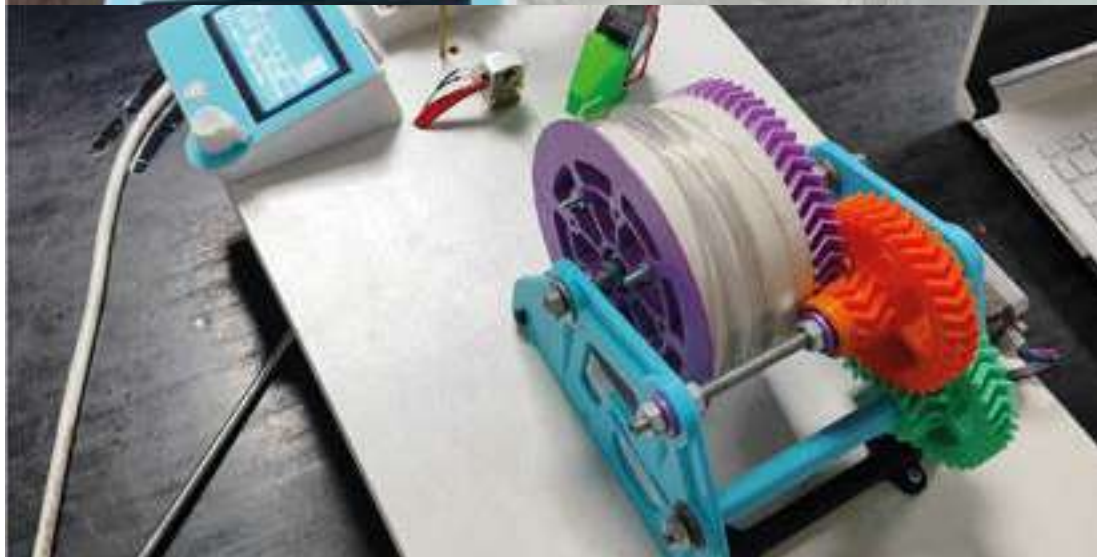
INVERSIÓN			
Capital tomado del periodo Abril - Agosto 2024			
163	Participación de estudiantes en el proyecto integrador		
	Cuota por estudiante		\$1,00
TOTAL DE INVERSIÓN			\$163,00
INGRESOS			
UNIDADES	PRODUCTO	VALOR UNI.	TOTAL
45	Llaveros de bujía	\$ 2,00	\$ 90,00
120	Llaveros 3D	\$ 2,50	\$ 300,00
TOTAL DE INGRESOS			\$ 390,00
EGRESOS			
Tipo de comprobante	LOCAL	Nro Factura	Valor Total
Factura	La costurita	002002-000000519	\$ 38,20
Factura	Mi ferretería	001-002-000051712	\$ 3,21
Factura	Pila Car	001-100-000000055	\$ 87,50
Nota de venta	Relojería Suiza	001-001-0001255	\$ 18,00
TOTAL DE GASTOS			\$ 146,91

Nota: En la tabla se muestra la información correspondiente a la proyección presupuestaria del proyecto integrador para el periodo académico abril - agosto 2024

Testimonio

“Ser parte de este proyecto ha sido una experiencia verdaderamente enriquecedora. Desde la fase inicial de diseño hasta la venta final, pude poner en práctica de manera efectiva todo lo aprendido en la carrera de Mecánica Automotriz, combinando creatividad y conocimiento técnico. Trabajar en equipo con mis compañeros y recibir el apoyo constante de nuestros profesores no solo reforzó mi confianza en mis capacidades, sino que también me impulsó a desarrollar un espíritu emprendedor. Ver la aceptación y el entusiasmo que nuestros llaveros reciclados generaron en la comunidad de Loja fue sumamente gratificante. Este proyecto me enseñó valiosas lecciones sobre sostenibilidad y responsabilidad social, y me dejó claro que como estudiantes tenemos el poder de hacer una diferencia significativa en nuestra comunidad. ¡Una experiencia que llevaré conmigo con orgullo y aprecio!” (David Cuenca).

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



STACS, PARA, PIENSA Y ACTÚA SEGURO



Prevención y AcciónG: Curso Prevención y Acción Capacitación Integral para la seguridad Laboral y Manejo de Emergencias STACS Para, piensa y actúa seguro



Resumen

Los cursos de Prevención y Acción para la Seguridad Laboral y Manejo de Emergencias son fundamentales para asegurar un ambiente de trabajo seguro y preparar a los empleados para responder adecuadamente ante situaciones de emergencia, la importancia radica en reducción de riesgos ya que enseñan a identificar y mitigar riesgos en el lugar de trabajo, disminuyendo la probabilidad de accidentes, el cumplimiento legal el cual ayudan a las empresas a cumplir con las normativas y regulaciones de seguridad laboral, y la capacitación Integral que proporcionan una formación exhaustiva en prácticas de seguridad, en el manejo adecuado de equipos.

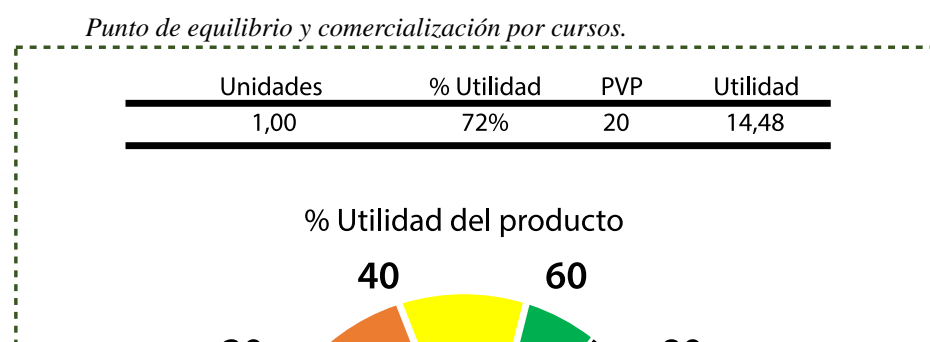
Estudio de mercado

Mediante el estudio de mercado realizado a la ciudadanía se determinó el costo de los cursos de Prevención y Acción para la



Seguridad Laboral y Manejo de Emergencias bajo la marca “STACS”, el precio de venta al público depende principalmente del tiempo invertido en preparación de material, se consideró para los costos los gastos materiales y el valor de hora trabajada; una vez analizado el estado económico del proyecto, se devolverá a los estudiantes los valores de acuerdo a la venta de los cursos según la inversión inicial y horas trabajadas, la utilidad del 50% por la venta de cursos.

Figura 1.



Nota: Imagen punto de equilibrio del curso de capacitación, equipo docente tecnología SPRL 2024.

Metodología

Para la ejecución del proyecto nos basamos en el método fenomenológico, para el cual se realizó un estudio de mercado mediante encuestas para conocer las necesidades y preferencias del cliente, para la parte investigativa utilizamos el método hermenéutico, basándonos en trabajos ya realizados y recomendaciones de Capacitación Integral y Formación Completa que proporcionan una formación exhaustiva en prácticas de seguridad, desde el uso correcto de equipos hasta procedimientos de evacuación, y el práctico proyectual en el cual se desarrollo el curso aseguran que los clientes estén al tanto de las últimas técnicas y normativas en seguridad laboral, hasta llegar a su promoción, comercialización, finalizando con la socialización del proyecto a los estudiantes y autoridades de la institución.

Objetivo Específicos

- Realizar un estudio de mercado y desarrollar una estrategia de venta para los cursos de primeros auxilios, manejo de extintores



- y manejo de sustancias químicas peligrosas, recopilando información a través de encuestas, para comprender las necesidades del mercado y las expectativas del público objetivo.
- Incrementar el conocimiento y las habilidades prácticas de la población en primeros auxilios, manejo de extintores y sustancias químicas peligrosas, desarrollando cursos actualizados, con metodologías participativas, para que las personas actúen con eficacia en emergencias.
 - Evaluar la satisfacción de los participantes en los cursos de primeros auxilios, manejo de extintores y manejo de sustancias químicas peligrosas, mediante la aplicación de encuestas de satisfacción con la finalidad de fortalecer la imagen y el posicionamiento de los cursos en el mercado.
 - 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 destacados

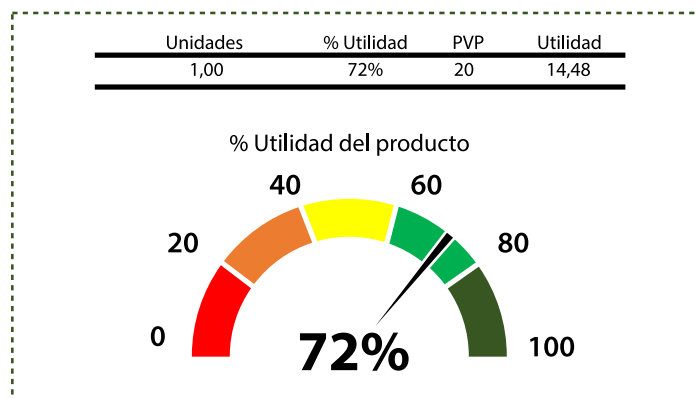
Para la realización del proyecto se comercializaron de los cursos de capacitación integral ideada por los estudiantes de la Tecnología Superior de Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales, las mismas que a través de una campaña publicitaria en las redes sociales, se logró comercializar el 100%, para conocer el impacto que causó el curso, se realizó una encuesta, la misma estuvo constituida por 6 preguntas con una escala cualitativa de calidad del producto, presentación, importancia, utilidad del curso, demanda del curso y precio, el 100% de los encuestados están de acuerdo con el servicio, logrando demostrar que los estudiantes están en la capacidad de producir servicios, aplicando los diversos conocimientos adquiridos en las aulas, es importante tomar en consideración la difusión publicitaria para que la comercialización del producto tenga un mayor alcance e impacto en la comunidad, y así sobrepasar las expectativas de éxito planteadas al inicio del proyecto integrador.

**Figura 2.***Detalle de venta y utilidad del producto*

Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales				
Presupuesto proyecto integrador “Prevención y Acción”: Capacitación Integral para la seguridad Laboral y Manejo de Emergencias “STACS” Para, piensa y actúa seguro” ABRIL-SEPTIEMBRE 2024				
INGRESOS				
Ingresos capital inicial \$10 por 36estudiante		360,00		
Capital fijo inicial		\$ 360,00		
INGRESOS DE VENTA POR PROYECTO PERIODO ABRIL - AGOSTO 2023				
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total	
85	Cursos	20,00	1700,00	
Ingresos por ventas			\$ 1.700,00	
TOTAL INGRESOS= Capital fijo inicial + Ingreso por ventas		\$ 2.090,00		
EGRESOS				
Cantidad	Detalle	Total		
1	Caja botiquín	12,60		
1	Impresión certificados	47,95		
1	Insumos médicos	17,38		
1	Plásticos	3,90		
1	Caja amplificadora	149,99		
1	Batería alcalina	3,47		
1	tamales con café	45,00		
1	Insumos médicos	15,00		
1	Extintores PQS y CO2	88,00		
1	impresiones proyecto	25,00		
1	Socialización	60,00		
TOTAL EGRESOS		468,29		
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	Detalle
Ingresos				



Aportes de estudiantes	36	10	\$ 360,00	Aporte inicial de cada participante
Venta de cursos	85	20	\$ 1.700,00	Ingresos por la venta de cada curso
Total ingresos			\$ 2.060,00	
Gastos				
Recursos para socialización	1	85,71	\$ 85,71	Fondo para actividades de socialización y entrega final de proyecto
Materiales didácticos	1	383,29	\$ 383,29	Compra de materiales para el curso
Total gastos			\$ 469,00	
Utilidad neta			\$ 1.591,00	Ganancia final del proyecto
Utilidad por estudiante que vendió por cursos			\$ 14,48	Distribución de la utilidad



Nota. El costo unitario de comercialización de venta al público fue de \$ 20.00

Transversalidad

Para el proyecto se ha considerado necesario 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 servicio, y, el análisis financiero que sirvió para conocer la rentabilidad y utilidad de la venta de los cursos de capacitación, también



se requirió la ayuda de la tecnología superior de diseño gráfico para el marketing del curso y la importancia de adquirir conocimiento sobre la capacitación integral para la seguridad laboral y manejo de emergencias.

Testimonio del estudiante líder del proyecto

La innovación como parte sustancial de la tecnología nos llevó a crear proyectos que aporten a la sociedad, es por ello que después de aplicar un estudio de mercado a la población acerca de la importancia del curso de capacitación, aplicamos un proyecto no solo con conocimientos teóricos, sino también lo llevamos a un escenario práctico donde contribuimos al impartir destrezas y aprendizajes a las personas mediante soluciones transformadoras y así mismo dejándonos un emprendimiento nuevo para cualquiera de los participantes. Finalmente, en lo personal me permitió desenvolverse de mejor manera en el léxico y explicación en la socialización del curso.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





PROYECTO

Promover la salud mental del individuo a través de talleres de psicoeducativos especializadas que contribuyan a la estabilidad emocional para disminuir los estados de ansiedad y depresión causados por el estrés del día a día



Resumen:

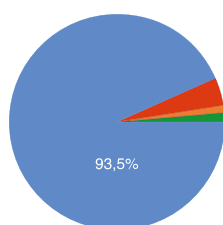
La TS. en Gestión del Talento Humano fomenta la iniciativa de emprendimiento basada en la comercialización de productos y servicios orientados al bienestar emocional, ofreciendo a la sociedad una gama de alternativas que satisfagan sus necesidades y aportan beneficios significativos al ámbito laboral. Es por ello, que nuestra empresa UNIGESTH en esta oportunidad presenta el proyecto “EquilíbraTE - Salud emocional, la clave de tu bienestar” que ofrece una solución innovadora para la salud mental a través de talleres psicoeducativos especializados, enfocados a disminuir la ansiedad, depresión y burnout laboral lo que provoca desestabilidad emocional y afecta directamente en el rendimiento laboral. EquilíbraTE no solo aborda problemas emocionales, sino que también previene futuros desequilibrios con lo que contribuye a un buen estado físico y mental y con ello promueve a una sociedad más saludable.



Estudio de Mercado

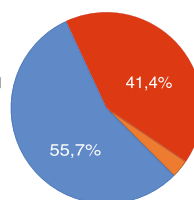
El servicio ofertado por la carrera de Gestión del Talento Humano EquilibraTE - talleres psicoeducativos tienen como objetivo mejorar la salud mental y con ello la productividad y el bienestar laboral de los colaboradores mediante talleres que ofrecen una experiencia enriquecedora. Estos talleres están diseñados para fortalecer la estabilidad emocional, mitigar el estrés laboral y prevenir la ansiedad y depresión, potenciando así el desempeño laboral y promoviendo una salud mental integral en un ambiente de trabajo más positivo y eficiente

¿Considera que los temas de salud mental y bienestar emocional son importantes en su vida?



- Si, son muy importantes
- Son importantes, pero no una prioridad
- No los considero importantes
- No estoy seguro/a

¿Estaría interesado en asistir a talleres psicoeducativos?



- Sí, definitivamente
- Tal vez
- No, no estoy imnteresado

Metodología:

Los métodos de investigación aplicados en el desarrollo del presente proyecto facilitaron la identificación y comprensión de las necesidades y las posibles soluciones que contribuirán a posicionar nuestro servicio en el mercado local y nacional.

A continuación, se detallan los métodos utilizados:

Se empleó el método fenomenológico para la aproximación, observación y descripción de la recopilación de datos de la población objeto de estudio a nivel nacional. Este enfoque permitió obtener información precisa y, en consecuencia, desarrollar soluciones fundamentadas como la creación de los talleres psicoeducativos “EquilibraTE - Salud emocional, la clave de tu bienestar”. El método hermenéutico, permitió el uso de información investigativa de diferentes fuentes bibliográficas para desarrollar un marco teórico que enfatice la importancia de la salud mental y el bienestar emocional, facilitando una comprensión contextualizada y reflexiva. Finalmente, el método práctico proyectual permitió realizar la propuesta de acción, en donde se plasmó

cada una de las fases y sus diferentes procedimientos, permitiendo así desarrollar la fase de comercialización en donde se empleó diversas herramientas tecnológicas para ampliar el alcance y lograr una mayor cobertura en distintas regiones del país.

Objetivos Específicos:

- Determinar el target para EquilíbraTE... salud emocional la clave de TÚ bienestar a través de un estudio de mercado que nos permita aplicar estrategias de marketing digital para la oferta del servicio de talleres psicoeducativos 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 un taller de salud emocional y bienestar mental 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 venta del servicio y con ello ampliar el mercado de la empresa UNIGESTH.
- Ofertar el servicio EquilíbraTE... salud emocional la clave de TÚ bienestar con una marca, eslogan y filosofía que impacte y se posicione en el mercado de salud integral para que con ello se fortalezca 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 EquilíbraTE... salud emocional la clave de TÚ bienestar como una alternativa de salud mental y emocional para mejorar la energía y desempeño de los individuos en sus diferentes ámbitos.
- Socializar los resultados obtenidos de la comercialización del servicio EquilíbraTE... salud emocional la clave de TÚ bienestar aplicados en el área de Talento Humano que promuevan la rentabilidad de los colaboradores de una organización.



Resultados destacados.

Los estudiantes de la carrera de Gestión de Talento Humano desempeñaron un papel central en el desarrollo del proyecto, participando en un ejercicio práctico que permitió la aplicación directa de sus conocimientos; facilitando el fortalecimiento y la ampliación de las habilidades y competencias específicas de su perfil profesional. En relación con la comercialización de “EquilíbraTE - Salud emocional, la clave de tu bienestar”, se puso en evidencia la excelente acogida de los talleres psicoeducativos logrando alcanzar una venta de 156 talleres distribuidos en talleres de ansiedad, depresión y burnout laboral, superando así las expectativas y obteniendo éxito rotundo en el cumplimiento de las metas iniciales de nuestro proyecto.

Valores de ventas

DETALLE	V/. UNIT.	CANT.	V/. TOTAL
EquilíbraTE			
<i>Salud emocional, la clave de tu bienestar</i>	\$8,00	156	\$1248,00
TOTALDE INGRESOS			\$1248,00

Transversalidad.

La transversalidad 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: se llevó a cabo con la carrera de Desarrollo de Software en lo referente a “Digitalización de registros, diseño y envío de certificados de participación” bajo la responsabilidad de la Mgs. Patricia Sanmartín quien conjuntamente con los estudiantes de nuestra carrera desarrollaron procesos de innovación tecnológica que facilitaron cada uno de los procesos.
- Transversalidad externa recibida: se llevó a cabo con la Fundación AQUA, con la cual, a través de sus profesionales en la rama de la psicología contribuyeron a la ejecución del presente proyecto integrador, mediante los talleres psicoeducativos que se brindaron a las personas que confiaron en el presente proyecto.

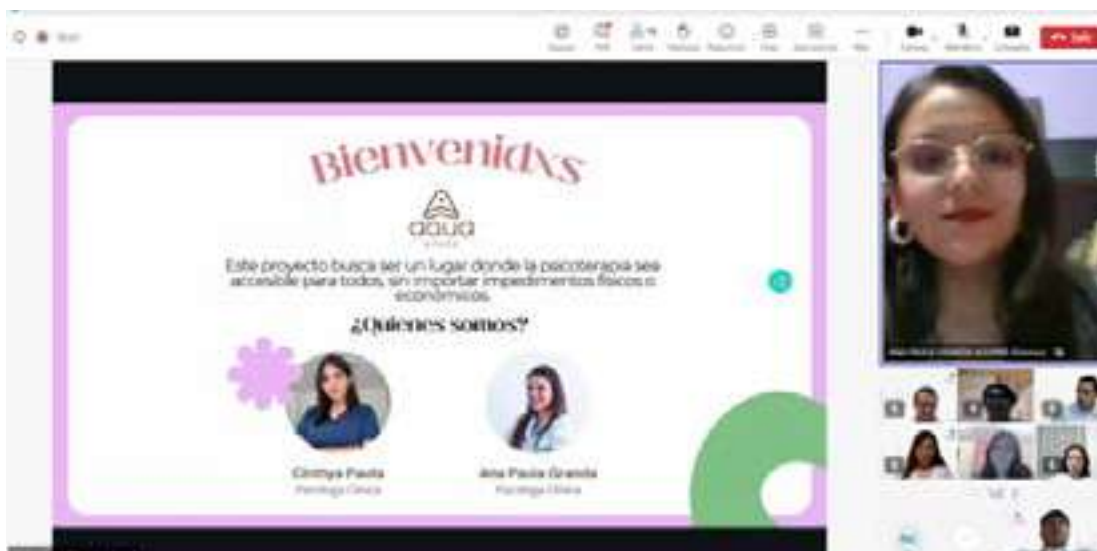


Testimonio del estudiante líder del proyecto.

El proyecto integrador ejecutado en el ciclo académico abril - agosto 2024 como estudiantes nos llena de satisfacción ya que nos permitió relacionar temas de bienestar emocional con el desempeño profesional y la productividad en una empresa; además como ejecutores nos permitió conocer todo el proceso de desarrollo de una idea de negocio en donde los docentes nos preparan para la generación de alternativas, estrategias y actividades propias de nuestra profesión. Evidenciamos y pusimos en práctica todo lo aprendido en nuestras aulas, además aportamos a la colectividad a mejorar su estado emocional de manera directa disminuyendo efectos negativos que pueden dañar el ambiente laboral, en cuanto a la comercialización y distribución de este servicio se pudo trabajar con todos los estudiantes de la carrera que residen en todo el Ecuador, participando activamente y fortaleciendo la formación y conocimientos relacionados a emprendimiento. Srta. Gabriela Quishpe Donoso.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

SEDE MACHALA



TALENTO HUMANO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

PROYECTO

“AHORRITO”



Desarrollo de emprendimientos sostenibles para el crecimiento académico y económico de los estudiantes de la Tecnología en Administración Financiera – Gestión del Talento Humano



Resumen

Según los especialistas en materia económica consideran que el origen del término “emprendimiento” no es nuevo, ya que Richard Cantillon en el año 1732, expone que el emprendimiento es la decisión de las personas para intermediar de distintas maneras, tomándose en cuenta cierta incertidumbre desde el punto de vista económico, al crear



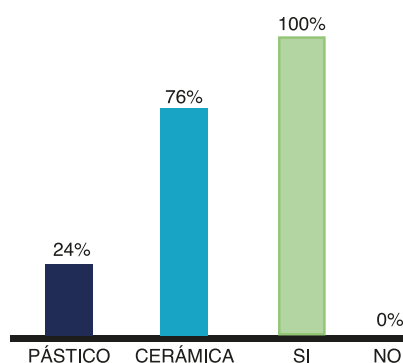
un nuevo negocio; han sido muchos autores como este, los que han aportado con su conocimiento para determinar el comportamiento de las personas que emprenden, dando a notar que el emprendedor es un individuo, que actúa cada vez más como un factor de cambio y un importante aporte para el desarrollo de la economía de las naciones.

Estudio de Mercado

Se utilizaron 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 del Kit Ahorruto. Se aplicó un estudio de mercado a la ciudadanía de Machala para identificar gustos y preferencias en la adquisición de alcancías.

Figura 2

¿El precio de la alcancía fue adecuado?



Metodología

Se realizaron análisis cualitativos y cuantitativos a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, permitiendo conocer los gustos y preferencias de la ciudadanía machaleña, además con la recopilación bibliográfica se sustentó teóricamente el proyecto. La parte cualitativa no experimental se conoció con los resultados finales a través de cálculos matemáticos analizando datos como la utilidad obtenida en la venta del producto ofertado en el proyecto desarrollado.



Objetivos Específicos

- Desarrollar competencias emprendedoras en los estudiantes de formación tecnológica, fomentando la creación y gestión de proyectos innovadores que respondan a las necesidades del mercado.
- Elaborar y vender el kit AHORRITO, involucrando a estudiantes y docentes, con el objetivo de ofrecer al mercado un producto de alta calidad.
- Difundir los resultados económicos y los procesos implementados en el proyecto integrador mediante medios de amplia cobertura social, con el fin de proporcionar información académica relevante y ponerla a disposición de la comunidad sudamericana.

Resultados destacados

Se aplicó un proceso administrativo y financiero en la elaboración del Kit AHORRITO, lo cual permitió a los estudiantes plasmar los conocimientos adquiridos en clase en el desarrollo práctico del proyecto, se calculó la relación beneficio costo en los productos comercializados, además cada alumno desarrolló un pensamiento crítico al analizar y evaluar diferentes perspectivas y soluciones de cada uno de los proyectos realizados

Unidades producidas	Precio de venta unitario	Total de ventas	Utilidad
33	\$ 5,00	\$ 165,00	\$ 66,00

Transversalidad

La transversalidad entre carreras hace referencia a la integración y colaboración entre diferentes disciplinas o áreas de estudio en la educación superior, esta práctica busca romper los límites tradicionales entre las carreras académicas, permitiendo que los estudiantes y profesores trabajen de manera conjunta en temas o proyectos que requieren una perspectiva multidisciplinaria, en el presente semestre, se contó con el apoyo de la Carrera de Diseño Gráfico para el marketing y diseño de imágenes publicitarias brindando a los demandantes productos visuales de calidad.



Testimonio Estudiante Líder del Proyecto

El desarrollo del Kit Ahorrito como proyecto integrador, permitió el desarrollo de habilidades y destrezas para enfrentar situaciones y desafíos en nuestra vida profesional, brindándonos una experiencia valiosa que trasciende el aula, además nuestros docentes proporcionaron una experiencia práctica valiosa que complementa la teoría académica que recibimos en nuestras clases y se desarrolló el espíritu emprendedor en cada uno de nosotros, demostrándonos que somos capaces de generar una idea de negocio y en un futuro tener una propia empresa y así contribuir al dinamismo de la economía en nuestra ciudad y país. Ashley Gonzalez.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





ELECTRÓNICA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



CIBER SEGURIDAD
TECNOLOGÍA SUPERIOR



DESARROLLO DE SOFTWARE
TECNOLOGÍA SUPERIOR

PROYECTO

CLEAN SOFT



Startups en la Innovación Tecnológica



Resumen

CleanSoft, un kit diseñado para el mantenimiento preventivo de equipos informáticos. Este proyecto integrador, liderado por estudiantes de desarrollo de software, ciberseguridad y electrónica, aplicó metodologías de análisis de mercado, técnicas fenomenológicas y proyectuales. CleanSoft se creó para satisfacer una necesidad real del mercado, identificada a través de encuestas, y ofrecer soluciones efectivas que prolonguen la vida útil de los dispositivos y optimicen su rendimiento. El proyecto fomentó la innovación, la colaboración interdisciplinaria con carreras como diseño gráfico y administración financiera, y el aprendizaje práctico mediante la construcción y comercialización del producto. Además, fortaleció competencias técnicas, analíticas y de trabajo en equipo, vinculando la academia con el mercado laboral. Este proyecto no solo impulsa el ecosistema de emprendimiento local, sino que también promueve un enfoque sostenible y socialmente responsable en la gestión tecnológica.



Materiales Y Métodos

En la presente investigación se empleó un diseño metodológico que combina enfoques cualitativos y cuantitativos, basado en los resultados de un estudio de mercado realizado en la población de Machala. El enfoque cualitativo contribuyó a la recolección de información bibliográfica, así como a la elaboración, aplicación y análisis de pre-encuestas de aceptación y pos-encuestas de satisfacción, todas ellas realizadas de manera digital utilizando herramientas tecnológicas. En la fase de comercialización y venta del producto final, se aplicó el método cuantitativo para analizar los resultados en términos monetarios, evaluando las utilidades post-venta del producto ofrecido a través de cálculos matemáticos.



Tabla 1.

Costos de Inversión para el proyecto

N°	Productos	P. Unitario	Precio Total
1	Isopos + fundas	7,01	7,01
2	Brocha	0,28	16,8
3	Frasco plástico	0,4	24
4	Tela	3,5	3,5
5	Caja destornilladores	1,69	101,4
6	Galones de alcohol	17,5	17,5
7	Agua destilada	4	4
8	Fragancia	5	5
9	Cajas de cartón	1,5	90
TOTAL			\$269,21

Nota. Esta tabla muestra el total de inversión para la construcción de los kits.

Figura. 1*Ventas e Inversión del Kit de Limpieza*

Nota. Esta imagen muestra la inversión realizada por los alumnos, el total en ventas y la utilidad obtenida del kit

Aporte a la investigación, innovación y absorción

La investigación del proyecto CleanSoft fomentó la innovación y el aprendizaje práctico al desarrollar un kit de limpieza para equipos informáticos. Este producto satisface una necesidad real identificada mediante estudios de mercado, ofreciendo soluciones efectivas para el mantenimiento preventivo de dispositivos. El proyecto integrador permitió a los estudiantes aplicar conocimientos teóricos en un entorno práctico, fortaleciendo habilidades técnicas, colaborativas y de análisis financiero. Además, promovió la colaboración interdisciplinaria entre diseño gráfico, administración financiera y desarrollo de software. CleanSoft no solo contribuyó a la formación profesional, sino que también fortaleció el ecosistema de emprendimiento local, conectando la academia con el mercado.

Resultados

Los resultados del proyecto CleanSoft evidencian su éxito en múltiples áreas. En primer lugar, se identificó una necesidad real en el mercado a través de un estudio detallado que destacó la importancia del mantenimiento preventivo de equipos informáticos. El desarrollo



del kit CleanSoft, diseñado para satisfacer esta demanda, resultó en un producto funcional que optimiza el rendimiento y prolonga la vida útil de los dispositivos electrónicos.

La ejecución del proyecto integrador permitió a los estudiantes aplicar conocimientos teóricos en un entorno práctico, desarrollando competencias técnicas, analíticas y de trabajo en equipo. Además, la colaboración interdisciplinaria con carreras como diseño gráfico y administración financiera enriqueció el proceso, fomentando la innovación y el aprendizaje colectivo.

La comercialización del kit no solo generó un impacto económico positivo, sino que también promovió el emprendimiento local y fortaleció el vínculo entre la academia y el mercado laboral. CleanSoft demostró ser una solución viable y eficiente, validando su propuesta de valor a través de encuestas y retroalimentación del público objetivo.

Finalmente, este proyecto destacó la importancia de un enfoque sostenible y socialmente responsable en la gestión tecnológica, posicionándose como un ejemplo de innovación que impulsa el desarrollo educativo y económico en la región.

EVIDENCIA FOTOGRÁFICA





PROYECTO

“AGENDA AMIGA”

Producción de una agenda artesanal para el fortalecimiento académico de los estudiantes de la carrera de Tecnología Superior en Diseño Gráfico.



Resumen

Las agendas artesanales han resurgido en los últimos años como una alternativa personalizada y estéticamente atractiva a las agendas digitales y producidas en masa, por lo que la carrera

de Diseño Gráfico plantea el proyecto integrador “Agenda Amiga” que busca contribuir al desarrollo de una oferta de agendas más diversas y personalizadas en Machala, brindando a los estudiantes la oportunidad única de aplicar sus habilidades y conocimientos en un contexto real, generar ganancias y promover el talento local; implementando un



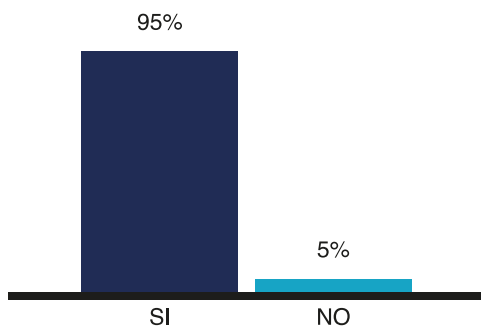
estudio de mercado que permita conocer los hábitos y preferencias de los consumidores locales para determinar el público objetivo.

Estudio de Mercado

Se tomó como referencia la población de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la Sede Machala que consta de 205 matriculados en el periodo mayo –septiembre del 2024, para el cálculo de la muestra probabilística de tipo aleatoria simple; para el ejercicio académico se toma como muestra 100 estudiantes a los cuales se les realiza la encuesta

Figura 1

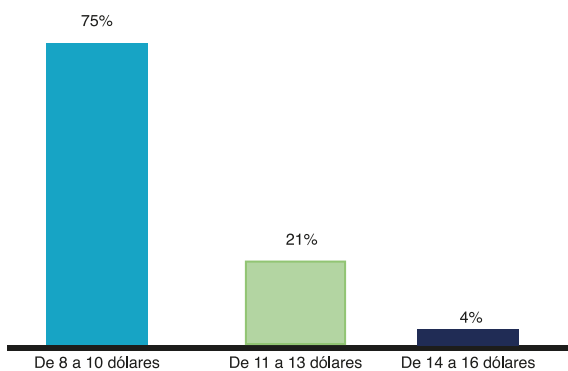
Comprar una agenda artesanal



Nota. La figura indica la decisión de compra de la agenda artesanal de los encuestados.

Figura 2

Precio de la Agenda



Nota. La figura indica cuánto estarían dispuestos a pagar por la agenda los encuestados.



Metodología

Método fenomenológico: Permitted describir la experiencia vivida con la producción de agendas artesanales, identificando los fenómenos esenciales y las estructuras significativas que emergen de los datos para delimitar la problemática de la presente investigación, así como también el desarrollo de la marca "Agenda Amiga".

Método Hermenéutico: Se interpretaron los datos a la luz de los marcos teóricos de la hermenéutica, buscando comprender el significado subjetivo de las agendas artesanales y los procesos de construcción de sentido, compilando diversas fuentes bibliográficas tales como libros, revistas, y documentos de sitios web que fueron la base teórica del proyecto.

Método Práctico Proyectual: Estuvo presente en el análisis de las prácticas de diseño y elaboración de las agendas artesanales, identificando los elementos que las caracterizan y las potencialidades para su desarrollo; también permitió realizar el informe económico, calculando los costos y establecer el precio de venta de la agenda, comercialización y presentación de resultados.

Objetivos Específicos

- Investigar las tendencias del mercado y la competencia para el desarrollo de una agenda original haciendo uso de fuentes de información primarias y secundarias.
- Diseñar una agenda original que refleje la creatividad y el talento de los estudiantes de Diseño Gráfico mediante el uso de software especializado.
- Producir agendas originales que cumplan con los estándares de calidad establecidos por el mercado, mediante el uso de técnicas artesanales tradicionales y modernas.
- Implementar estrategias de marketing y ventas efectivas para la promoción y comercialización de la agenda utilizando indicadores de logro que permitan el cumplimiento de los objetivos.



Resultados Destacados

A partir de las encuestas realizadas se pudo determinar la segmentación de mercado, estableciendo que el público al que está dirigido el producto es relativamente joven, hombres y mujeres con una edad comprendida entre 15 y 30 años, bachilleres y estudiantes universitarios con un poder adquisitivo modesto, son personas que sí están dispuestos a comprar productos hechos de forma artesanal.

La investigación también permitió conocer que el público objetivo estaría dispuesto a pagar un precio de venta entre ocho y diez dólares, lo cual sirvió para establecer que el precio de la agenda para venta sería de diez dólares, así como también, a partir de esos datos saber cuáles serían los rangos de los costos de producción del producto logrando recuperar la inversión y obtener una ganancia. Los estudiantes pusieron en práctica sus conocimientos, mejorando sus habilidades de gestión y producción en la elaboración de la agenda artesanal.

Tabla 1

Utilidad proyecto integrador

Costo Unitario	% Utilidad	Precio de Venta Unitario	Utilidad por Producto
\$ 4,45	55,50%	\$ 10,00	\$ 5,55

Nota. La utilidad es calculada en relación con el costo

Tabla 2

Resumen proyecto integrador

Unidades Producidas	Precio de Venta Unitario	Total de Ventas	Utilidad
48	\$ 10,00	\$ 480,00	\$ 266,27

Nota. Resumen de la utilidad del proyecto integrador del semestre mayo – septiembre 2024
Transversalidad

El presente proyecto fue llevado a cabo por estudiantes de la carrera de TS Diseño Gráfico del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la sede Machala, y no tuvo participación de estudiantes de otras carreras.

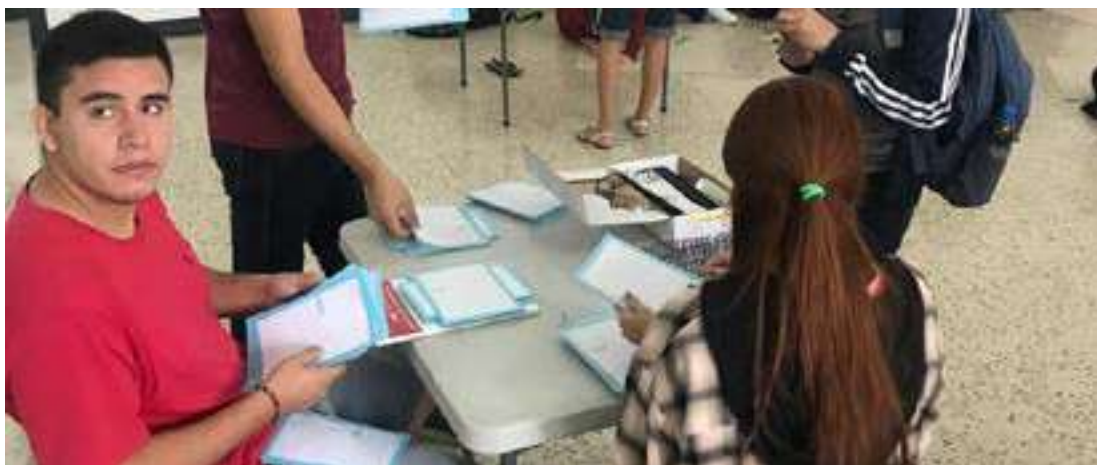


Testimonio del Estudiante Líder del Proyecto

En el desarrollo del proyecto integrador Agenda Amiga cada uno de los estudiantes pudimos aprender nuevas técnicas o mejorar nuestras habilidades haciendo trabajos prácticos durante la fabricación del producto, lo cual se sumó a los conocimientos adquiridos durante la formación académica que hemos recibido en el ISTS. El proyecto demostró que existe una demanda significativa y una disposición a pagar un precio justo por productos de calidad y artesanales. Logramos crear un producto que no solo satisface las necesidades de los compradores de la agenda, sino que también complementa nuestro perfil profesional al fomentar el pensamiento crítico y creativo, trabajo en equipo, gestión de tiempo y desarrollo de habilidades blandas. Heriberto Sánchez .



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTO

NURSING JMK.

Innovación de productos y servicios enfocados en el desarrollo emprendedor de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano Sede Machala bajo la marca Nursing JMK.

**Resumen**

El proyecto integrador del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, realizado entre mayo y septiembre del año 2024, se centró en desarrollar un alcohol gel antibacterial bajo la marca Nursing JMK. Los estudiantes del Técnico Superior en Enfermería participaron activamente en la formulación del producto, cumpliendo con normativas sanitarias y asegurando su calidad. Se elaboró una guía informativa sobre su uso adecuado y se llevó a cabo una campaña de concientización para destacar la importancia del gel en la prevención de enfermedades. La iniciativa logró aumentar la aceptación del producto y mejorar la comprensión de la higiene de manos en la comunidad.



Estudio de Mercado - Resultados Cuantitativos y Cualitativos:

El estudio de mercado reveló que la mayoría de encuestados utilizan alcohol gel ocasional o frecuentemente, y se sienten generalmente satisfechos con su textura y aroma. El 48% considera el gel muy eficaz para desinfectar las manos, mientras que solo un 7% reportó reacciones adversas. El envase es visto como muy práctico por el 46% de los usuarios, y el 51% está muy dispuesto a recomendar el producto. La mayoría también considera que el gel es comparable o mejor que otros productos similares, y el 94% cree que podría comercializarse a gran escala. Además, el 93% encuentra el precio accesible.

Figura 1

¿Con que frecuencia utilizas el alcohol gel fabricado por los estudiantes de enfermería?

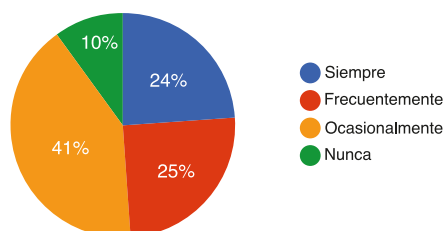
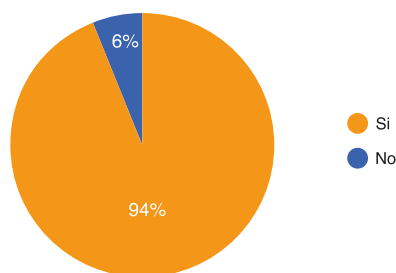


Figura 2

¿Crees que el alcohol gel fabricado por los estudiantes podría comercializarse a gran escala?



Metodología

Para el desarrollo del proyecto integrador, se emplearon métodos de investigación cualitativos y cuantitativos. Inicialmente, se llevó a cabo un estudio de mercado utilizando encuestas diseñadas para recopilar datos sobre la aceptación del alcohol gel. Estas encuestas incluyeron preguntas sobre frecuencia de uso, satisfacción con la textura y el olor del producto, así como su eficacia percibida. Paralelamente, se aplicaron



métodos fenomenológicos para explorar las experiencias de los usuarios con productos similares, permitiendo una comprensión profunda de sus necesidades y preferencias. Se utilizó el método hermenéutico para interpretar la bibliografía relevante sobre la efectividad de los desinfectantes para manos, proporcionando un marco teórico sólido. Finalmente, se implementaron técnicas prácticas proyectuales en la formulación y producción del gel, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad y las regulaciones vigentes. Esta combinación de métodos permitió una evaluación exhaustiva del producto desde múltiples perspectivas, garantizando su efectividad y adecuación en el mercado.

Objetivo General:

- Demostrar que los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano 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

Objetivos Específicos

Desarrollar el alcohol gel antibacterial mediante la participación activa y continua de los estudiantes de la carrera de Técnico Superior en Enfermería del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

- Elaborar un documento o guía informativa que evidencie el uso adecuado y correcto del alcohol gel antibacterial.
- Concientizar a la población en general sobre la importancia del uso del alcohol gel antibacterial, así como su empleo eficiente.

Resultados Destacados

El estudio de mercado del alcohol gel desarrollado por los estudiantes de la carrera de Técnico Superior en Enfermería revela una alta aceptación del producto. La mayoría



de los encuestados reporta una satisfacción general positiva con la textura y el olor del gel, destacando su eficacia en la desinfección de manos. El 48% considera el gel “muy eficaz”, y el 93% no ha experimentado reacciones adversas al usarlo. Además, el 51% de los usuarios están “muy probables” de recomendar el producto a otras personas, lo que indica una sólida aprobación y potencial de mercado. La accesibilidad del precio de \$2.00 es ampliamente aceptada por el 93% de los encuestados, facilitando la viabilidad para la comercialización a gran escala. La percepción positiva del envase y el conocimiento sobre los ingredientes también contribuyen al éxito general del producto.

Concepto	Valor (\$)
Cuota cobrada para el proyecto (Inversión)	490,00
Ingreso por venta del proyecto integrador	490,00
Total de Ingresos (Inversión + Ventas)	980,00
Costos y gastos del proyecto	490,00
Devolución de inversión a los estudiantes	490,00
Total Gastos Y Devolución (Costos + Devolución)	980,00
Sobrante de Transferencias (Total Ingresos - Total Gastos Y Devolución):	0,00
Inversión de cada estudiante	5,00
Ganancia de cada estudiante	5,00
Valor devuelto a cada estudiante	10,00

Transversalidad

Durante el desarrollo del proyecto integrador sobre la elaboración de alcohol gel, se implementó transversalidad interna al colaborar con la carrera de Técnico Superior en Enfermería en la elaboración y comercialización del producto, integrando conocimientos prácticos y teóricos de diferentes áreas. Además, se recibió transversalidad externa de otras carreras del Instituto, que contribuyeron con asesoramiento en marketing, distribución y logística, así como con apoyo en la investigación de mercado y desarrollo de materiales promocionales del producto. Esta colaboración multidisciplinaria enriqueció el proyecto, permitiendo una implementación más completa y efectiva sobre el uso del alcohol gel en la comunidad en general.

Testimonio del estudiante líder del proyecto

Como estudiante líder del proyecto de alcohol gel, he tenido la oportunidad de experimentar el proceso completo de desarrollo y



comercialización de un producto real. Este proyecto no solo me permitió aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Técnico Superior en Enfermería, sino también en desarrollar habilidades clave en gestión de proyectos, trabajo en equipo y comunicación efectiva. Ver el impacto positivo que nuestro producto tuvo en la comunidad me ha motivado a continuar buscando soluciones innovadoras y a aplicar lo aprendido en futuros proyectos. Estoy agradecida mucho por esta experiencia que ha enriquecido mi formación profesional y personal.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





GASTRONOMÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

PROYECTO

CROOKIES

Comercialización de Galletas Artesanales: Un Proyecto de Innovación Gastronómica para impulsar el emprendimiento en la Ciudad de Machala.



Resumen:

El proyecto “Comercialización de Galletas Artesanales: Un Proyecto de Innovación Gastronómica para impulsar el emprendimiento en la Ciudad de Machala” se centró en la creación y comercialización de galletas artesanales bajo la marca Crookies. A través de una estrategia enfocada en la variedad, calidad sensorial y empaques atractivos, se buscó satisfacer las demandas locales. El proyecto también tuvo un enfoque social integrador, promoviendo el emprendimiento gastronómico en Machala. Los resultados muestran una alta aceptación del producto, con oportunidades de mejora en las características sensoriales y la visibilidad del impacto comunitario del emprendimiento.



Estudio de Mercado - Resultados Cuantitativos y Cualitativos

El análisis muestra que el mercado objetivo para las galletas “Crookies” se compone principalmente de jóvenes adultos, en su mayoría mujeres, con hábitos de consumo semanal y una inclinación hacia empaques medianos con tres unidades. Los sabores más atractivos son los tradicionales, como chocochips y red velvet, con una preferencia por galletas crujientes. El precio óptimo ronda entre 2 y 3 dólares, y el envase de plástico es el favorito. Además, los consumidores priorizan ingredientes naturales y bajo contenido de azúcar, lo que sugiere que las galletas deben equilibrar sabor y salud para satisfacer sus expectativas.

Metodología

En el proyecto “Crookie Galletas”, se aplicaron tres métodos de investigación clave:

Fenomenológico: Los estudiantes de Gastronomía realizaron encuestas en Machala para obtener datos sobre preferencias de sabor, precio y empaque. Esto permitió ajustar el producto a las necesidades del mercado, asegurando su aceptación.

Hermenéutico: Se recopilaron datos de fuentes bibliográficas y sitios web para analizar la efectividad del producto y definir las áreas de mejora, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Práctico proyectual: Durante la ejecución, se organizó a los equipos para la elaboración de las galletas, supervisando el montaje, etiquetado y almacenamiento, garantizando eficiencia en los procesos.

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, pre-producción, producción y comercialización de las galletas artesanales, 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 mayo – septiembre 2024 a los estudiantes de la T.S. en Gastronomía, para transparentar la gestión de los recursos utilizados.

Resultados destacados

El proyecto “Nursing JMK. “ logró cumplir con las metas de ventas propuestas, alcanzando el presupuesto estimado y obteniendo una satisfacción aceptable por parte de los consumidores. A través de encuestas y análisis de mercado, se identificaron las preferencias de sabor, tamaño de empaque y precio, lo que permitió ajustar el producto para alinearse con las demandas del público. La variedad de sabores y la calidad de los ingredientes fueron bien recibidos, destacando la aceptación de sabores como choco avellana, red velvet y limón craquelado. Además, el uso de empaques medianos y precios accesibles contribuyó al éxito comercial del producto. La organización del equipo en la ejecución del proceso de producción, etiquetado y distribución fue clave para garantizar eficiencia y calidad en la entrega final del producto, asegurando un resultado positivo tanto en términos financieros como de aceptación del mercado.

CANTIDAD	DETALLE	INVERSIÓN	INGRESO POR VENTAS
111	Paquetes de Galletas artesanales “Coorkies”	\$. 222,00	\$. 388,50



Transversalidad:

La T.S. en Gastronomía no realizó transversalidad a favor de otras carreras pero sí se benefició de transversalidad por parte de la T.S. Diseño Gráfico.

CARRERA	TEMA	BENEFICIARIOS	HORAS	CAPACITADOR
T.S. en Diseño Gráfico	Capacitación a estudiantes sobre el branding	Estudiantes de 2do y 3er ciclo de T.S. en Gastronomía	1 hora	Lic. Efrén Romero

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.

Nombre de Empresa	Dirección	VALOR
GALTOR.	18 de Noviembre, Loja	\$. 45,97
DAULCOM.	Av. 10 de Agosto y Guabo esquina. Machala	\$. 34,12
DISTRIBUIDORA SAN FRANCISCO	Calle Guabo y 9 de mayo, Machala	\$. 75,55
PLASTIQUIMIA	Pichincha 813 entre Junín y Tarqui, Machala	\$. 47,50

Testimonio del estudiante líder del proyecto:

El proyecto integrador ha sido una oportunidad excepcional para poner en práctica nuestras habilidades adquiridas en la carrera de gastronomía. A través de la elaboración y comercialización de galletas, hemos podido experimentar de primera mano el desafío de combinar creatividad, técnica culinaria y gestión empresarial.



Este proyecto no solo nos permitió perfeccionar nuestras destrezas en cocina, sino también aprender sobre la importancia de la planificación, la administración de recursos y el trabajo colaborativo. Cada etapa, desde la conceptualización del producto hasta su venta final, nos ayudó a desarrollar competencias esenciales como el liderazgo, la comunicación efectiva y la toma de decisiones bajo presión. En definitiva, el proyecto ha sido una experiencia formativa que nos preparó para los retos reales que enfrentaremos en el ámbito profesional.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS





INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡Hacemos gente de talento!

