



MUSUKIAM

... aquí comienza el cambio.

CUARTA EDICIÓN

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

abril - septiembre 2022



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



PROYECTOS INTEGRADORES

ISTS ABRIL - SEPTIEMBRE 2022

Instituto Superior Tecnológico Sudamericano
Edición N° 4
PROYECTOS INTEGRADORES 2022
LOJA-ECUADOR

- ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
- DESARROLLO AMBIENTAL
- DESARROLLO DE SOFTWARE
- DISEÑO GRÁFICO
- ELECTRÓNICA
- ENFERMERÍA
- GASTRONOMÍA
- MECÁNICA AUTOMOTRIZ
- TALENTO HUMANO

CRÉDITOS

Ing. Ana Cordero Clavijo, Mgs.
DIRECCIÓN GENERAL

Ing. María Cristina Morería, Mgs.
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

Instituto Superior Sudamericano
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Ing. Verónica Paredes, Mgs.
COORD. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Ing. Cristian Prieto, Mgs.
COORD. DESARROLLO AMBIENTAL

Ing. Alex Yunga.
COORD. DESARROLLO DE SOFTWARE

Tlgo. Pablo Duque
COORD. DISEÑO GRÁFICO

Ing. Oscar Jiménez
COORD. ELECTRÓNICA

Lic. Paula Córdova
COORD. ENFERMERÍA

Tlgo. Carlos Vadivieso
COORD. GASTRONOMÍA

Ing. Luis Darío Granda
COORD. MECÁNICA AUTOMOTRIZ

Lic. Johana Córdova
COORD. TALENTO HUMANO

CONTENIDO

- 09 | Proyecto **AHORRITO**
Tecnología en Administración Financiera
- 17 | Proyecto **ECOSMIND**
Tecnología en Desarrollo Ambiental
- 25 | Proyecto **AMACHAY**
Tecnología en Desarrollo de Software
- 33 | Proyecto **LAS PALABRAS SE SIENTEN**
Tecnología en Diseño Gráfico
- 41 | Proyecto **YUYAY – SWITCH 2.0**
Tecnología en Electrónica
- 49 | Proyecto **KALIKAI-SUEROVIT**
Tecnología en Enfermería
- 57 | Proyecto **GASTROMÉRICA**
Tecnología en Gastronomía
- 65 | Proyecto **UTKANA**
Tecnología en Mecánica Automotriz
- 73 | Proyecto **MIS KIYA**
Tecnología en Talento Humano

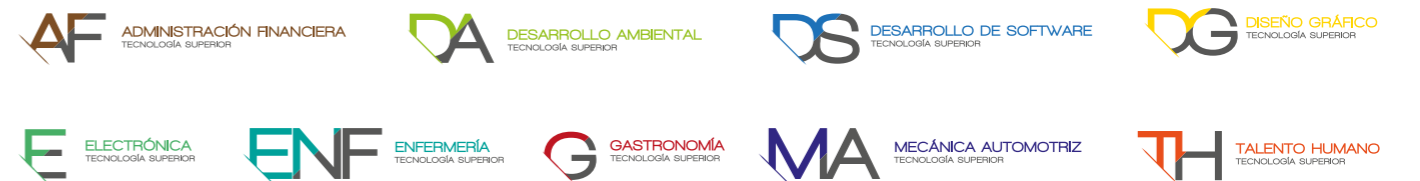


INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO

¡Hacemos gente de talento!

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

abril - septiembre 2022





ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



AHORRITO - CAJA DE AHORRO Y CRÉDITO UNIÓN ESTUDIANTIL

Desarrollo de emprendimientos sostenibles para el crecimiento académico y económico de los estudiantes de la Tecnología en Administración Financiera.

Resumen

La marca INNOVA Y EMPRENDE presenta en el semestre abril - agosto 2022 dos ideas de negocio innovadoras: Ahorruto (Kit para fomentar el ahorro en los más pequeños de casa decorando su propia alcancía generando una cultura financiera desde temprana edad con actividades lúdicas) y la Caja de Ahorro "Unión Estudiantil", el objetivo de los proyectos es generar a través de la academia emprendimientos que sean sostenibles y rentables en el tiempo ya que responden a una necesidad de la ciudadanía determinada en las encuestas de aceptación y satisfacción aplicadas, que es el fomentar el ahorro para tener un fondo de emergencia.

ESTUDIO DE MERCADO

Para la ejecución y cumplimiento de los objetivos del presente proyecto se desarrollaron encuestas que se enfocaron en recolectar información para diagnosticar el nivel de aceptabilidad y satisfacción que poseen los demandantes de los productos y servicios de la marca "Innova y Emprende", permitiendo determinar: gustos, preferencias, necesidades y comportamiento de los consumidores frente a las ideas de negocio planteadas. Se aplicó un estudio de mercado a la ciudadanía de Loja teniendo una muestra de 384 personas para Kit Lúdico AHORRITO 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 154 encuestados, ambos estudios permitieron determinar la demanda y oferta de los productos y servicios colocados en el mercado, permitiendo el mejoramiento en cada uno de los bienes y servicios comercializados.

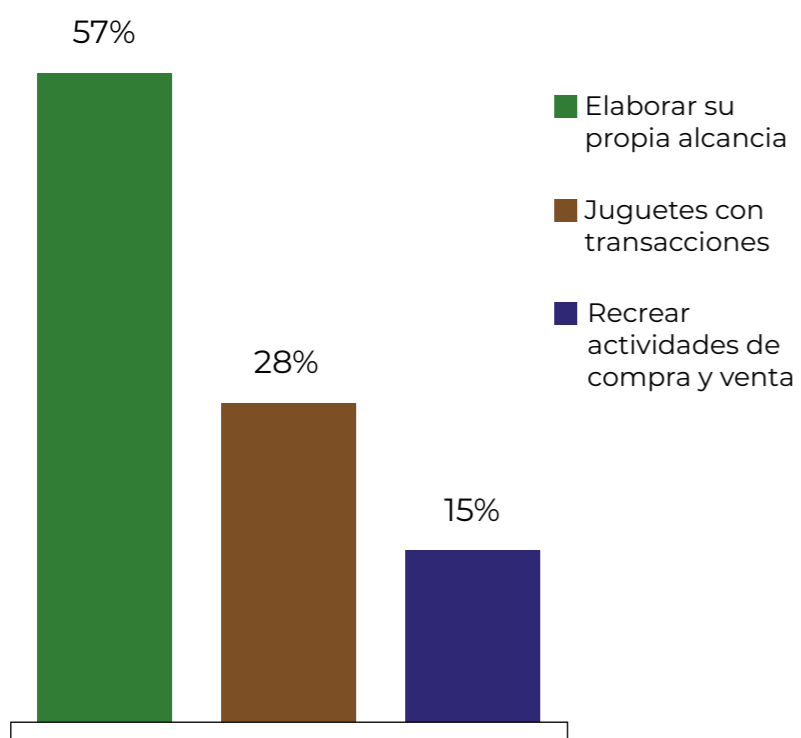


Figura 1: ¿Cuál es una herramienta útil para fomentar el ahorro en niños?

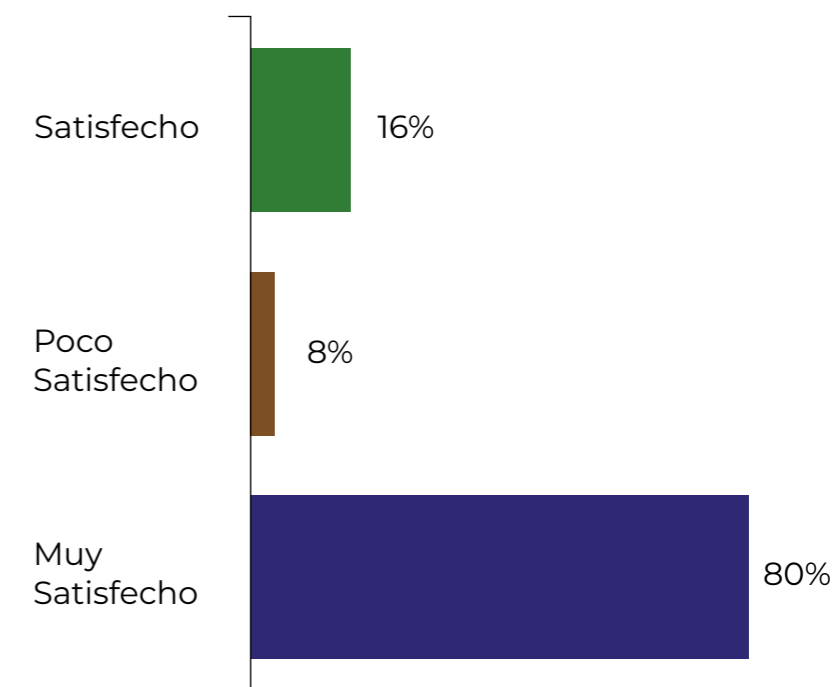


Figura 2: Aceptación de Caja de Ahorro "Unión Estudiantil" por parte de la comunidad educativa del ISTS

METODOLOGÍA

Se utilizó un diseño metodológico de carácter cualitativo y cuantitativo es decir mixto, en primer lugar se aplicó el método cualitativo integral que aportó con la recolección bibliográfica, sustentación empírica, elaboración, aplicación y análisis de encuestas de aceptación - satisfacción así como la elaboración de la marca y comercialización empleando estrategias publicitarias en redes sociales del producto y servicio ofertado en el mercado logrando llegar al público objetivo cubriendo las necesidades del mismo, en la fase de planificación y venta de los bienes y servicios comercializados así como en la medición de resultados tanto académicos como en términos monetarios fue prescindible la aplicación de un diseño cuantitativo no experimental transversal para obtener resultados aceptables en cuanto a volumen de ventas y margen de utilidad planificados o presupuestados, cumpliendo todos los objetivos planteados en este proyecto.

Objetivo general

Demostrar que los estudiantes del ISTS 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

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

la teoría a la práctica cumpliendo el modelo educativo del ISTS. Se implementó un proceso administrativo en AHORRITO y la Caja de Ahorro "UNIÓN ESTUDIANTIL", mismos que sirvieron para satisfacer la demanda generada en el mercado superando la planificación realizada obteniendo mejores resultados académicos y finalmente la presentación de resultados mediante un póster científico permitió sintetizar la información generada en desarrollo del proyecto integrador, con los resultados de mayor importancia.

Listado de productos y servicios ofertados / (Costos en Dólares y en Tasas)

Nro	Productos / Servicios	Valor de Apertura \$	Costo/pasivo	Costo/Activo
1	Depósitos de ahorro	2-Ninguno	0	0,50
2	Depósitos a plazo fijo	10-500	5,5%	
3	Créditos de Consumo	5-50		0,25/\$5
4	Créditos de Consumo	51-150		0,20/\$5
5	Créditos emergentes	20-40		0,25/\$5

Ventas e inversión

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
38	Inversión	14	\$532,00
152	Kit Ahorrato	5	\$760,00
	Total		\$ 1292,00

TRANSVERSALIDAD

La diversidad de conocimientos (transversalidad entre carreras) que posee el ISTS dentro de su modelo educativo, fue de suma importancia para el desarrollo óptimo del proyecto debido a que permitió el mejoramiento de los bienes y servicios que se ofertaron el presente semestre, se contó con el apoyo de la Tecnología Superior en Diseño Gráfico para la elabora-

ción de imágenes publicitarias y material digital con el objetivo de desarrollar una campaña publicitaria de posicionamiento de los productos y servicios de INNOVA Y EMPRENDE brindando a los demandantes productos de calidad; así también se brindó asesoría presupuestaria a la TS de Mecánica Automotriz, Desarrollo de Software y Desarrollo Ambiental.

Campaña promocional del proyecto ahorrito



Actividad Lúdica proceso de decoración de la alcancía

EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS



Contenido publicitario proceso de desarrollo de fundas de papel para alcancías



Presentación del trabajo realizado por los estudiantes



DESARROLLO AMBIENTAL
TECNOLOGÍA SUPERIOR



ECOSMIND

Elaboración y comercialización de lámparas rústicas de madera.

Resumen

Mediante la fabricación de lámparas rústicas, se busca satisfacer las necesidades de la población ofreciéndoles diseños de lámparas ecológicas, la cual tiene como materia prima partes de árboles "ramas, troncos o raíces" de material vegetal inerte, producto desarrollado como una práctica ambiental importante ya que introducen nuevamente al ciclo productivo aquellos materiales de desecho que ya cumplieron su vida útil, este aprovechamiento tiene el propósito de brindar alternativas en el uso de materiales desechados, de manera que podamos contribuir a mantener un ambiente agradable y fomentando la economía circular, además de aportar con una idea de inversión, creativa e innovadora.

ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el estudio de mercado realizado a la ciudadanía se determinó el costo de las lámparas rústicas de madera reciclada bajo la marca "ECOSMID", valor que dependió principalmente de los materiales y mano de obra para la fabricación del producto, se consideró los costos de producción, los gastos de materiales y el valor de hora trabajada; dentro de las preferencias del mercado se pudo determinar el interés por lámparas de mesa, de pared y de techo; la preferencia del producto se enmarcó principalmente que se sea construida con madera sólida y con un excelente acabado.

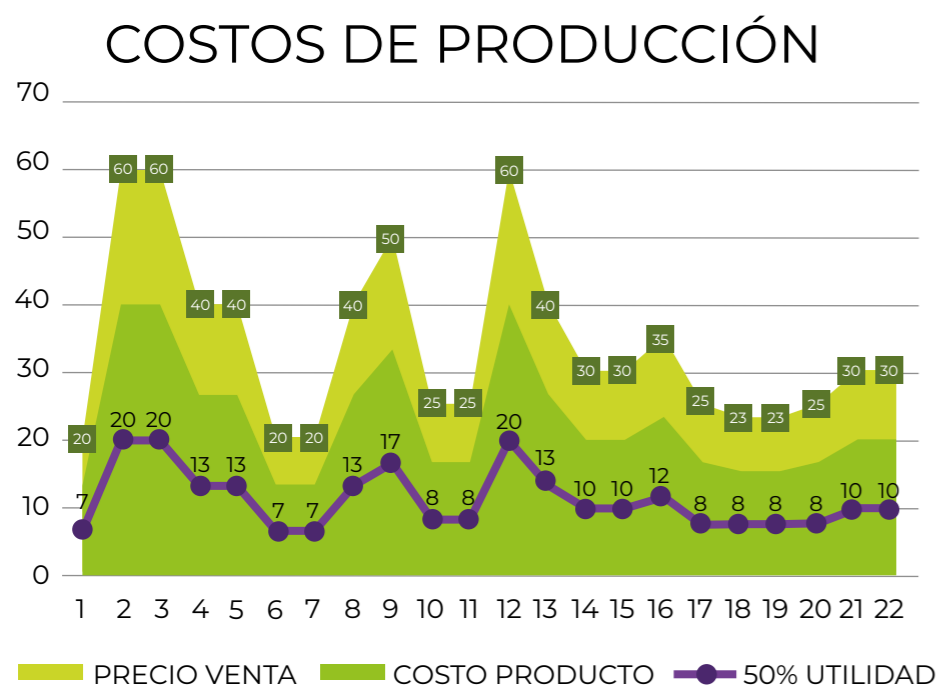
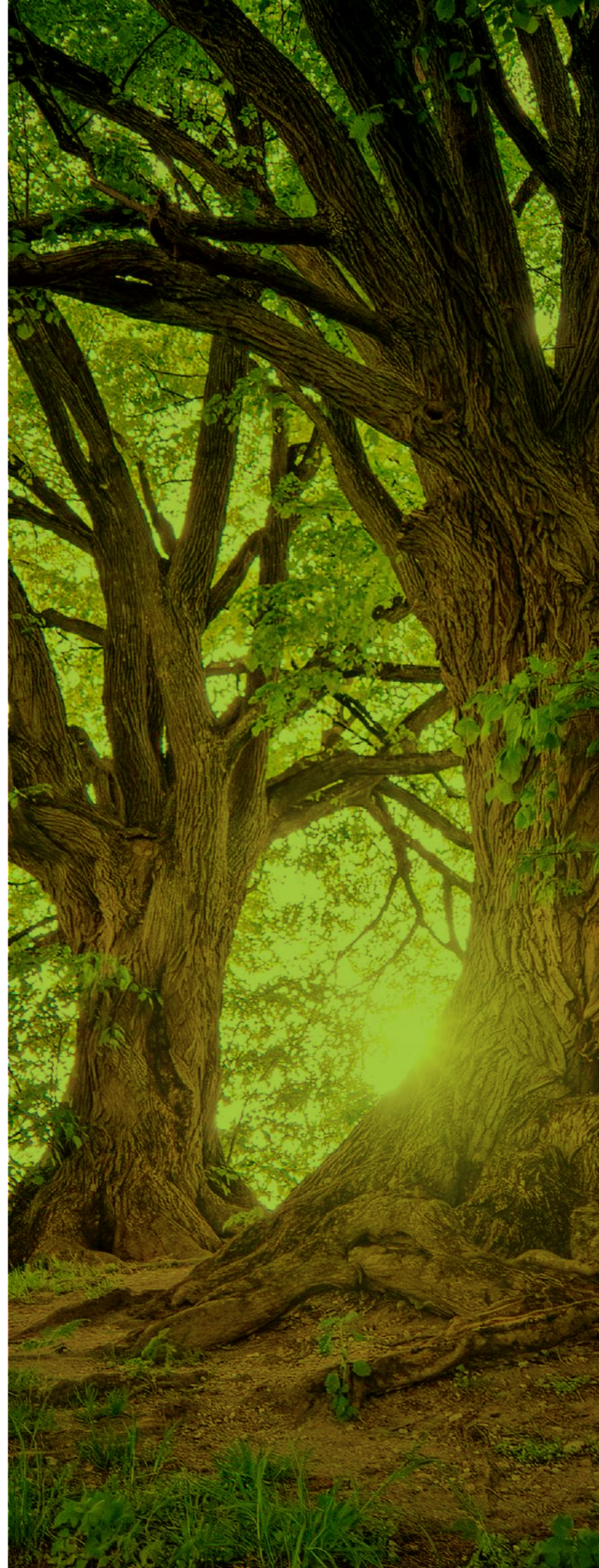


Figura 1. Punto de equilibrio y comercialización por cursos.
Fuente: Equipo docentes tecnología desarrollo ambiental.



METODOLOGÍA

Para la ejecución del proyecto nos basamos en el método fenomenológico, para el cual se realizó el estudio de mercado mediante encuestas para conocer las necesidades y preferencias del consumidor, para la parte investigativa utilizamos el método hermenéutico basándonos en trabajos ya realizados en el que se decidió elaborar lámparas de pared, de mesa, de piso, y colgantes para ello se trabajó con las partes de árboles que han cumplido su ciclo de vida y que se encuentran actualmente formando parte de la biomasa ello es: raíz, tronco y ramas.

Finalmente, con la ayuda del método práctico proyectual realizamos la elaboración de las lámparas rústicas donde cada una de ellas tienen un diseño único, partiendo desde la selección de la madera (materia prima), diseño, instalación eléctrica y acabados de las lámparas; para llegar hasta su comercialización finalizando con la socialización del proyecto a los estudiantes y autoridades de la institución.

Objetivo General

Demostrar que los estudiantes del ISTS 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

Para la elaboración del proyecto se elaboraron 22 lámparas rústicas de madera reciclada, fabricadas por los estudiantes de la tecnología de Desarrollo Ambiental, las mismas que a través de una campaña publicitaria en las redes sociales, se logró comercializar el 100%, para conocer el impacto que causó las lámparas rústicas al público, se realizó una encuesta, la misma estuvo constituida por 6 preguntas con una escala cuantitativa de 1 deficiente, 2 regular, 3 bueno y 4 excelente, en el cual el

100% de los encuestados están de acuerdo con el emprendimiento, logrando demostrar que los estudiantes están en la capacidad de producir bienes y 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 superar las expectativas de éxito planteadas al inicio del proyecto.

DETALLE UNITARIO PROYECTO LÁMPARAS RÚSTICAS

	Valor total	Unidades producidas	Valor unitario
MPD	\$ 6,25		6,25
MOD	\$ 7,08	1	7,08
CIF	\$ -		0,00
Costo de producción unitario Proyecto colorea tu fauna			\$ 13,33

Por unidad			
Costo unitario	% Utilidad	PVP	Diferencia
13,33	50	20,00	6,67

Unidades	% Utilidad	PVP	Diferencia
13,33	50	20,00	6,67

% Utilidad del producto



Figura 2. Detalle de venta y utilidad del producto
Fuente: Equipo carrera gestión ambiental

TRANSVERSALIDAD

Para el presente proyecto se ha considerado necesario el apoyo de la tecnología de Diseño Gráfico, en la creación del arte publicitario, que nos será útil, en la marca, en la difusión para la comercialización y en la promoción en redes sociales, para ello se requirió la ayuda de un estudian-

te en la elaboración del arte, el asesoramiento de la tecnología de Administración Financiera en los temas de emprendimiento, estudio de mercado y análisis financieros, y de la tecnología de electrónica para la revisión e instalaciones eléctricas de las lámparas rústicas.

Presentación final foto del resultado obtenido



Presentación Final resultado final obtenido luego de la elaboración

EVIDENCIAS / FOTOGRAFICAS



Proceso lacado desarrollo de lacado y pintado de raíz



Presentación Final resultado final obtenido luego de la elaboración



DESARROLLO DE SOFTWARE
TECNOLOGÍA SUPERIOR



AMACHAY

Fomenta tu futuro en la Informática

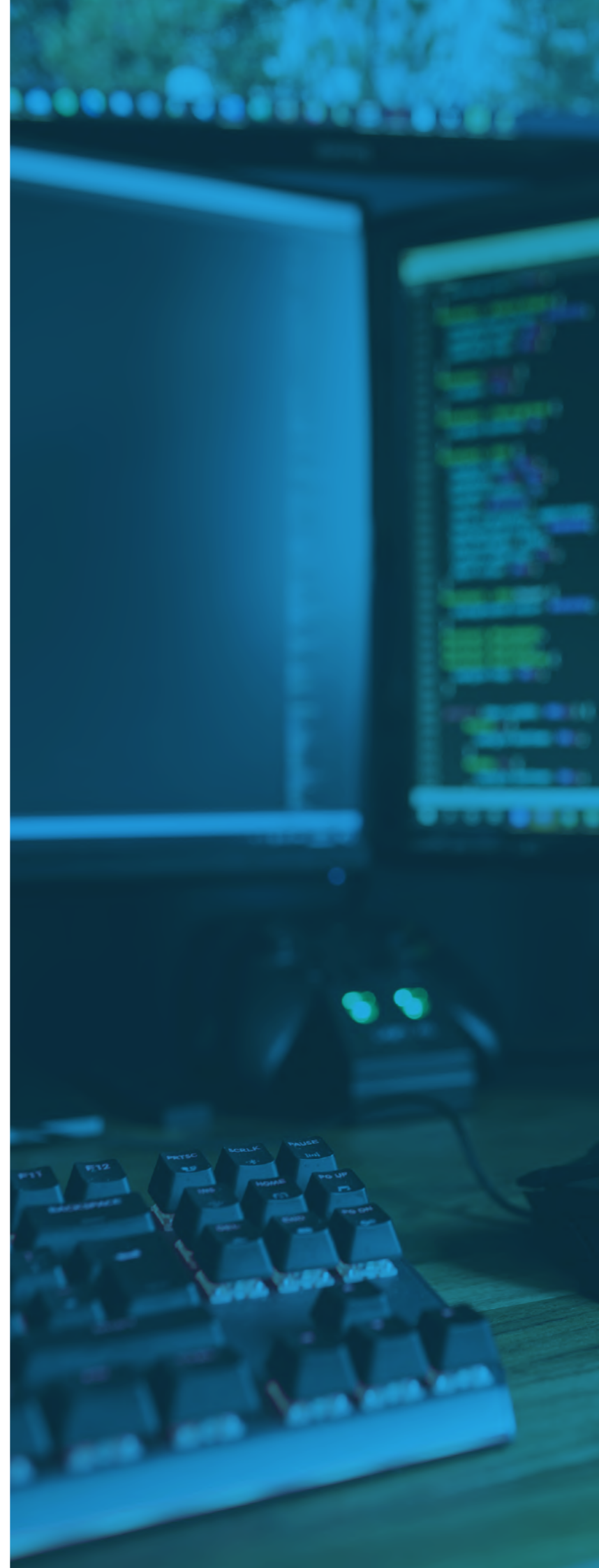
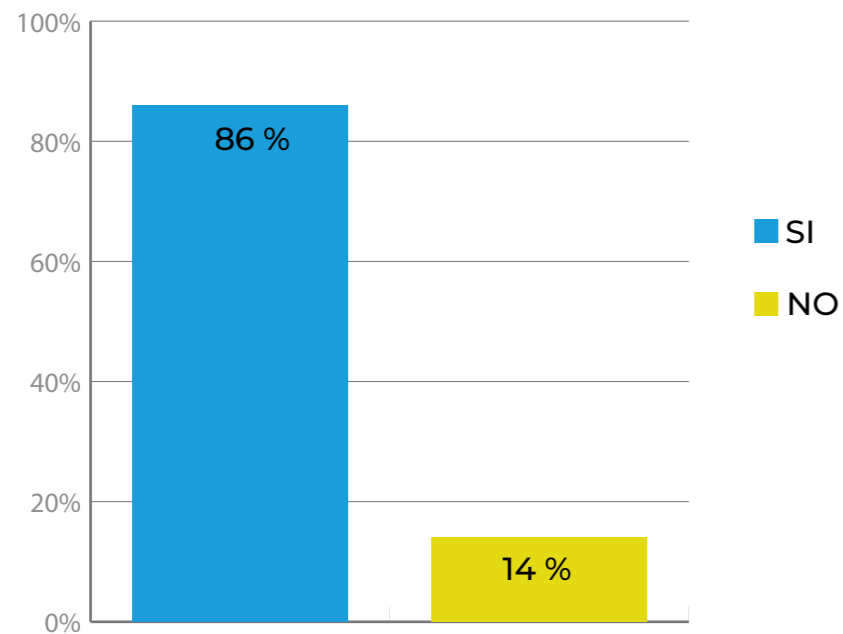
Resumen

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 de Tecnología Superior en Desarrollo de Software del ISTS 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, basada en principios y valores, aplicando la transversalidad con las diferentes áreas del conocimiento, en el emprendimiento denomina AMACHAY se creó un tercer producto con la finalidad que permitirá el manejo del hardware básico y la programación que es dirigido para los niños y jóvenes que se involucrarían en los proyecto de vinculación con la creación de club de la programación y la electrónica.

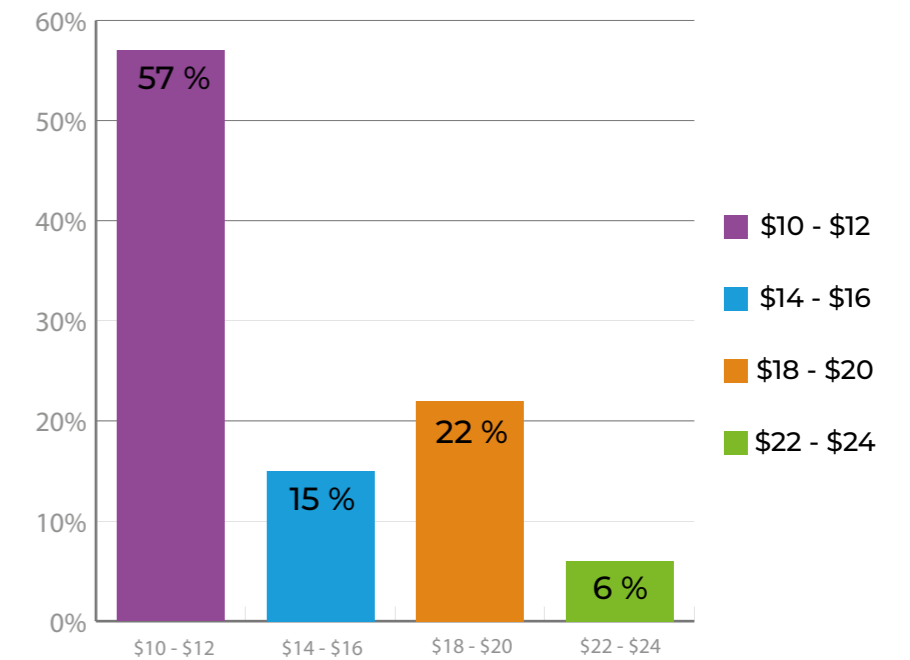
ESTUDIO DE MERCADO

En la actualidad la sociedad en general tienen proyectos para emprender y poder invertir, se ha estimado en elaborar productos orientados al cuidado de nuestros equipos computacionales mediante el emprendimiento AMACHAY, se ha producido productos con las abreviaturas KL1 (Kit de limpieza 1), el mismo se creó como segundo producto con la abreviatura KL2 (Kit de limpieza 2), que permitirá a los usuarios realizar la limpieza externa de sus computadoras; asimismo se ha creado un tercer producto con las abreviaturas KH1 (Kit de hardware básico para programar), como emprendimiento permite incrementar productos nuevos y con proyecciones a la tecnología, la finalidad del estudio de mercado fue enfocada en elaborar productos en la programación y la electrónica; estuvo dirigido a la colectividad Lojana a fin de determinar la creación de un club para aprender a programar y controlar el hardware que asumirá el producto KH1, costos, y presentación.

Te inscribirías en un club para aprender a programación básica y controlar hardware



Inversión del kit de hardware básico para aprender a programar



METODOLOGÍA

Método Fenomenológico: Hace referencia a los costos de inversión del proyecto AMACHAY en base a proformas; también aporta al estudio de mercado aplicado a la colectividad para determinar la creación del club que tendrá el producto KH1, (Kit de hardware básico para aprender a programar) costos y presentación.

Método Hermenéutico: es aplicado en la comercialización de productos y/o servicios del emprendimiento AMACHAY con la abreviatura KH1 (Kit de hardware básico para aprender a programar), con la información del producto del kit se hace conocer mediante las redes sociales.

Método Práctico Proyectual: se enfoca a la elaboración del kit, comercialización de los productos y valoración de resultados aplicado en capacitaciones y uso de los manuales en el club de programación básica y controlar el hardware con la aplicación del producto KH1.

Objetivos general

Demostrar que los estudiantes de Tecnología Superior en Desarrollo de Software del ISTS 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

Se elaboró el proyecto integrador con productos orientados para programar y controlar la electrónica básica considerado como el kit KH1 del emprendimiento AMACHAY.

El Kit de hardware y programación básica KH1 contiene los siguientes elementos: conectores, pulsadores, led, resistencias de 10 OHM, LDR 5mm, buzzer, sensor ultra sonido 4pin, wifi v3 CH340, protoboard 400 puntos, de la misma manera contiene el manual de usuario en la que le permitirá realizar 9 prácticas como: usa-

bilidad, esquema lógico, simulación, procesos de programación en la que le permite hacer uso el kit KH1. De la misma manera participaron en el club para aprender a programar y controlar el hardware que está aplicado en el proyecto de vinculación. Los costos de producción del kit KH1, se obtuvieron los resultados esperados con un promedio económico favorable como son los ingresos por ventas, el costo de producción está estrechamente relacionado con el sector tecnológico.

VENTAS TOTALES			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
23	Comercialización productos AMACHAY: Kits de hardware básico y programación KH1	\$30,00	\$293,00
TOTAL DE VENTAS			\$293,00

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

** Se está proyectando un mínimo de 1 kit por estudiante

TRANSVERSALIDAD

Se trabaja con la Tecnología de Administración Financiera con la identificación de ingresos costos y gastos para determinar el precio de venta del producto KH1. De la misma manera con la Tecnología Superior en Diseño Gráfico

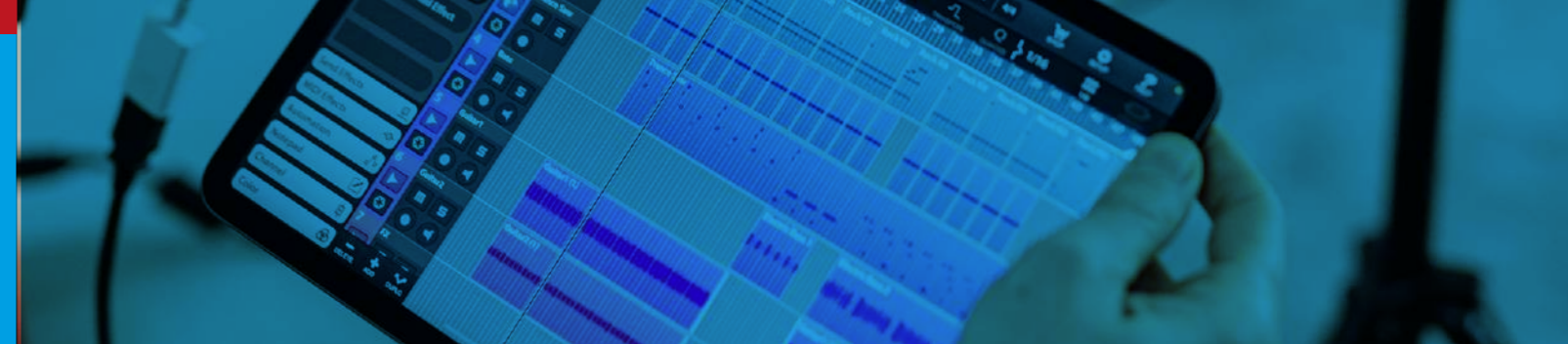
con la elaboración de material de la promoción publicitaria, marca del producto del kit KH1, en la que diseño la estructura del manual gráfico.

Invitación promocional para redes sociales



Actividades de diseño gráfico para proyecto de transversalidad

EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS



Fotografía publicitaria y Packaging del Kit Amachay.



Presentación de kit entregado a participantes del club de programación y electrónica

LAS PALABRAS SE SIENTEN

LAS PALABRAS SE SEINTEN

Diseño y comercialización de un libro didáctico ilustrado para para promover la empatía en niños de cinco a ocho años en la ciudad de Loja.

Resumen:

El proyecto surge de la necesidad de promover la empatía en los niños y contribuir a la toma de consciencia del acoso o bullying en entornos educativos, problemática presente en la localidad y con alarmante crecimiento a nivel nacional e internacional. Estos fueron los motivos que fundamentaron la creación de la marca Las palabras se sienten, a través de la cual se diseñó el cuento homónimo ilustrado para niños de cinco a ocho años cuya finalidad fue fomentar valores en las familias lojanas. Mediante este proyecto los estudiantes pudieron poner en práctica los conocimientos adquiridos en las diferentes asignaturas y formar nuevos aprendizajes durante el desarrollo del plan de marketing elaborado para la ejecución de este proyecto.

ESTUDIO DE MERCADO

El mercado al cual se enfocó el estudio de mercado fue a la población económicamente activa de la ciudad de Loja, dando una muestra de 383 personas a las cuales se encuestó con la finalidad de definir por un lado la pertinencia del proyecto y por otro aquellos artículos que tendrían mejor acogida en el mercado así como los métodos de distribución y ventas, destacando de esta manera en el Gráfico 1 que la mayor parte de la población encuestada sí compran cuentos para niños.

Gráfico 1
Compra

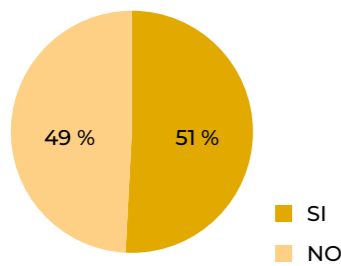
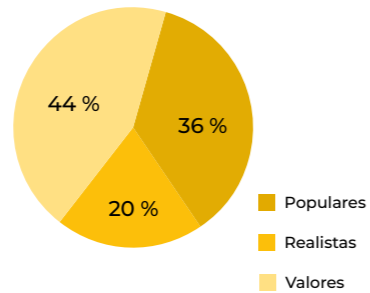


Gráfico 2
Tipo de cuento



Fuente: Población del cantón Loja

Elaborado por: Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS

Gráfico 3
Conocimiento sobre el bullying

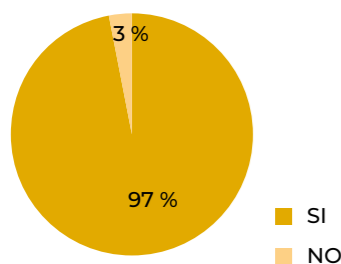
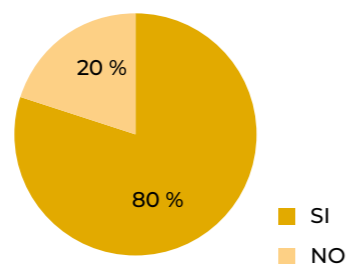


Gráfico 4
Existencia de los cuentos sobre los valores



Fuente: Población del cantón Loja

Elaborado por: Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS

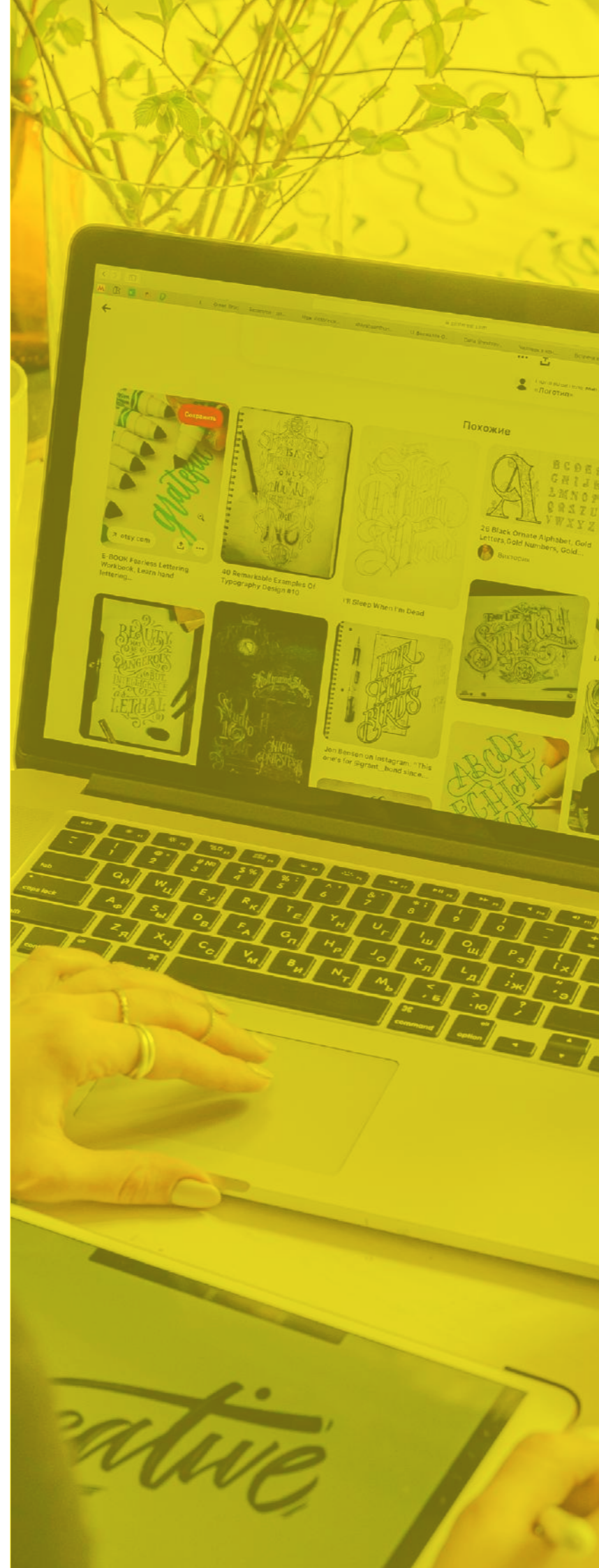


Gráfico 5
Consumo

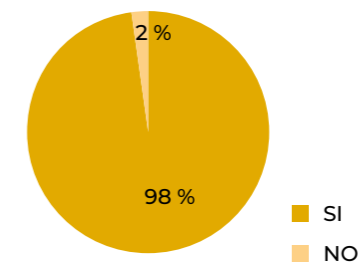


Gráfico 6
Medios

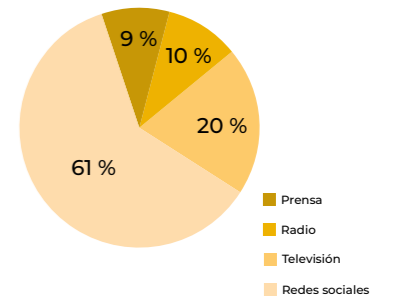
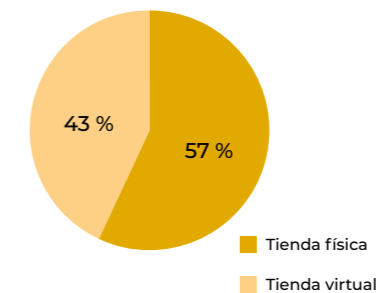


Gráfico 7
Lugar de compra



Fuente: Población del cantón Loja

Elaborado por: Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS

METODOLOGÍA:

Con base en el método fenomenológico se empezó analizando el contexto en el cual nos encontramos, pensando en cómo nos relacionamos con el entorno, y de esta forma definiendo las necesidades que pueden ser solventadas por medio de la ilustración aplicada al diseño editorial para la elaboración de un producto y una campaña publicitaria. Posteriormente, se utilizó el método hermenéutico para comprender a profundidad las fuentes bibliográficas y aplicar métodos y procesos adecuados para efectuar las diferentes actividades que este proyecto conlleva como el conocimiento de fundamentos del dibujo artístico, manejo de técnicas de ilustración tradicional, digital y su aplicación en la diagramación de un cuento.

Finalmente, estas fases fueron complementadas con el método práctico proyectual partió con la elección de la actividad que se proyectó como solución de la problemática identificada, continuó con la descripción de los beneficiarios, elaboración del cronograma de actividades, recursos, formas de financiamiento, modo de evaluación, etc. y finalizó con la implementación o ejecución de las actividades planificadas.

Objetivo General:

Demostrar que los estudiantes del ISTS 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

Por medio de la investigación de mercado se logró obtener la información necesaria para determinar si el producto realizado sería aceptado en el mercado. Contando con los resultados favorables se propusieron varias ilustraciones con diferentes estilos, de las cuales se seleccionaron las opciones más adecuadas para un libro infantil; estas se retocaron digitalmente y se aplicaron dentro de la diagramación del libro.

Adicionalmente, se logró capacitar a los estudiantes sobre técnicas de promoción, publicidad y comercialización a través de las

asignaturas de marketing, emprendimiento y campañas publicitarias. De manera que la campaña elaborada fue el resultado del trabajo creativo de los estudiantes de quinto ciclo quienes definieron adecuadamente el público objetivo y las estrategias para distribuir contenido en redes sociales, implementando también material audiovisual en Tik Tok para elevar el alcance de la información.

Por otra parte, a través del informe final se presentan los resultados del proyecto realizado, mismos que fueron presentados ante el consejo regente y toda la comunidad educativa.

Tabla 1

Resumen de ingresos y gastos

PROYECTO LAS PALABRAS SE SIENTEN	
INGRESOS	
CUOTA PROYECTO INTEGRADOR	2159,00
VENTA LIBROS	4380,00
TOTAL INGRESOS	6539,00
EGRESOS	
COSTOS DE PRODUCCIÓN 300 LIBROS	1629,00
COSTOS DE PRODUCCIÓN 300 BOLSAS	300,00
CAMPAÑA PUBLICITARIA	100,00
GASTOS VARIOS	178,65
TOTAL EGRESOS	2207,65
RESULTADOS DEL EJERCICIO	
INGRESOS	6539,00
EGRESOS	2207,65
UTILIDAD	4331,35
INVERSIÓN INICIAL	2207,65
UTILIDAD VENTA CUENTOS	2123,70
	4331,35
UTILIDAD INDIVIDUAL A ESTUDIANTES (127) (\$17,00 CAPITAL + \$17,00 UTILIDAD = \$34,00)	34,00

Nota: Elaborado por estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico, 2022.

TRANSVERSALIDAD

La carrera de Diseño Gráfico realizó su proceso de transversalidad con la carrera de Administración Financiera con la finalidad de realizar

el proceso de contabilidad e informe final del dinero invertido y las utilidades generadas en el presente proyecto.

Fotografía final del cuento Las palabras se sienten



Presentación y lanzamiento oficial del cuento Las palabras se sienten

EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

Grabación de campaña publicitaria para redes sociales



Participación de los docentes en el lanzamiento oficial del cuento



ELECTRÓNICA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



YUYAY - SWITCH 2.0

YUYAY - SWITCH 2.0

Dispositivos domóticos a través de sistemas electrónicos y tecnologías de vanguardia.

Resumen

Actualmente, debido a la adopción de la tecnología y al continuo proceso y desarrollo de la digitalización una parte de la población ya cuenta con asistentes virtuales. Sin embargo, a pesar de la gran aceptación de estos mecanismos, muchas personas aún no confían en este tipo de dispositivos, debido al desconocimiento que tenemos al respecto. Por ello, se llevó a cabo el desarrollo del proyecto denominado Yuyay - Switch 2.0 con el fin de dar a conocer su potencialidad y su implementación en dispositivos domóticos controlados mediante asistentes virtuales como Alexa para el encendido/apagado de luces y aparatos eléctricos en el hogar.

ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el uso de la encuesta se pudo establecer la preferencia por el diseño, accesibilidad, usabilidad, costo, servicio técnico, la forma en la que el cliente adquirió el producto y determinar cuál es la mayor aplicación que le desean dar a los dispositivos domóticos dentro del hogar. En redes sociales se evidenció que Yuyay - Switch 2.0 cumple con las prestaciones que ofrece para la seguridad y en confort en el hogar. El precio que pagaron los consumidores por el dispositivo es atractivo y competente frente a dispositivos con similares características que existen en el mercado.

Figura 1
Consumidores que adquirirían el dispositivo domótico

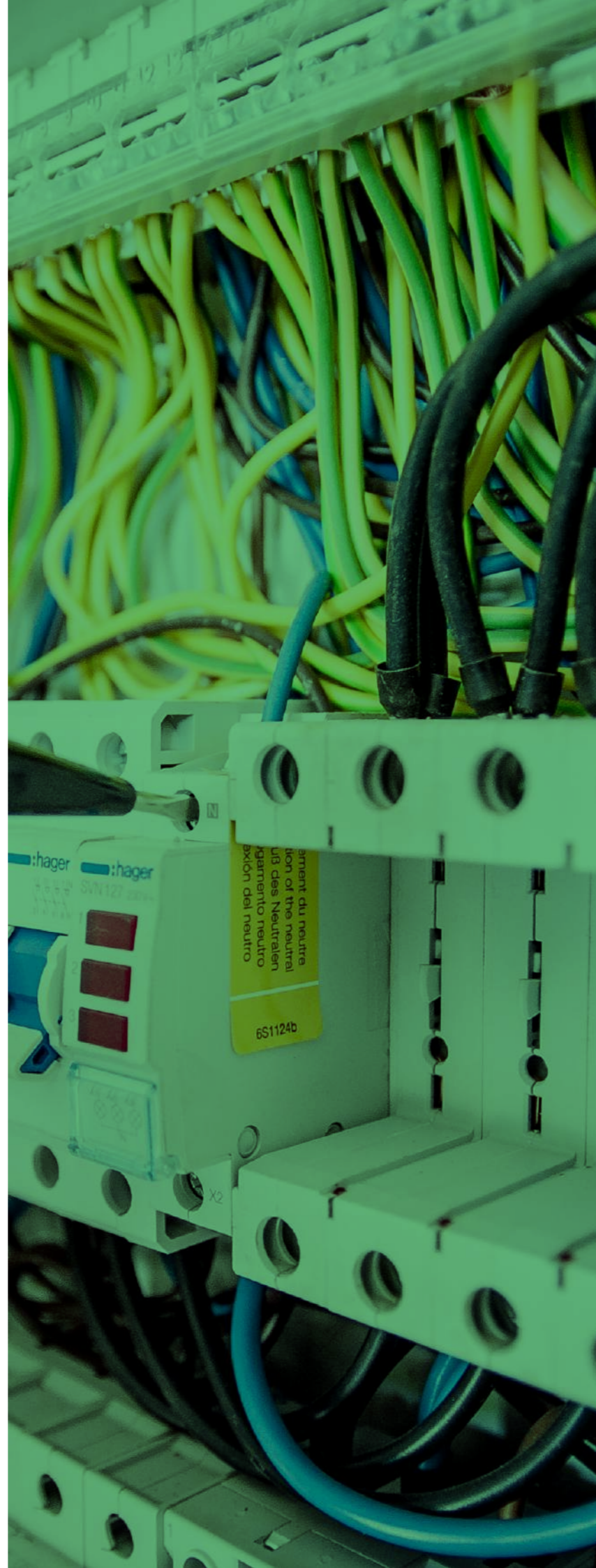
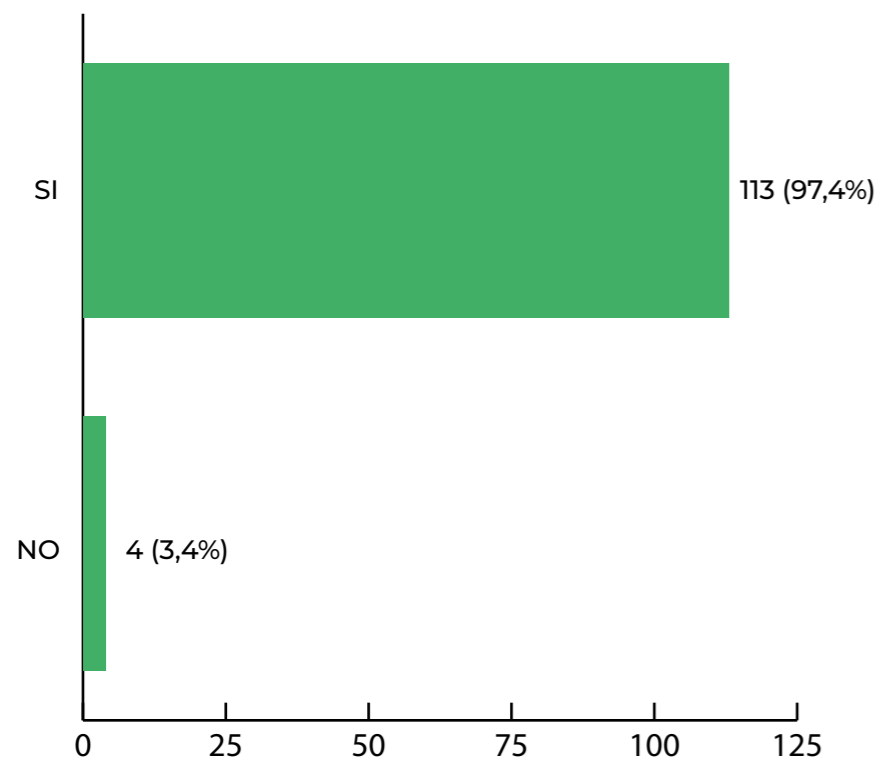
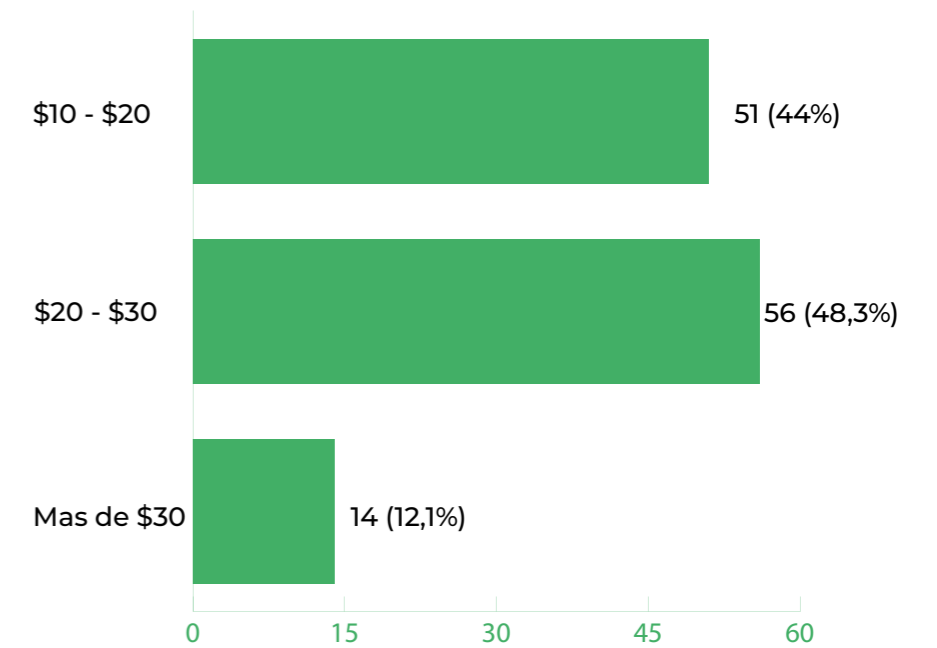


Figura 2
Precio a pagar por el dispositivo domótico.



METODOLOGÍA

Para el diseño del dispositivo Yuyay - Switch 2.0 se decidió mantener la esencia de su versión anterior incorporando la invocación en cuanto a la forma de interactuar con el asistente virtual Alexa. La fase de modelado del dispositivo se centra en la selección de componentes y materiales electrónicos para la implementación del prototipo y su manipulación con Alexa para el encendido/apagado de luces.

Se reciclaron cargadores para usarlos como fuentes de alimentación. Se realizaron las pruebas de funcionamiento mediante comandos de voz con el asistente virtual para que controle luces de hogar, luces led y tomacorrientes, logrando que el dispositivo funcione además a través de una dirección IP con software libre como Tasmota y directamente a través de la aplicación de dicho asistente virtual.

Objetivo General

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

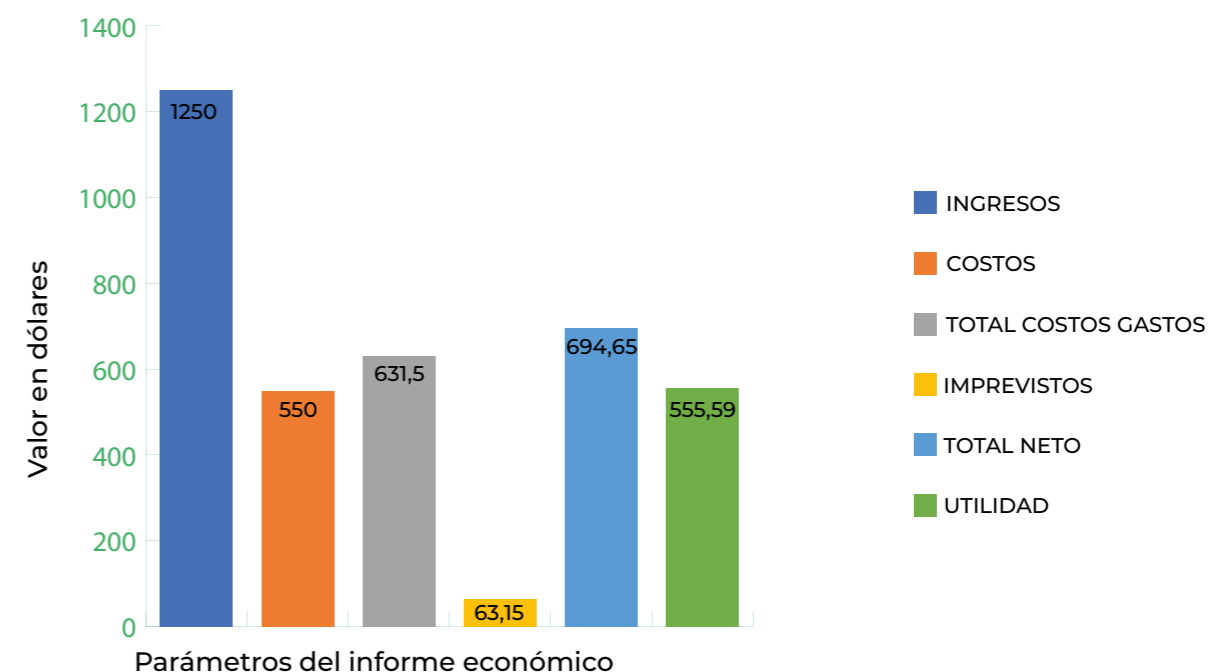
RESULTADOS DESTACADOS

Yuyay - Switch 2.0 resulto novedoso e innovador, las personas estuvieron interesadas en adquirir el producto por la incorporación de Alexa para el control de luces en el hogar. Se lograron vender 50 dispositivos generando una utilidad total de \$555.59 que representa el 97.98%.

Al dispositivo se lo puede controlar además de Alexa, con software libre como Tasmota y directamente a través de la aplicación de dicho asistente virtual. Los estudiantes participaron

activamente en la construcción, producción y comercialización de los prototipos aplicando y adquiriendo habilidades en cada una de las fases del proyecto. Es importante destacar que en cada proyecto integrador los estudiantes se desempeñan mejor y el emprendimiento es su motivación constante para que se plasman ideas innovadoras en el desarrollo de proyectos. En la figura 3 se muestra el resumen de costos, gastos y el valor de utilidad real del proyecto.

Figura 3
Informe económico del proyecto Yuyay - Switch 2.00



TRANSVERSALIDAD

El proyecto se desarrolló con el apoyo de la tecnología superior en Diseño Gráfico para la ejecución de la "Capacitación en ventas, dicha transversalidad permitió tener una capacitación con todos los estudiantes de la carrera enfocada a vender, la forma en la que deben promocionar un producto, la manera en la

que deben acercarse al cliente, el cómo explicar al cliente las bondades del producto y sobre todo a perder el miedo al rechazo del cliente y al expresarse ante los demás. Se capacitó a un total de 50 estudiantes que se encargaron de comercializar el dispositivo Yuyay -Switch 2.0

*Presentación final
del producto Yuyay –
Switch 2.0*



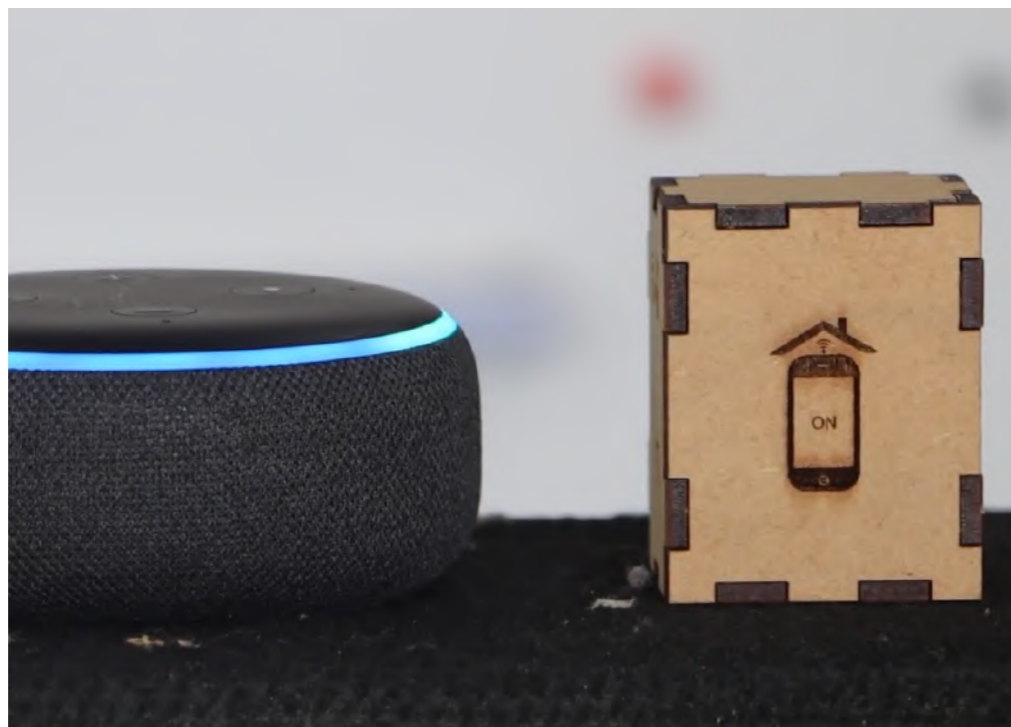
*Presentación final
del producto Yuyay –
Switch 2.0*



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS



*Presentación final
del producto Yuyay
– Switch 2.0 junto a
dispositivo alexa*



*Mecanismos de control
interno del dispositivo
Yuyay – Switch 2.0*





KALIKAI-SUEROVIT

Administración de megadosis endovenosa de vitamina C, aplicados por los estudiantes del nivel técnico superior de la Carrera de enfermería del ISTS.

Resumen

La carrera de Enfermería del ISTS teniendo como objetivo primordial el cuidado integral de nuestros pacientes y sabiendo que el contexto de una pandemia ha volcado toda su atención hacia las áreas de salud, ha desarrollado algunas destrezas en nuestros estudiantes las mismas que han sido fortaleza y base para empezar este gran proyecto. Dentro de las competencias que nos corresponden se creó la marca KALYKAI "Suerovit" con el objetivo de establecer una marca que nos represente como salud y bienestar para prestar servicios a la comunidad relacionados con la salud integral.

El presente proyecto consiste en la administración de sueros de vitamina C intravenoso, en beneficio al fortalecimiento de la salud de la ciudadanía lojana, siguiendo protocolos de seguridad, aplicación correcta de la técnica, de esta manera permite el desenvolvimiento de los estudiantes mediante la práctica y bajo la supervisión de un profesional en salud.

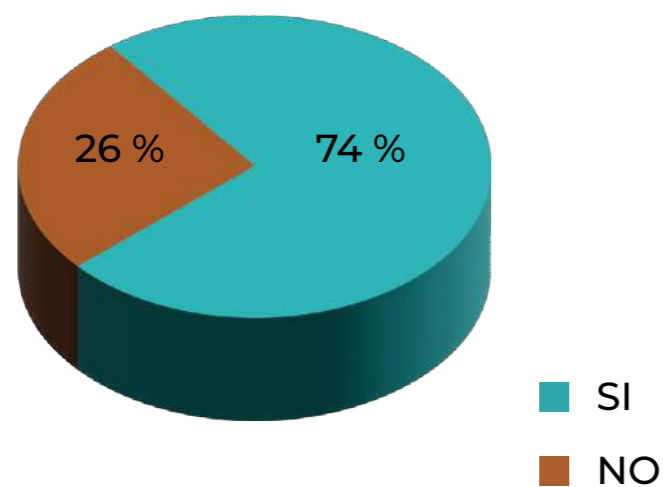
ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo al estudio de mercado del proyecto integrador, con una muestra de 384 personas, de los cuales el 52% pertenece al rango de edades de 20 a 27 años, de los cuales el 54% manifestó que si han escuchado sobre los beneficios del suero de vitamina C, teniendo como primera opción de vitamina a colocarse la vitamina c en un 61 %, se evidencio que el 64 % de los encuestados conoce que esta vitamina ayuda a reforzar el sistema inmunológico, de igual manera al momento de utilizar estos servicios manifiesta el 44% que se fija en la experiencia del profesional, por tal razón, el 74 % estarían dispuestos a colocarse por los estudiantes de la carrera técnicos superior en enfermería del ISTS

El 60% de los encuestados, están dispuestos a pagar entre \$10,00 a \$12,00 por un suero intravenoso con vitamina C. La red social Facebook es la herramienta que utilizarían para buscar información sobre el servicio, en un 55%. Prefieren que la colocación de suero de vitamina c sea en el domicilio en un 61 %.

¿Qué tipo de vitamina le gustaría que se aplique para beneficio de su salud?

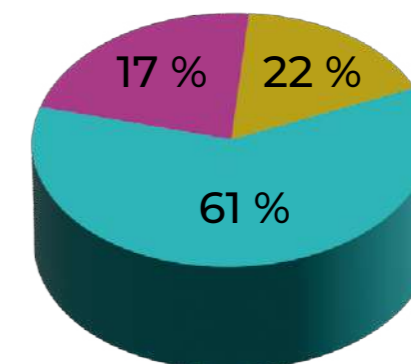
Grafico 1
¿Estaría dispuesto a colocarse un suero vitamínico por estudiantes de Enfermería



Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Estudiantes de la Carrera de Enfermería ISTS



Grafico 2
¿Qué tipo de vitamina le gustaría que se aplique para beneficio de su salud?



■ Vitamina D ■ Vitamina C ■ Vitamina E

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: Estudiantes de la Carrera de Enfermería ISTS

METODOLOGÍA

En el proceso de investigación se desarrolló el método de investigación el fenomenológico a través de la técnica de investigación la encuesta, con una muestra de 384 personas de las diferentes parroquias de la ciudad de Loja, donde el objetivo fue de recolectar información sobre el nivel de conocimiento y aceptación sobre la administración de Sueros de Vitamina C intravenosos.

Para la aplicación del método hermenéutico de la presente investigación, se fundamentó los principios y conceptos generales sobre las ventajas de ofertar y administrar sueros intravenosos de vitamina C a la población, a través de diferentes fuentes bibliográficas que respaldaron la validez de la investigación.

A través del método práctico proyectual, se utilizaron las estrategias de marketing para dar a conocer la importancia del refuerzo de la salud a través de la administración intravenosa de suero de vitamina C.

Objetivo general:

Demostrar que los estudiantes de la Carrera Técnico Superior en Enfermería están en condiciones de producir servicios a partir de su formación humana - académica, mediante la administración intravenosa de sueros multivitamínicos dirigido a la ciudadanía en general, para mejorar las defensas en la población.

RESULTADOS DESTACADOS

La emergencia sanitaria nos llevo directamente a la afectación de nuestro sistema inmunológico, por lo cual, se implementó el servicio de administración de sueros de vitamina C, con el objetivo de poder reforzar las defensas de la población entre otros beneficios que otorga esta vitamina.

La administración del suero intravenoso de vitamina C, se oferto durante una semana, en la instalación de los laboratorios del ISTS, con el apoyo del personal docente y estudiantado, el mismo que obtuvo una demanda de 222 personas que utilizaron el servicio, obteniendo

resultados favorables en la encuesta de satisfacción. La marca Kalikai-Suerovit, despertó el interés de la población, ya que es una propuesta innovadora que cumplió con la expectativa de los participantes y sobre todo se promueve el bienestar de la población.

Los estudiantes de la carrera técnico superior en enfermería, consideran un proyecto de múltiples beneficios ya que fortalece sus destrezas para desenvolverse en el ámbito laboral. Cuadro de resumen: inversión, ingresos y egresos:

INVERSIÓN

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
aporte estudiantil (capital de trabajo)	238	\$ 5,00	\$1190,00

COSTOS

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Kit de insumos SUEROVIT	222	\$4,61	1023,89

INGRESOS Y EGRESOS

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
SUEROVIT	222	\$15,00	\$3330,00

GASTOS

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos Administrativos	1	86,58	86,58
Total Gastos			86,58

TOTAL DE INGRESOS	\$ 3330,00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	\$ 1110,47
UTILIDAD	\$ 2219,53

TRANSVERSALIDAD

La transversalidad se realizó con la carrera de Tecnología Superior en Diseño, en donde participaron los estudiantes como parte de su vinculación.

Las actividades que se desarrollaron fue la elaboración de la marca del producto KALIKAI, asesoramiento en estrategias publicitarias, videos de expectativa y video promocional, arte

publicitario, los mismos que nos permitió tener una buena acogida del servicio y llegar a toda la población de la ciudad de Loja.

El objetivo transversal es desarrollar la campaña publicitaria de lanzamiento del servicio a ofertar a nuestros participantes interesados en utilizar el mismo, mediante la comercialización en el mercado.

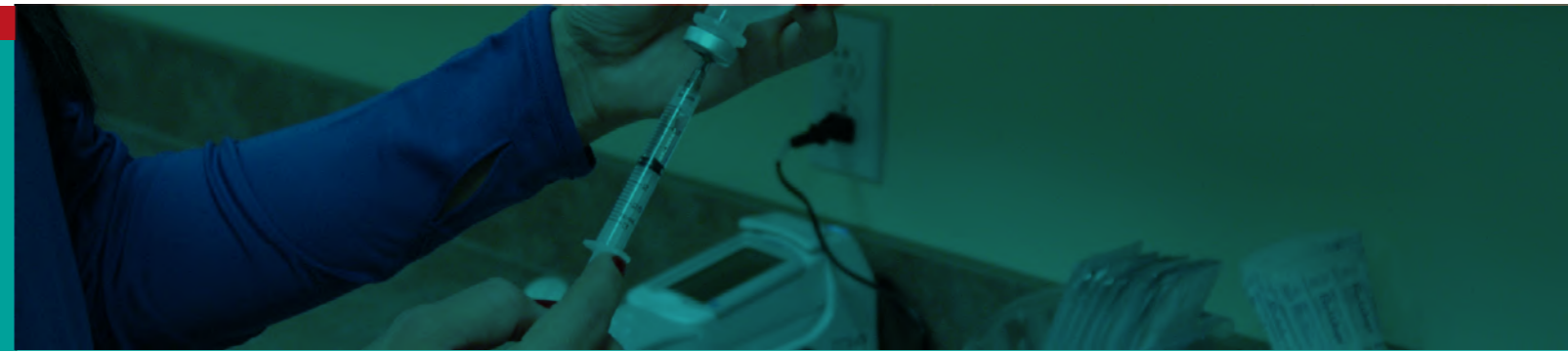
canalización de vía periférica



Llenado de encuesta de satisfacción



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS



control de la administracion



Parte del equipo de trabajo



GASTROMÉRICA “MESTIZA SABOR Y TRADICIÓN”

Desarrollo del evento Académico - Gastronómico de alta cocina representativa del continente americano.

Resumen

La Tecnología superior en Gastronomía y su marca “Mestiza” desarrolló un evento académico - gastronómico con temática de cocina de América denominado “GASTROMÉRICA”, este fue un escenario para que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos y demuestren sus habilidades y destrezas en la organización, dirección y ejecución de eventos de alta calidad. Los invitados del evento fueron dos familiares por cada estudiante y se desarrolló en el Centro de Convenciones Punzara de la ciudad de Loja.

El menú fue de seis tiempos, basado en el patrimonio gastronómico de cada país seleccionado, representando su cultura y tradición; la producción del menú estuvo a cargo de los estudiantes quinto ciclo bajo la dirección de los docentes de cocina.

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado del presente proyecto se desarrolló mediante la herramienta de encuesta, aplicada a 87 estudiantes y 6 docentes de la TS en Gastronomía, así como a 190 invitados que asistieron al evento académico - gastronómico: GASTROMÉRICA.

Dando como resultados que un 98,1 % de los estudiantes respondieron afirmativamente a su deseo de nuevos espacios para aplicar las competencias prácticas adquiridas en las aulas y laboratorios de cocina, mientras que un 1,9% de la no creen necesarios estos espacios.

Tabla 1
Actividades para desarrollar el perfil del estudiante

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	206	98,1 %
NO	4	1,9 %
TOTAL	210	100 %

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de la TS en Gastronomía

Figura 1
Actividades para desarrollar el perfil del estudiante



Fuente: Representantes de los estudiantes de la TS en Gastronomía

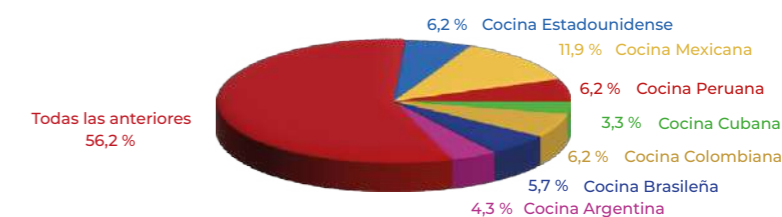


Tabla 2
Propuestas culinarias

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Cocina Estadounidense	13	6,2 %
Cocina Mexicana	25	11,9 %
Cocina Peruana	13	6,2 %
Cocina Cubana	7	3,3 %
Cocina Colombiana	13	6,2 %
Cocina Brasileña	12	5,7 %
Cocina Argentina	9	4,3 %
Todas las anteriores	118	56,2 %
Total	210	100 %

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de la TS en Gastronomía

Figura 2
Propuestas culinarias



Fuente: Representantes de los estudiantes de la TS en Gastronomía

METODOLOGÍA

En el presente proyecto integrador se trabajó con el Método Fenomenológico, el cual consistió en la realización de encuestas y entrevistas a los estudiantes de la Tecnología Superior en Gastronomía del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano y a la población de Loja con la finalidad de adquirir la información de la aceptabilidad de la planificación, ejecución y evaluación de resultados de un evento académico - gastronómico como proyecto integrador de carrera.

Con el Método Hermenéutico se logró obtener información de sitios bibliográficos para la selección de la temática del evento y de todos los elementos que conllevan la organización y desarrollo de un evento gastronómico de calidad.

Y con el Método Práctico Proyectual se trabajó en las técnicas adecuadas de cocción, el uso de las buenas prácticas de manufactura, en el desarrollo y selección del menú de seis tiempos, la temática del evento y experimentación de ofertas culinarias.

Objetivos General:

Desarrollar un evento académico - gastronómico de cocina representativa de los países de América a través de la aplicación de conocimientos, habilidades y destrezas de los estudiantes de primero a quinto ciclo de la T.S. en Gastronomía para la organización, dirección y ejecución de eventos de calidad.

▶ RESULTADOS DESTACADOS

Los estudiantes de la Tecnología Superior en Gastronomía lograron poner en práctica en todos sus conocimientos y habilidades adquiridas en un espacio real donde pudieron palpar la realidad de una organización y puesta en punto de un evento. Aplicaron sus conocimientos de diversas materias como: Organiza-

ción de eventos y catering, cocina creativa, alta cocina, técnicas de servicio, mixología, repostería, etc. El resultado más importante es que los estudiantes se interesan en poder generar su propio emprendimiento y poder generar empleo en el sector Gastronómico.

Presentación de uno de los platos preparados para evento



Presentación musical en evento



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS



Momento de atención a los invitados para el evento



Reconocimiento del trabajo realizado por los estudiantes de la carrera





UTKANA AUTOMOTIVE DEVELOPMENT

Guía básica de mantenimiento automotriz bajo la marca Utkana destinado a usuarios de la ciudad de Loja.

Resumen:

La T.S. en Mecánica Automotriz, como parte de su proyecto de carrera, propone la creación de una guía básica de mantenimiento preventivo para la ciudad de Loja bajo la marca UTKANA, al desarrollar esta guía básica de mantenimiento preventivo permitirá la accesibilidad al profesional del Área Automotriz a minimizar tiempos en reparaciones y diagnósticos básicos en el vehículo.

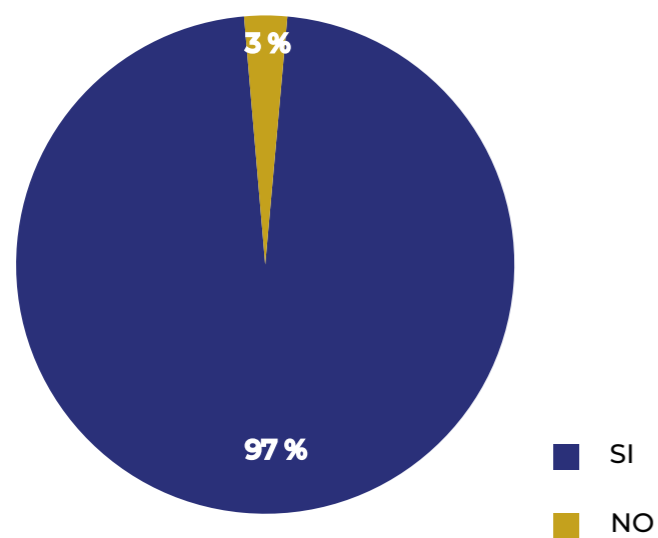
Este proyecto además ayudará a reducir costos en reparaciones del vehículo, brindará un servicio oportuno, garantizado a la ciudadanía en lo que es mantenimiento preventivo de vehículos. También este proyecto permitió que los estudiantes de T.S. de Mecánica Automotriz, adquirir conocimientos prácticos y destrezas competitivas para futuros emprendimientos.

ESTUDIO DE MERCADO

Luego de haber realizado el estudio de mercado, se tiene como resultado que, de las 384 personas encuestadas tomadas como referencia de diferentes barrios de la Ciudad de Loja, manifiestan el 97% que si le gustaría la comercialización de una guía de un mantenimiento preventivo para sus vehículos por estudiantes de la Carrera de Mecánica Automotriz; lo cual nos da como referencia que nuestro proyecto si es pertinente de realizarse

El estudio de mercado fue determinante ya que nos permitió promocionar la guía de mantenimiento automotriz a través de estrategias de marketing innovadoras considerando las tendencias actuales tecnológicas para potenciar nuestro servicio en un 79% en base a los encuestados.

Figura 1



Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado por: TS. Mecánica Automotriz ISTS



METODOLOGÍA

Métodos

Fenomenológico.

Para cumplir el primer objetivo se utiliza el método fenomenológico, inicia con la aproximación del estudio de mercado a la población de Loja mediante una encuesta para determinar la necesidad del servicio de mantenimiento y reparación automotriz obteniendo la recopilación de información necesaria para el proyecto.

Hermenéutico

La segunda parte es desarrollada utilizando el método hermenéutico, que parte de la comprensión de resultados del estudio de mercado para determinar los servicios de mantenimiento automotriz que son factibles en la ciudad de Loja

Práctico Proyectual.

La tercera parte con el método práctico proyectual inicia con la capacitación de los estudiantes en técnicas de atención al cliente, esto juntamente con una campaña de marketing adecuada permitirá hacer conocer a la ciudadanía la guía a ofrecer para así realizar mantenimiento preventivo a vehículos livianos siguiendo estándares de organización de la empresa UTKANA.

Objetivos General:

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de brindar asesoría de mantenimiento automotriz a partir de la formación humana - académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de crear una guía básica de mantenimiento automotriz para usuarios de la ciudad de Loja.

RESULTADOS DESTACADOS

Como resultado final se concluye que se ha realizado la comercialización de 810 guías de mantenimiento, por medio de los estudiantes de la TS. Mecánica automotriz, siguiendo

estándares de organización de la empresa UTKANA. los cuales tuvieron gran aceptación en el área automotriz.

EGRESOS

Fecha	Nombre de quien emitió la factura	Tipo de comprobante	Número	Valor Total
20-Jun	Elaboración de Guías (\$ 1,85 c/u)	recibo	810	\$ 1496,00
30-Jul	Carrera de Buggies	pago		\$ 250,00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS				\$ 1746,00
UTILIDAD + INVERSIÓN				\$ 1842,00
UTILIDAD DEL SEMESTRE ABRIL - AGOSTO 2022				\$ 346,00
Devolución por estudiante				\$ 1,79
UTILIDAD DEL SEMESTRE ABRIL - AGOSTO 2022				\$ 346,00

Nota: Se devolvió a estudiantes la utilidad de \$ 1,79 c/u más la cuota de \$ 10,00 c/u de la inversión. Hay que tomar en cuenta que para la carrera de Buggies se aporó \$ 250,00 y los docentes de mecánica adicionaron 50 guías más para comercializar.

TRANSVERSALIDAD

Para el correcto desarrollo del proyecto bajo la marca UTKANA se ha visto oportuno y neces-

rio el apoyo de la Tecnología del ISTS, misma que se indican a continuación.

Transversalidad carreras ISTS

Carrera	Tema	Participantes	Duración	Encargado
T. S. en Diseño gráfico	Diseño y promoción en redes sociales	Estudiantes de T. S. en Diseño Gráfico	Lunes 25 de abril a viernes 30 de Julio	Ing. Cristian Puentestar

Grabación de campaña publicitaria de manual de prevención



Proceso de elaboración de manual de prevención



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

Explicación de manual detallada parte por parte



Presentación de partes de un vehículo





TALENTO HUMANO
TECNOLOGÍA SUPERIOR



MIS KIYA

Producción de una infusión a base de frutas deshidratadas que contribuyen con múltiples vitaminas y minerales para la salud y el buen rendimiento de los colaboradores.

Resumen

El proyecto integrador, ejecutado en el presente periodo académico ordinario Abril - Agosto 2022, fue proyectado en formalizar, mediante la práctica académica, cada uno de los procesos a ejecutar en el desarrollo de cada objetivo propuesto en cada ciclo académico relacionado a la Gestión del Talento Humano enfocados en el beneficio del desempeño laboral.

En relación a lo antes mencionado, la Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano, ha contribuido con la producción de una infusión a base de frutas deshidratadas que contribuyen con múltiples vitaminas y minerales para la salud y el buen rendimiento de los colaboradores.

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, es la herramienta más óptima, a través de la cual se determina la población específica de la ciudad de Loja, que adquiriría MISKIYA, teniendo concimiento de los múltiples beneficios en la salud de los colaboradores, tomando en cuenta así mismo, la adquisición del producto de suma calidad a un precio accequible.

Se pone a consideración de la ciudadanía un producto a base de frutas deshidratadas, que aportarán a un mejor desempeño laboral en la organización.

¿Le gustaría probar un té relajante a base de fruta deshidratadas?

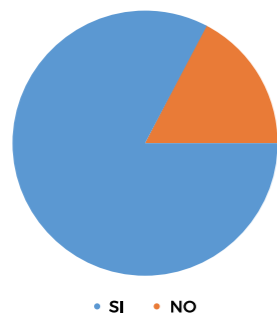
Tabla 1. Té de frutas deshidratadas.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	306	80%
NO	78	20%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

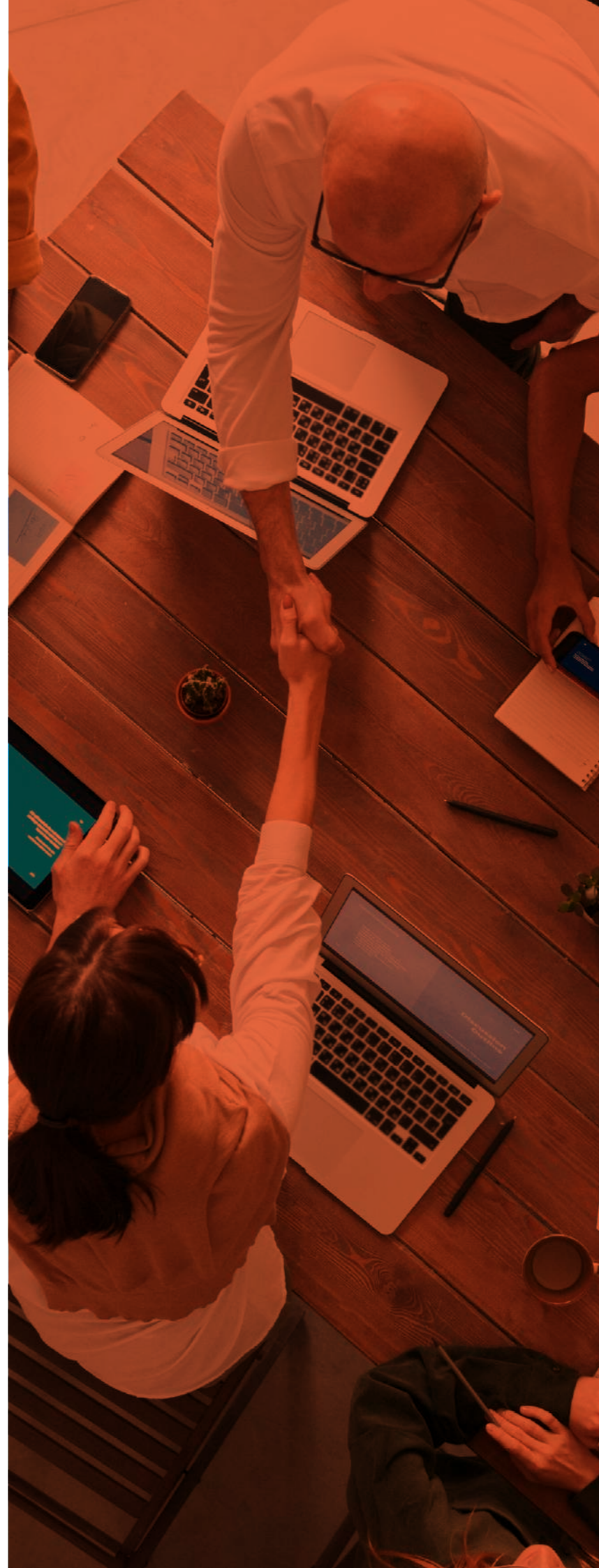
Elaborado por: Estudiante de Primer Ciclo de GTH-ISTS.

Ilustración 1. Resultado de aprobación del té.



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado por: Estudiante de Primer Ciclo de GTH-ISTS.



METODOLOGÍA

La metodología aplicada en el proyecto se alinea con el proceso de enseñanza del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano denominado el "Constructivismo Social" y se enfoca a los siguientes métodos de investigación:

- Fenomenológico. – Se aplicó a fin de realizar la observación directa para detectar la necesidad de la sociedad, pudiendo evidenciar la importancia de una infusión a base de frutas deshidratadas que aporte al bienestar laboral.

A través de la observación directa al objeto de estudio, se pudo identificar los problemas de los empleados, relacionados directamente a la mala alimentación en el puesto de trabajo, siendo MISKIYA el producto que se adapta a la solución de dichos problemas.

- Hermenéutico. – Fue utilizado por los estudiantes para obtener un fundamento científico, a través de la recopilación de información bibliográfica de fuentes pertinentes y confiables.

- Práctico Proyectual. – Radica su importancia, ya que dentro del presente método se establecieron cada uno de los procesos a cumplir para que MISKIYA llegue hasta el consumidor final.

Objetivo general

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

RESULTADOS DESTACADOS

Los estudiantes de la Tecnología Superior en Gestión de Talento Humano fueron los principales actores en la ejecución del proyecto, aprovechando el espacio óptimo para la aplicación de conocimientos y a través de ellos mejorar el desarrollo de sus habilidades y destrezas.

En relación con la comercialización de Miski-ya a través de su excelente acogida del producto, se realizó la venta de 256 infusiones, iniciando con 215 productos, para luego aumentar 41 unidades, superando así las ex-

pectativas y obteniendo éxito rotundo en el cumplimiento de metas. A continuación, se detalla el cuadro de valores:

UTILIDAD DEL EJERCICIO	
Ingresos operacionales (215 MISKIYA)	\$ 2.150,00
41 Sobres extras / \$1,25	\$51,25
(-) Capital inicial	\$ 756,00
(-) Egresos incurridos	\$1.158,62
Utilidad del Ejercicio	\$1.042,63

TRANSVERSALIDAD

La transversalidad interna permite coordinar y trabajar conjuntamente con las carreras del ISTS y aportar al desarrollo efectivo del proyecto en relación con las fortalezas de cada especialidad de conocimiento. Es por ello por lo que se trabajó con las siguientes carreras:

- **Transversalidad interna recibida:** T.S en Gastronomía; Taller "Prácticas de higiene para la manipulación de alimentos" que fue recibido por los estudiantes de segundo a quinto ciclo para el manejo óptimo del producto Miski-ya previo a su empaquetado y distribución, dicho taller, fue impartido por la Mgs. Salomé Martínez.

- **Transversalidad interna recibida:** Tecnología Superior en Desarrollo de Software para la crea-

ción de la página web UNIGESTH.COM Unidad de Gestión del Talento Humano - Asesoría Laboral Gratuita.

Por su parte la transversalidad externa fortalece los procesos que se llevan a cabo en el desarrollo del proyecto a través de aportes de conocimiento y experiencia.

- **Transversalidad externa:**

La transversalidad externa se realizó con la EMPRESA ALIBÚ ECUADOR, para la Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano dando a conocer los beneficios e importancia de las frutas deshidratadas en el diario convivir.

*Marca promocional
material publicitario para
redes sociales*



*Estudiantes en el proceso
de elaboración de los
productos*

EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS



*Producto final elaborado
por estudiantes de la
carrera*



*Producto final entregado
a consumidores finales*

CONCLUSIONES

- La Revista **MUSUKIAM** ofrece un espacio para la difusión del conocimiento que se generaron en los diferentes procesos investigativos que se desarrollan en los espacios académicos, donde apuntan a cumplir con la identificación de problemas actuales, el mejoramiento de la calidad de vida en los grupos sociales y la generación de soluciones y conocimientos a través de producciones científicas.
- En la cuarta edición de la revista **MUSUKIAM** se pudo demostrar las perspectivas, estudios y experiencias desarrolladas por los diferentes equipos de carrera (docentes y estudiantes) del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, donde a través de la elaboración de un producto o servicio, implementaron los conocimientos adquiridos durante cada período académico y así complementar el proceso de investigación.
- Con la ejecución de los proyectos integradores de carrera institucionales, se reflejaron las habilidades de entender, criticar y establecer de manera diferencial aspectos observacionales basados en evidencias levantadas por los estudiantes de cada carrera, donde los resultados de divulgación demostraron las herramientas para el desarrollo de diversas disciplinas y generar conocimientos; las cuales permitieron el avance de una gran cantidad de producciones científicas tecnológicas.
- Mediante la aplicación de la investigación científica y el conocimiento que de ella se derivaron en los proyectos integrados, se generaron infinidad de soluciones a una diversidad de problemas a través de transversalidad, con el propósito de permitir mejoras en la calidad de vida y solución a muchos de los problemas que enfrentamos los seres humanos y el medio ambiente en el que vivimos.
- Las investigaciones culminaron al ser publicadas en la revista institucional MUSUKIAM; con el fin de divulgar a toda la comunidad los resultados obtenidos por los estudiantes y docentes, donde podrán ser discutidos y su contribución harán parte del conocimiento científico universal, la investigación de nuestra institución termina cuando el lector comprende la producción científica.

Mgs. María Cristina Moreira Sarmiento

COORDINADORA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN ISTS



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡Hacemos gente de talento!

**PROYECTOS
INTEGRADORES
SUDAMERICANO**

abril - septiembre 2022