



MUSUKIAM

... aquí comienza el cambio.



QUINTA EDICIÓN

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

octubre - febrero 2023



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!



Instituto Superior Tecnológico Sudamericano
Edición N° 5
PROYECTOS INTEGRADORES 2023
LOJA-ECUADOR



PROYECTOS INTEGRADORES

ISTS OCTUBRE - FEBRERO 2023

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 Moreria, 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. ENFERMERIA

Tlgo. Carlos Vadivieso

COORD. GASTRONOMÍA

Ing. Luis Dario Granda

COORD. MECÁNICA AUTOMOTRIZ

Lic. Johana Córdova

COORD. TALENTO HUMANO

*© Todos los derechos reservados del Instituto Tecnológico Sudamericano.
Queda prohibido la copia total o parcial del documento*

CONTENIDO

09 | Proyecto
GUARITO
Tecnología en Administración Financiera

17 | Proyecto
ECOSMIND
Tecnología en Desarrollo Ambiental

25 | Proyecto
AMACHAY
Tecnología en Desarrollo de Software

33 | Proyecto
ENDULZA SU CORAZÓN
Tecnología en Diseño Gráfico

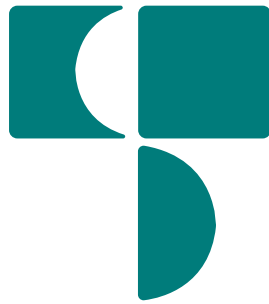
41 | Proyecto
ILLA – CHRISTMAS
Tecnología en Electrónica

49 | Proyecto
KALIKAI-COMBATE LA RESACA
Tecnología en Enfermería

57 | Proyecto
EUROPA GASTROFEST
Tecnología en Gastronomía

65 | **UTKANA**
Tecnología en Mecánica Automotriz

73 | **UNIGESTH**
Tecnología en Talento Humano



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO

¡Hacemos gente de talento!

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

octubre - febrero 2023

AF ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

DA DESARROLLO AMBIENTAL
TECNOLOGÍA SUPERIOR

DS DESARROLLO DE SOFTWARE
TECNOLOGÍA SUPERIOR

DG DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR

E ELECTRÓNICA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

ENF ENFERMERÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

G GASTRONOMÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

MA MECÁNICA AUTOMOTRIZ
TECNOLOGÍA SUPERIOR

TH TALENTO HUMANO
TECNOLOGÍA SUPERIOR



ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
TECNOLOGÍA SUPERIOR





GUARITO – 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 octubre 2022 – febrero 2023 dos ideas de negocio innovadoras: Guarito (Licor artesanal en el que lo estudiantes conocen el proceso de producción y aplican un sistema de costos) 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, mismos que responden a las necesidades de la ciudadanía determinadas en las encuestas aplicadas tanto de aceptación y satisfacción.

ESTUDIO DE MERCADO

Para el cumplimiento de los objetivos del presente proyecto primeramente se desarrollaron encuestas que se enfocaron en recolectar información para diagnosticar el nivel de aceptabilidad que poseen los demandantes de los productos 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 el GUARITO (licor artesanal) 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 200 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.

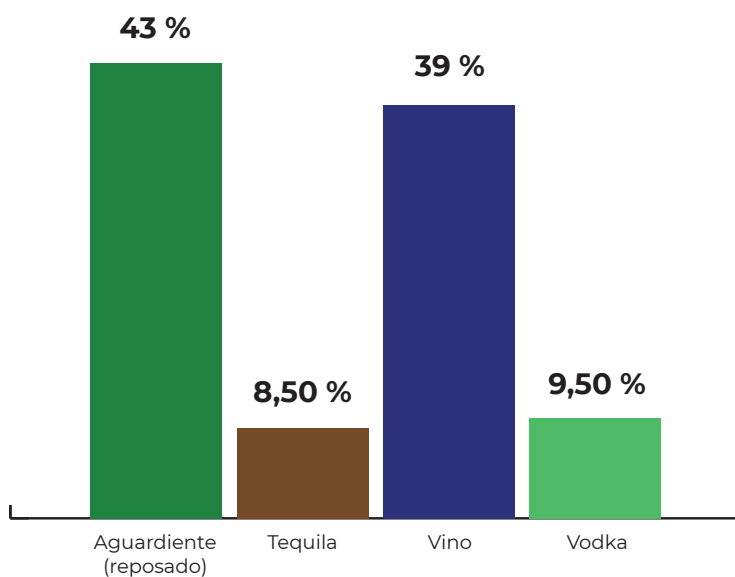
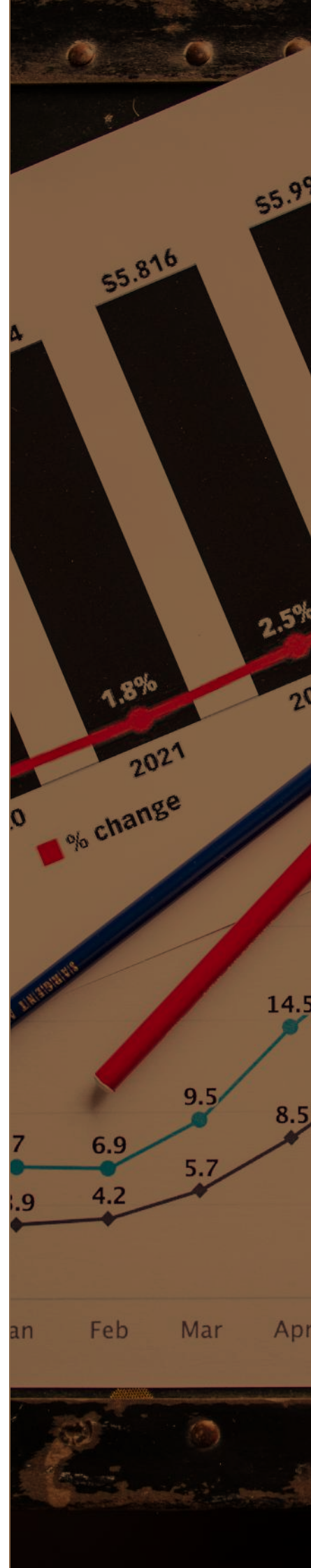


Figura 1: Tipo de bebida que prefiere consumir



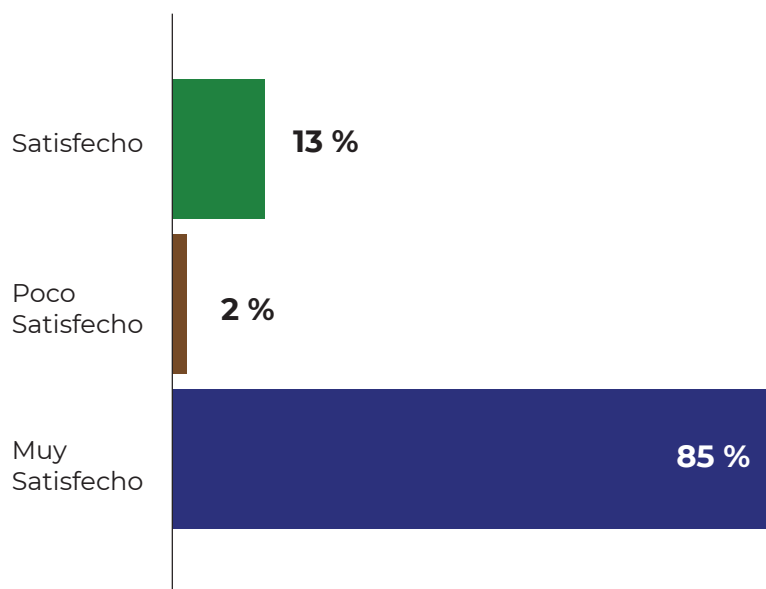


Figura 2: Satisfacción de Caja de Ahorro "Unión Estudiantil"

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 comercialización de los productos y servicios que oferta la marca y comercialización empleando estrategias publicitarias en redes sociales 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 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

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 productos 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 cum-

pliendo el modelo educativo del ISTS. Se implementó un proceso administrativo, contable y financiero en GUARITO y la Caja de Ahorro "UNIÓN ESTUDIANTIL", mismos que sirvieron para satisfacer la demanda generada en el mercado superando la planificación realizada obteniendo mejores resultados académicos y finalmente la presentación de resultados mediante un póster científico 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
	Productos			
1	Depósitos de ahorro	2	0	0,50
2	Depósitos a plazo fijo	20-100	8,5%	
3	Créditos de Consumo	20-100		0,25/\$5

Ventas e inversión

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
26	Inversión	\$ 15.00	\$390,00
130	Guaritos	\$ 5.00	\$650,00
		Total	\$ 1040,00

TRANSVERSALIDAD

La diversidad de conocimientos (transversalidad entre carreras) que posee el Instituto Sudamericano dentro de su modelo educativo, fue de suma importancia para el desarrollo óptimo del proyecto debido a que permitió el mejoramiento de los productos que se ofertaron el presente semestre, se contó con el apoyo de la Carrera de Diseño Gráfico para la elaboración 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
de expectativa para el
lanzamiento del proyecto*

EL SABOR QUE TE DEJARÁ PICADITO



Próximamente
ESPÉRALO



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO



AF ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

*Contenido publicitario
presentación del producto
al público en una de sus
presentaciones.*

PROYECTO INTEGRADOR



Juarito
el que te deja picadito...

P.V.P \$5,00



SABOR MORA
CONT. NET 750 ML

Juarito
el que te deja picadito

LIQUOR REPOSADO ARTESANAL



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO



AF ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



Proceso de etiquetado de producto



Presentación del trabajo realizado por los estudiantes



DESARROLLO AMBIENTAL
TECNOLOGÍA SUPERIOR



ECOSMIND

Elaboración y comercialización de jabones ecológicos a base de aceite

Resumen

Mediante la fabricación de jabones ecológicos a base de aceite, se busca satisfacer las necesidades de la población ofreciéndoles diversos tipos de productos ecológicos, los cuales tienen como materia prima insumos naturales amigables con el ambiente, producto desarrollado como una práctica ambiental, tomando en cuenta la seguridad y prevención de accidentes en todas las fases de elaboración, este proyecto tiene el propósito de brindar alternativas en el uso de materiales sostenibles, 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 en nuestros estudiantes.

ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el estudio de mercado realizado a la ciudadanía se determinó que el costo de los jabones ecológicos a base de aceite, bajo la marca "ECOSMID" depende principalmente de materiales y mano de obra para la fabricación del producto, se ha considerado para los costos de producción, 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 jabones según la inversión inicial de la compra de materia prima y horas trabajadas, además del 47% de utilidad de cada producto.

Punto de Equilibrio

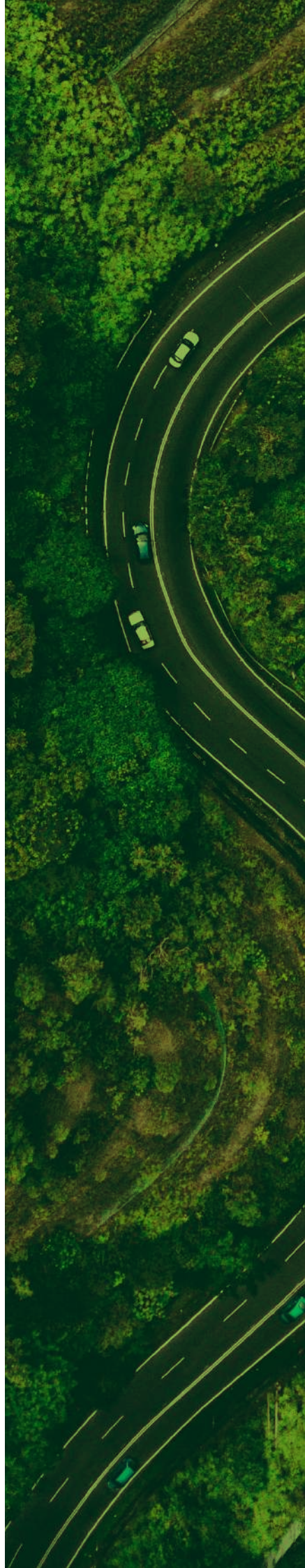
Costos Fijos	260,85
Costos Variable Unitario	0,24
Precio de Venta Unitario	4,50
PE (Cajas)	61
PE (estudiante)	1

Fórmula PE en
Unidades



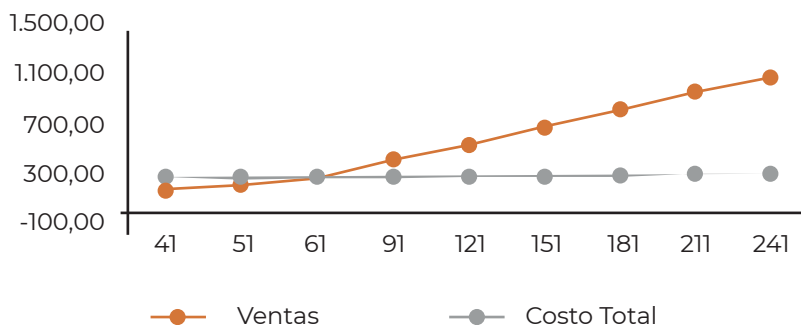
$$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio Ventas Uni.} - \text{Costo Variable Uni.}}$$

Figura 1. Punto de equilibrio y comercialización por cursos.





Ventas vs costo total



Nota: Imagen punto de equilibrio jabones ecológicos, equipo docente tecnología desarrollo ambiental y SPRL 2023.

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 trabajar en la elaboración de jabones, los mismo que tienen como base fundamental manteca y aceite, recalcando que se puede trabajar con aceite, sin embargo, los jabones elaborados con aceite reciclado no tiene la misma funcionalidad que los jabones a base de aceite limpio, con la ayuda del método práctico proyectual realizamos la elaboración de las jabones multiuso con un peso de 120g., esto implicó que se dosifique la formulación, la preparación de lejía y posterior mezcla para el acabado de los mismos; para llegar hasta su comercialización finalizando con la socialización del proyecto a los estudiantes y autoridades de la institución

Objetivo

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 115 cajas de jabones ecológicos, fabricadas por los estudiantes de la tecnología de Desarrollo Ambiental y SPRL, las mismas que a través de una campaña publicitaria en las redes sociales, se logró comercializar el 97%, para conocer el impacto que causó los jabones al público, se realizó una encuesta, la misma estuvo constituida por 6 preguntas con una escala cualitativa de calidad del producto, presentación, diseño, utilidad del producto, demanda del producto y precio, 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 sostenibles, 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.

DETALLE UNITARIO PROYECTO JABONES ECOLÓGICOS

	Valor total	Unidades producidas	Valor unitario
MPD	\$ 230,85		0,69
MOD	\$ 7,08	336	0,02
CIF	\$ 30,00		0,09
Costo de producción unitario Proyecto colorea tu fauna			\$ 0,80

Por unidad			
Precio de costo	Margen de Utilidad	PVP	Utilidad
0,80	47%	1,50	0,70

Unidades	% Utilidad	PVP	Utilidad
0,80	47%	1,50	0,70

% Utilidad del producto



Detalle de venta y utilidad del producto

Nota Imagen utilidad de la comercialización jabones ecológicos, equipo carrera gestión ambiental y SPRL 2023.

▶ TRANSVERSALIDAD

Para el presente proyecto se ha considerado necesario el apoyo y asesoramiento de la tecnología superior en Administración Financiera en los temas de emprendimiento, como charlas sobre la importancia de generación de ingresos económicos y fuentes de empleo para ayudar al dinamismo de la zona 7 y el país,

también prestó ayuda en el estudio de mercado, mismo que se realizó dentro de la ciudad de la Loja para conocer la aceptación del producto, y, el análisis financiero que sirvió para conocer la rentabilidad y utilidad de la venta de los jabones ecológicos.

▶ CONCLUSIONES

El estudio de mercado resultó ser una parte esencial del proyecto en el que se elaboró jabones ecológicos bajo la marca ECOSMIND, concluyendo que el precio está sujeto a insumos y mano de obra para la elaboración del producto, tanto que sin el presente estudio se corre el riesgo de fracasar en la propuesta y sobre todo la inversión realizada por nuestros estudiantes no tendría el retorno esperado.

Se concluye que se logró la saponificación a partir de la homogenización de una grasa (mezcla aceite y manteca) y el hidróxido de sodio, obteniendo así el glicerol, posterior a este proceso se formó el álcali el cual neutraliza el ácido graso para producir jabón, lo cual implica lograr el equilibrio entre muchas de sus características, la dureza, la formación de espuma, la limpieza, el aroma, la duración, la cremosidad, entre otras características.

El impacto de satisfacción generado por nuestro producto se evidenció a través de una encuesta constituida por 6 preguntas con una escala cuantitativa, concluyendo que el 100% de los encuestados está de acuerdo con el emprendimiento realizado.

Los objetivos del proyecto integrador se socializaron a las autoridades y estudiantes, demostrando que los alumnos están en la capacidad de producir productos sostenibles y de calidad.



Proceso de elaboración de cada uno de los jabones



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

Proceso de elaboración de cada uno de los jabones





Presentación Final
resultado final obtenido
luego de la elaboración



Presentación Final
resultado final obtenido
luego de la elaboración



DESARROLLO DE SOFTWARE
TECNOLOGÍA SUPERIOR





AMACHAY

para tu equipamiento informático.

RESUMEN

La Tecnología en Desarrollo de Software forma parte de la oferta académica del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, esta carrera tiene como objetivo principal formar profesionales con altos conocimientos en el ámbito tecnológico para solucionar problemas tangibles de la sociedad basándose en el perfil de salida del estudiante en su ámbito laboral una vez finalizada su carrera. EL proyecto AMACHAY con su producto equipamiento informático da una visión general a los estudiantes involucrados sobre perspectivas de desarrollo de software y también el uso de nuevas tecnologías como es la electrónica digital; mediante equipamiento que es de fácil comprensión y que les permitirá ampliar sus horizontes en el desarrollo profesional.

ESTUDIO DE MERCADO

Resultados Cuantitativos y Cualitativos

Siguiendo la formación tecnológica de los estudiantes; se presenta la alternativa de capacitación mediante la utilización de herramientas de software y kit AMACHAY; con el objetivo de poder presentar el producto destinado en base al estudio de mercado preliminar que se desarrolló por parte de los estudiantes. La forma de recolección fue mediante formularios en línea y la aceptación necesaria se destinó al público comprendido entre edades de 15 a 60 años. El público que de forma mayoritaria tuvo aceptación se encuentra entre 15 y 20 años; pese a que el estudio de mercado mostro que el público interesado estaba entre 21 y 25 años.

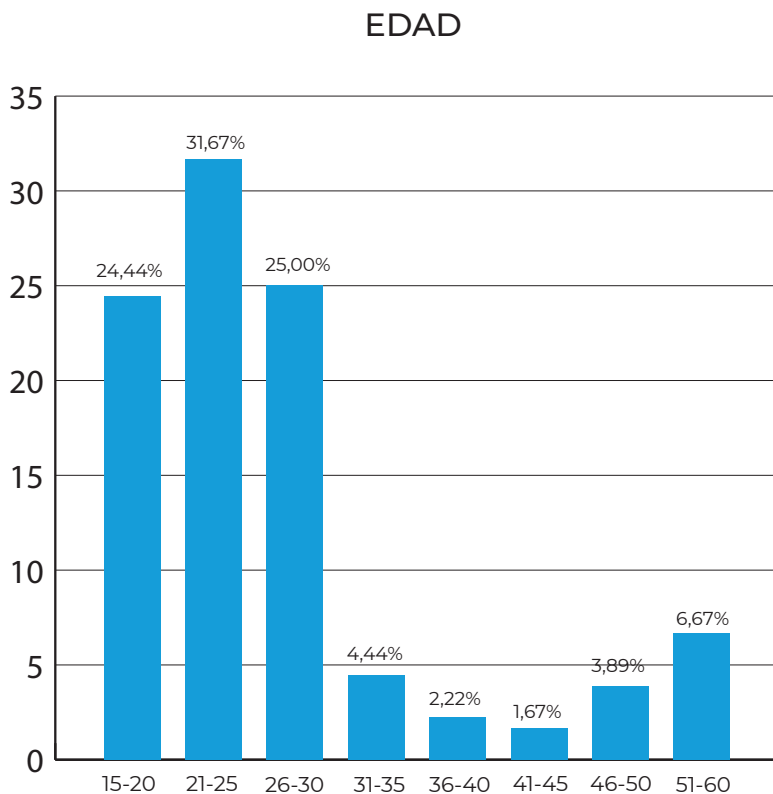


Figura 1 Frecuencias de las edades

Nota. Frecuencias de las edades del kit de hardware básico para programar, (TS Desarrollo de Software, 2023)

¿Cómo le gustaría conocer la información sobre el producto AMACHAY, como Kit de hardware básico para aprender a programar y electrónica básica?

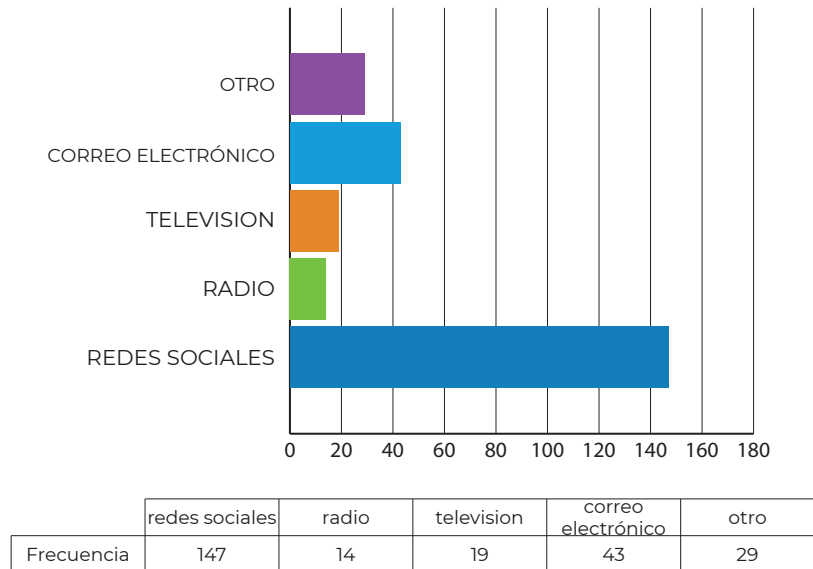


Figura 2 Información de producto AMACHAY

Nota Respuesta sobre el curso de programación aplicado a la población, (TS Desarrollo de Software, 2023)

METODOLOGÍA:

Método Fenomenológico: Hace referencia a los costos iniciales de inversión del proyecto KH1 (Kit de hardware básico para aprender a programar); también aporta al estudio de mercado para determinar la población con la que se involucrara el proyecto.

Método Hermenéutico: Se aplica a la comercialización de productos y/o servicios del emprendimiento AMACHAY para el presente periodo académico fue el producto KH1 (Kit de hardware básico para aprender a programar), las mismas que para su difusión se usó redes sociales.

Método Práctico Proyectual: se enfoca a la elaboración del kit, venta y posterior capacitación que incluye el kit KH1; así también los respectivos manuales en formato digital, para que una vez finalizado la capacitación puedan repetir o repasar en casa las diferentes prácticas que incluye el kit.

Objetivo

Determinar la necesidad del producto KH1 en la sociedad utilizando un estudio de mercado para tener datos reales de los requerimientos del usuario final.

Realizar la proyección de ingresos, costos y gastos del proyecto mediante la determinación de recursos humanos, tecnológicos y económicos para anticipar eventualidades de pérdidas y ganancias.

Elaborar el kit de hardware KH1 utilizando componentes útiles para obtener un producto competitivo y de calidad.

Realizar la comercialización del producto KH1 utilizando los diferentes medios publicitarios para alcanzar las metas planificadas en la proyección de ingresos, costos y gastos y su posterior socialización de cumplimiento y transparencia de actos

▶ RESULTADOS DESTACADOS

Dentro del emprendimiento AMACHAY se desarrolló el producto KH1 este contiene un KIT DE ELECTRONICA y considera la capacitación respectiva en el ámbito de programación. El kit viene dentro de su caja la misma que se envió a su construcción que contiene el corte respectivo; el ensamblaje y colocación de etiquetas se desarrolló por los estudiantes de desarrollo de software bajo la dirección del coordinador principal de la carrera. El kit incluye manual en físico y digital de diez prácticas

que se pueden desarrollar combinando los diferentes componentes que incluye el paquete. En su totalidad está formado de catorce piezas entre ellos el protoboard, resistencias, jumper's, buzzer, leds, un módulo Nodemcu V3 y cable USB para administrar y configurar el módulo. Los resultados que se mostraran a continuación contienen la inversión realizada y el margen de utilidad que genero el proyecto esto a los estudiantes de la carrera.

VENTA DE KIT KH1			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
33	Comercialización productos AMACHAY KH1: Kits vendidos por estudiantes	\$30,00	\$990,00
		TOTAL DE VENTAS:	\$990,00
		TOTAL DE COSTOS:	\$541.81
		TOTAL DE GASTOS:	\$345.00
		UTILIDAD:	\$103.19

Tabla 1 Cuadro resumen de la comercialización del proyecto KH1

Nota: Se muestra los resultados obtenidos durante el proceso de comercialización y puesta en ejecución y utilidad del proyecto KH1 (TS Desarrollo de Software, 2023)

▶ TRANSVERSALIDAD

La transversalidad se realizó con la TS en Diseño Gráfico, trabajando con dos estudiantes los mismos que desarrollaron: etiquetado y sellos de seguridad de la envoltura de los elementos que conforman el kit, maquetación

del manual de electrónica básica, artes para redes sociales donde se promociona el kit y sus elementos, arte con código QR para descargar la información del manual y la edición del poster científico.

▶ TESTIMONIO DEL ESTUDIANTE

A nosotros como estudiantes nos beneficia el presente proyecto que se desarrolló y ejecuto durante este ciclo académico; fortalece nuestras habilidades y nos permite tener una visión de nuestra vida laboral. El tener que comercializar y conseguir la venta de los kits fue algo alucinante debido al momento de que si una venta se efectúa o no. Así mismo el enrolarse como profesor para indicar las diferentes prácticas que venían incluidos en el kit KH1 a los que adquirieron el producto, nos dista la función de nuestros docentes que imparten sus conocimientos en las aulas. El haber obtenido una utilidad nos llena de satisfacción y a la vez nos permite dimensionar el esfuerzo que se realiza para conseguirlo.

▶ CONCLUSIONES

La generación de la misión, visión y valores del emprendimiento AMA-CHAY permiten su fortalecimiento y ofertar productos innovadores enfocados en la filosofía.

Gracias al estudio de mercado se determinó los elementos que contiene el KIT KH1 que se fue ofertado con implementos de calidad y económicos.

Con la proyección de ingresos, costos y gastos se determina correctamente el nivel de utilidad en el ejercicio académico.

La elaboración de los componentes que comprenden el KIT KH1 va estrechamente relacionada con el estudio de mercado, logrando generar elementos acordes a las necesidades de la sociedad.

El proceso de comercialización se ejecutó bajo una estricta planificación llegando a posicionar satisfactoriamente el Kit KH1 dentro de las redes sociales.

La socialización de proyecto permite transparentar y dar a conocer los resultados del ejercicio académico en la comercialización del kit KH1

```
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100
101
102
103
104
105
106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116
117
118
119
120
121
122
123
124
125
126
127
128
129
130
131
132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200
201
202
203
204
205
206
207
208
209
210
211
212
213
214
215
216
217
218
219
220
221
222
223
224
225
226
227
228
229
230
231
232
233
234
235
236
237
238
239
240
241
242
243
244
245
246
247
248
249
250
251
252
253
254
255
256
257
258
259
260
261
262
263
264
265
266
267
268
269
270
271
272
273
274
275
276
277
278
279
280
281
282
283
284
285
286
287
288
289
290
291
292
293
294
295
296
297
298
299
300
301
302
303
304
305
306
307
308
309
310
311
312
313
314
315
316
317
318
319
320
321
322
323
324
325
326
327
328
329
330
331
332
333
334
335
336
337
338
339
340
341
342
343
344
345
346
347
348
349
350
351
352
353
354
355
356
357
358
359
360
361
362
363
364
365
366
367
368
369
370
371
372
373
374
375
376
377
378
379
380
381
382
383
384
385
386
387
388
389
390
391
392
393
394
395
396
397
398
399
400
401
402
403
404
405
406
407
408
409
410
411
412
413
414
415
416
417
418
419
420
421
422
423
424
425
426
427
428
429
430
431
432
433
434
435
436
437
438
439
440
441
442
443
444
445
446
447
448
449
450
451
452
453
454
455
456
457
458
459
460
461
462
463
464
465
466
467
468
469
470
471
472
473
474
475
476
477
478
479
480
481
482
483
484
485
486
487
488
489
490
491
492
493
494
495
496
497
498
499
500
501
502
503
504
505
506
507
508
509
510
511
512
513
514
515
516
517
518
519
520
521
522
523
524
525
526
527
528
529
530
531
532
533
534
535
536
537
538
539
540
541
542
543
544
545
546
547
548
549
550
551
552
553
554
555
556
557
558
559
560
561
562
563
564
565
566
567
568
569
570
571
572
573
574
575
576
577
578
579
580
581
582
583
584
585
586
587
588
589
590
591
592
593
594
595
596
597
598
599
600
601
602
603
604
605
606
607
608
609
610
611
612
613
614
615
616
617
618
619
620
621
622
623
624
625
626
627
628
629
630
631
632
633
634
635
636
637
638
639
640
641
642
643
644
645
646
647
648
649
650
651
652
653
654
655
656
657
658
659
660
661
662
663
664
665
666
667
668
669
670
671
672
673
674
675
676
677
678
679
680
681
682
683
684
685
686
687
688
689
690
691
692
693
694
695
696
697
698
699
700
701
702
703
704
705
706
707
708
709
710
711
712
713
714
715
716
717
718
719
720
721
722
723
724
725
726
727
728
729
730
731
732
733
734
735
736
737
738
739
740
741
742
743
744
745
746
747
748
749
750
751
752
753
754
755
756
757
758
759
760
761
762
763
764
765
766
767
768
769
770
771
772
773
774
775
776
777
778
779
780
781
782
783
784
785
786
787
788
789
790
791
792
793
794
795
796
797
798
799
800
801
802
803
804
805
806
807
808
809
810
811
812
813
814
815
816
817
818
819
820
821
822
823
824
825
826
827
828
829
830
831
832
833
834
835
836
837
838
839
840
841
842
843
844
845
846
847
848
849
850
851
852
853
854
855
856
857
858
859
860
861
862
863
864
865
866
867
868
869
870
871
872
873
874
875
876
877
878
879
880
881
882
883
884
885
886
887
888
889
890
891
892
893
894
895
896
897
898
899
900
901
902
903
904
905
906
907
908
909
910
911
912
913
914
915
916
917
918
919
920
921
922
923
924
925
926
927
928
929
930
931
932
933
934
935
936
937
938
939
940
941
942
943
944
945
946
947
948
949
950
951
952
953
954
955
956
957
958
959
960
961
962
963
964
965
966
967
968
969
970
971
972
973
974
975
976
977
978
979
980
981
982
983
984
985
986
987
988
989
990
991
992
993
994
995
996
997
998
999
1000
```

*Presentación
promocional del kit de
hardware*



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

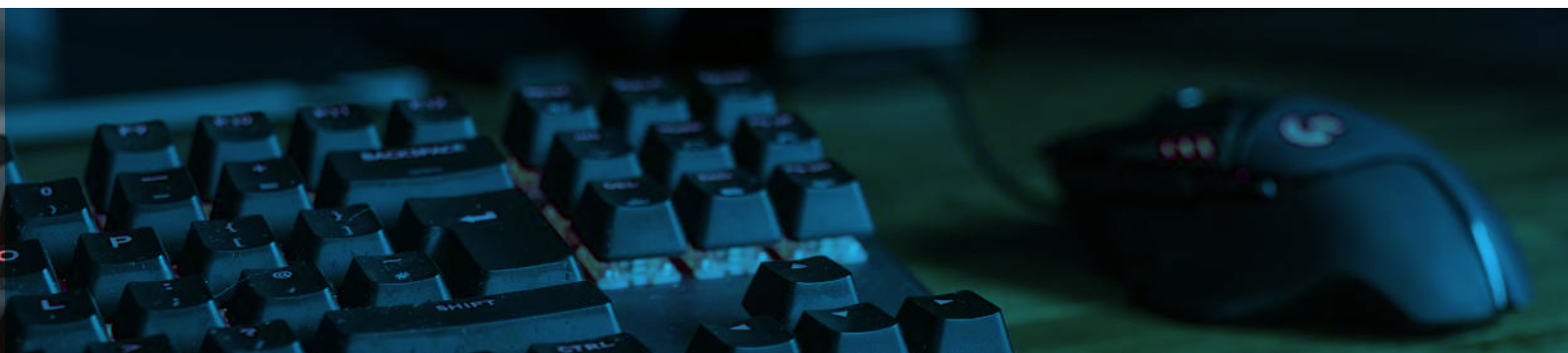
*Elementos del kit de
hardware*



MANUAL DE ELECTRÓNICA BÁSICA



Fotografía del manual de usuario que incluye el kit



Presentación de kit entregado a participantes



DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR





ENDULZA SU CORAZÓN

Diseño y comercialización de un artículo personalizado con temática navideña, promoviendo responsabilidad social, y aportando a la gestión de la Unidad Educativa Experimental para ciegos Luis Braille de la ciudad de Loja, periodo octubre 2022 – febrero 2023

Resumen:

El presente proyecto ha sido realizado con la intención de que los estudiantes practiquen distintas habilidades técnicas y prácticas en su ámbito profesional, además, de promover la responsabilidad social al utilizar parte de los fondos para celebrar la navidad de los jóvenes de la Unidad Educativa “Luis Braille”; el producto fue comercializado en la ciudad de Loja con el objetivo de aportar al desarrollo social de nuestra comunidad y además, fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico.

ESTUDIO DE MERCADO

Resultados Cualitativos y Cuantitativos:

Se aplicó una encuesta a la población objeto de estudio, siendo esta la población de la ciudad de Loja, con el objetivo de conocer su aceptación y determinar la demanda existente para el presente proyecto, dando una muestra de 383 personas. Gracias a este estudio de mercado se determinó el tipo de producto para la producción venta y distribución, así como el nivel de interés de los encuestados por el apoyo a causas sociales.

Figura 1
Apoyo causa social

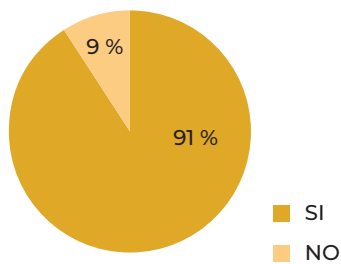
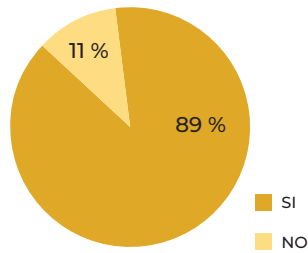
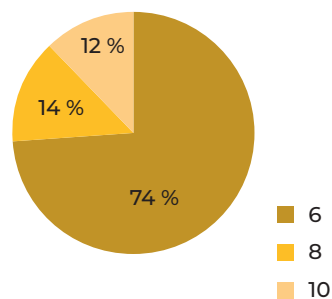


Figura 2
Intención de compra



Fuente: Población del cantón Loja
Elaborado por: Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS

Figura 3
Precio



Fuente: Población del cantón Loja
Elaborado por: Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS

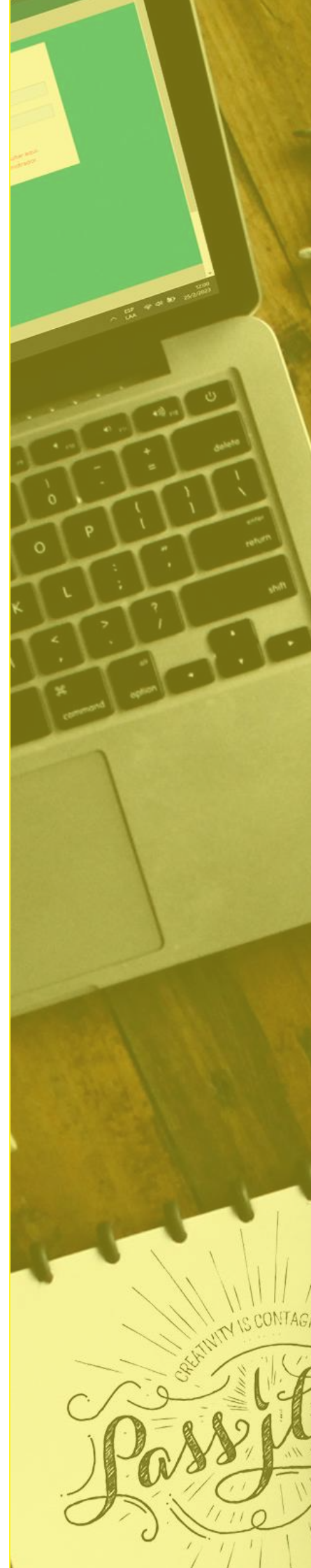




Figura 4
Medios

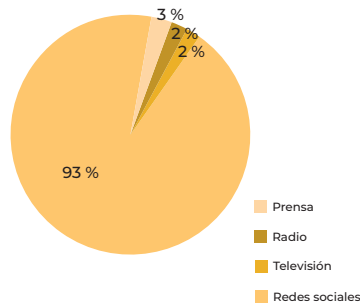


Figura 5
Redes Sociales

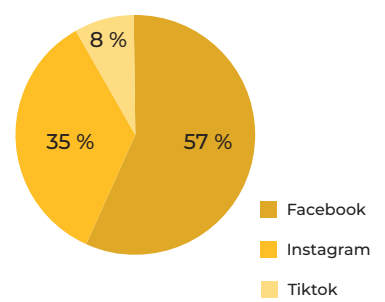
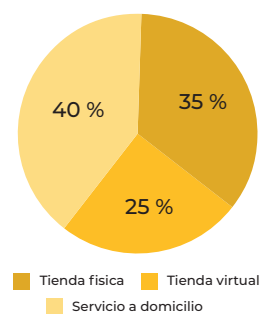


Figura 6
Lugar de compra



Fuente: Población del cantón Loja

Elaborado por: Estudiantes Diseño Gráfico - ISTS

METODOLOGÍA

Como primer punto se trabajó a partir de la fenomenología, definiendo el contexto actual con el propósito de tomar decisiones en cuanto al tipo de productos que podemos ofrecer, esto considerando la época del año, así como el aporte social que el proyecto tendría. Luego se continuó con el método hermenéutico, donde se aplicó la comprensión de diferentes fuentes bibliográficas para aplicar conocimientos de ilustración, trabajo de impresión, conceptualización de marca y definición de estrategias para la campaña publicitaria. Finalmente, se trabajó aplicando el método práctico proyectual, con el cual se ejecutaron diferentes procesos metódicos para conseguir los productos definidos en el estudio de mercado, con el objetivo de comercializarlos y poder implementar la campaña de manera estratégica. Además se trabajó con diferentes herramientas como la encuesta y la observación directa. El proyecto se ejecutó también en base a un cronograma en el cual se fue dando seguimiento a cada fase, esto ayudó a que cada docente y estudiante de los diferentes niveles logre cumplir con las metas académicas propuestas, así como el trabajo que realizaron dentro de la comercialización.

Objetivo

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

Mediante la investigación de mercado realizada se determinó el producto más adecuado para su producción y comercialización. Se obtuvieron ilustraciones elaboradas mediante software especializado con motivos acordes al proyecto. Los estudiantes fueron capacitados en técnicas de promoción, publicidad y comercialización durante dos jornadas con la finalidad de que apliquen sus habilidades dentro de la campaña publicitaria. Se logró llegar a la población económicamente activa de la ciudad de Loja con las estrategias de promoción mediante redes

sociales y giras de medios logrando la comercialización del producto. Los estudiantes de la Unidad Educativa Luis Braille fueron beneficiados con un agazajo navi-deño, así como con instrumentos para sus actividades escolares, todo como resultado de las utilidades recaudadas.

Finalmente se presentaron los resultados del proyecto a los estudiantes inversores, representante de la carrera y las autoridades pertinentes.

Tabla 1

Resumen de ingresos y gastos

PROYECTO ENDULZA SU CORAZÓN	
INGRESOS	
CUOTA PROYECTO INTEGRADOR 127 ESTUDIANTES	1905,00
VENTA 635 JARROS	3810,00
TOTAL INGRESOS	5715,00
EGRESOS	
COSTOS DE PRODUCCIÓN 635 JARROS	2048,02
OTROS GASTOS	15,00
TOTAL EGRESOS	2063,02
INGRESOS	5715,00
EGRESOS	2063,02
UTILIDAD	3651,98
RESULTADOS DEL EJERCICIO	
INVERSIÓN INICIAL	1905,00
UTILIDAD VENTA JARROS	1746,98
DONACIÓN A ESCUELA (20%)	349,40
UTILIDAD - DONACIÓN A ESCUELA	1397,58
UTILIDAD POR ESTUDIANTE	11,00
UTILIDAD INDIVIDUAL A ESTUDIANTES (127) (\$15.00 CAPITAL + \$11.00 UTILIDAD) = \$26.00	26.00

Nota: Tecnología superior en Diseño Gráfico, 2023

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.

▶ CONCLUSIONES

Mediante la investigación de mercado realizada se logró determinar el producto más adecuado para su producción y comercialización.

Se obtuvieron ilustraciones elaboradas mediante software especializado con motivos acordes al proyecto.

Los estudiantes fueron capacitados en técnicas de promoción, publicidad y comercialización durante dos jornadas con la finalidad de que apliquen sus habilidades dentro de la campaña publicitaria.

Se logró llegar a la población económicamente activa de la ciudad de Loja con las estrategias de promoción mediante redes sociales y giras de medios logrando la comercialización del producto.

Los estudiantes de la Unidad Educativa Luis Braille fueron beneficiados con un agasajo navideño, así como con instrumentos para sus actividades escolares, todo como resultado de las utilidades recaudadas.

Se presentan los resultados del proyecto a los estudiantes inversores, representante de la carrera y las autoridades pertinentes



Fotografía final del proyecto en la escuela Luis Braille



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

Fotografía publicitaria de una de las tazas sublimadas





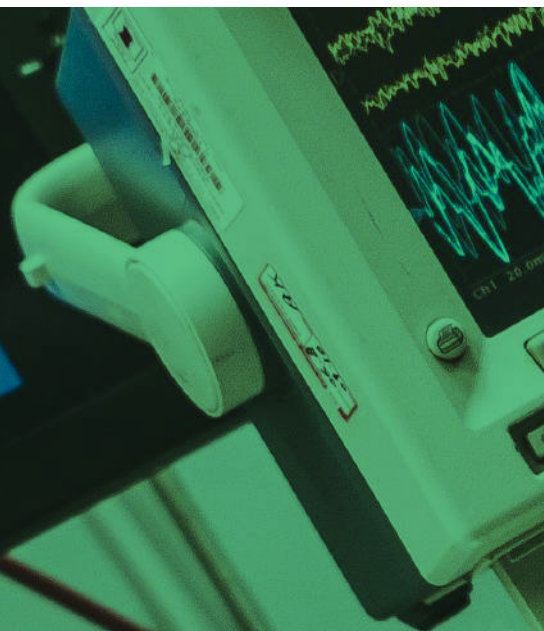
*Arte publicitario de
concientización para el
proyecto*



*Participación del
evento
en la escuela Luis Braille*



ELECTRÓNICA
TECNOLOGÍA SUPERIOR





ILLA – CHRISTMAS

Lámparas led navideñas de acrílico de la marca Wasi - Smart para época de navidad

Resumen

La energía eléctrica en la actualidad es base fundamental para el desarrollo de los pueblos en otras palabras es el motor del mundo moderno, pero en nuestro país no se tiene conciencia acerca del ahorro y eficiencia energética especialmente en épocas del año como Navidad. Por ello se llevó a cabo el desarrollo del proyecto denominado Illa – Christmas con el fin de brindar a la ciudadanía de la zona 7, productos ideales para regalar en esa época del año que incorporen tecnología LED ya que al utilizar luz led el consumo se ve reducido en forma considerable, así como la contaminación lumínica ambiental. Mediante una metodología mixta, se realizó una recopilación bibliográfica y se recolectaron datos en base de una encuesta para determinar las características principales del producto y llevar a cabo el respectivo estudio de mercado para la aceptación del mismo. Los componentes electrónicos utilizados para la construcción del dispositivo tanto en la parte de la estructura física como electrónica fueron los idóneos ya que permiten contribuir al ahorro energético y brindan un diseño atractivo para el público objetivo gracias a la tecnología LED. Se logró realizar las respectivas pruebas de campo mediante testeado electrónico, con el encendido y apagado de las luces que son parte del producto, estas fueron 100% exitosas ya que la totalidad de los productos elaborados cumplieron con su función que corresponde a la iluminación de los diseños tallados en acrílico para ambientar un espacio en específico según lo requiera el cliente.

ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el uso de la encuesta se pudo establecer la preferencia por el diseño, accesibilidad, usabilidad, costo, innovación y la forma en la que el cliente adquirió el producto y determinar cuáles son los diseños que más consumen los clientes en época navideña. En redes sociales se evidenció que Illa -Christmas cumple con las prestaciones

que ofrece para ambientar cualquier espacio ya sea en el hogar o lugar de trabajo. 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

Gráfica de la adquisición de las lámparas con tecnología LED con consumo mínimo

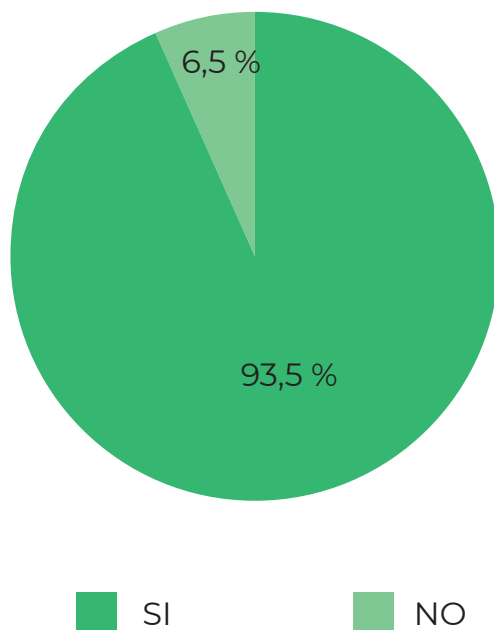
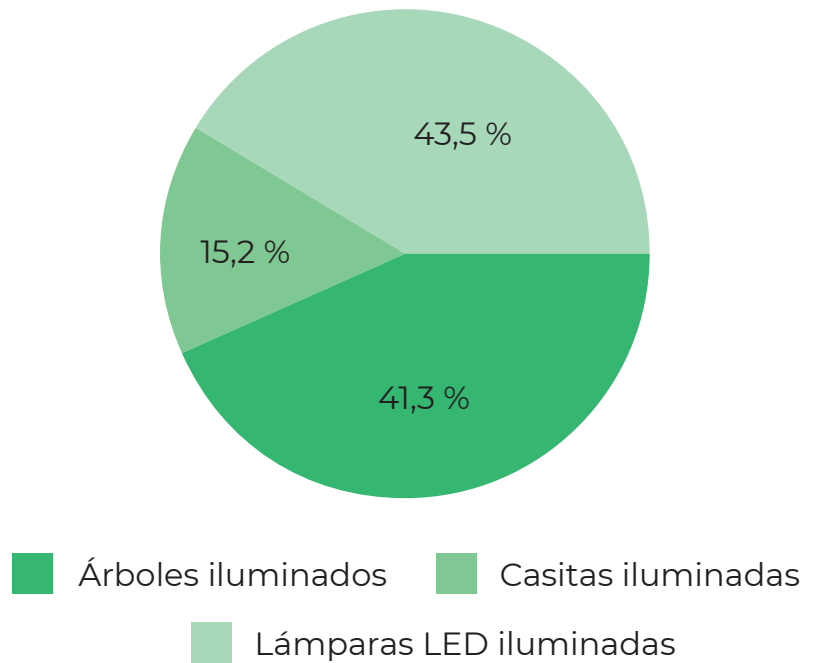


Figura 2

Gráfica de tipos de adornos que le interesaría al consumidor



METODOLOGÍA

Para el diseño de los productos Illa – Christmas se decidió mantener la esencia de la marca Wasi – Smart como alternativa para decoración de ambientes navideños o entornos laborales y sociales en época de Navidad. Los adornos están hechos con tecnología LED que contribuye al ahorro energético. La fase de modelado del dispositivo se centra en la selección de componentes y materiales electrónicos para la implementación del prototipo y las pruebas correspondientes para el encendido/apagado de luces. Se reciclaron cargadores para usarlos como fuentes de alimentación. Se realizaron las respectivas pruebas de campo mediante testeo electrónico, con el encendido y apagado de las luces que son parte del producto, logrando que la totalidad de los productos cumplieran con su función que corresponde a la iluminación de los diseños tallados en acrílico para ambientar un espacio en específico según lo requiera el cliente.

Objetivo

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.

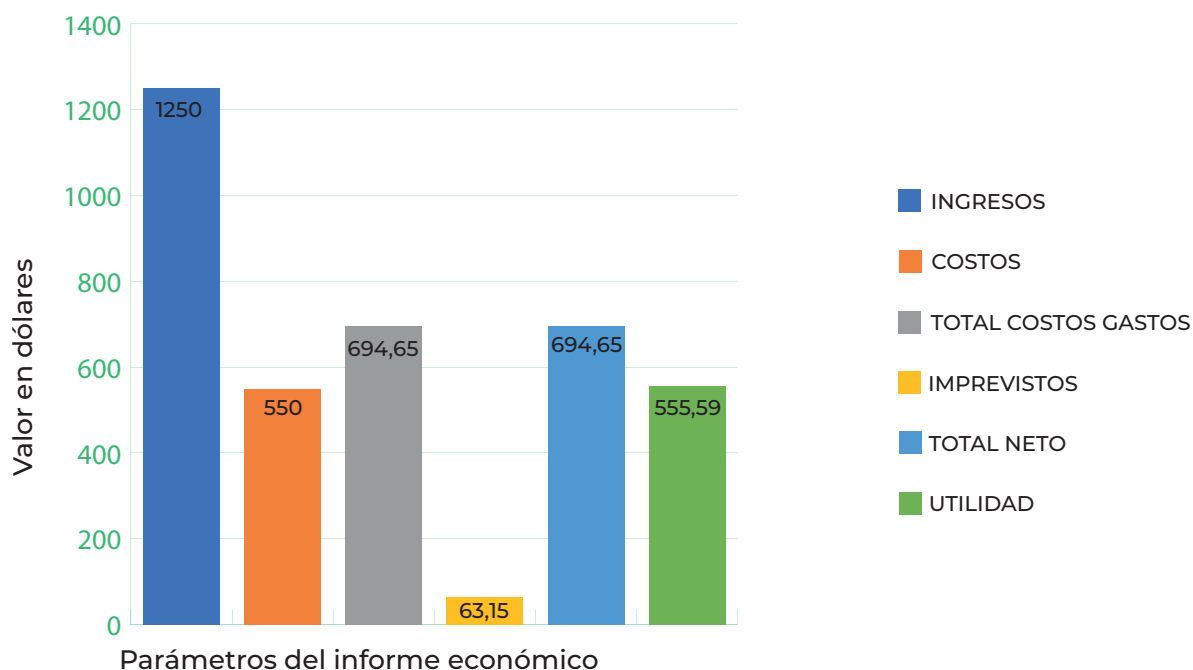
RESULTADOS DESTACADOS

Illa - Christmas resulto novedoso e innovador, las personas estuvieron interesadas en adquirir el producto por la incorporación de tecnología LED. La ganancia obtenida en el proyecto fue de \$480 con una utilidad \$176.36 por el total de dispositivos que brindan un producto atractivo y accesible para los consumidores y que brinda una visión de emprendimiento a nuestros estudiantes. 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 plasmen 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 40 estudiantes que se encargaron de comercializar los dispositivos bajo el nombre Illa – Christmas.

▶ CONCLUSIONES

Después de llevar a cabo una investigación de mercado, se determinó que la comercialización de los dispositivos Illa - Christmas de Wasi - Smart sería viable, estableciendo un costo de \$12 manteniendo su diseño rústico característico. Además, se pudo identificar el público objetivo que se encuentra familiarizado con la marca, lo que permitió una mayor eficacia en la promoción del producto.

Durante la investigación de mercado, se evaluaron los componentes electrónicos utilizados en comparación con los de la competencia, lo que permitió utilizar tecnología LED para promover el ahorro de energía y ofrecer un diseño atractivo para el grupo objetivo.

Se llevaron a cabo pruebas de campo mediante testeo electrónico para analizar la demanda del producto y el correcto funcionamiento del dispositivo, y se logró un 100% de éxito en la iluminación de los diseños tallados en acrílico para ambientar un espacio específico según lo requerido por el cliente.

La campaña publicitaria fue exitosa gracias a la habilidad de venta desarrollada por los estudiantes, quienes recibieron capacitación en el semestre anterior y reforzaron sus habilidades en el presente periodo. Se promocionó el producto a través de redes sociales y por medio de la campaña realizada por los propios estudiantes.

Finalmente, el proyecto obtuvo una ganancia de \$480 y una utilidad de \$176.36 por el total de dispositivos vendidos. Este éxito demuestra una visión emprendedora en nuestros estudiantes y su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en el aula de clase a proyectos tangibles que resuelven problemáticas locales y generan soluciones accesibles y atractivas para los consumidores.

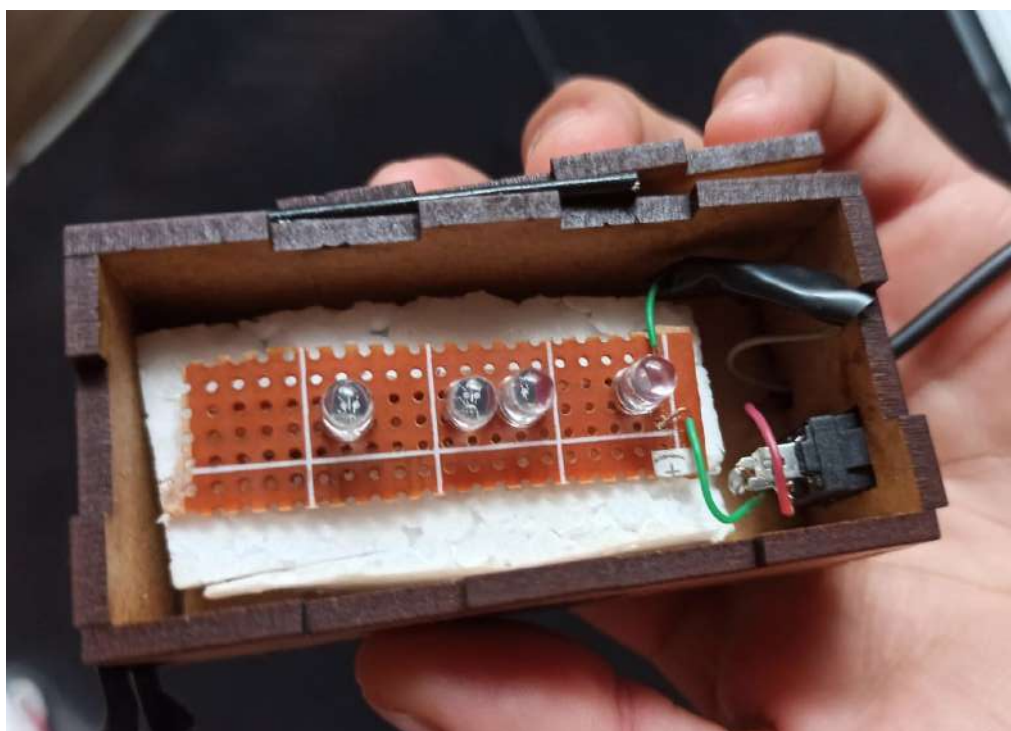


*Presentación de
diferentes modelos
terminados*



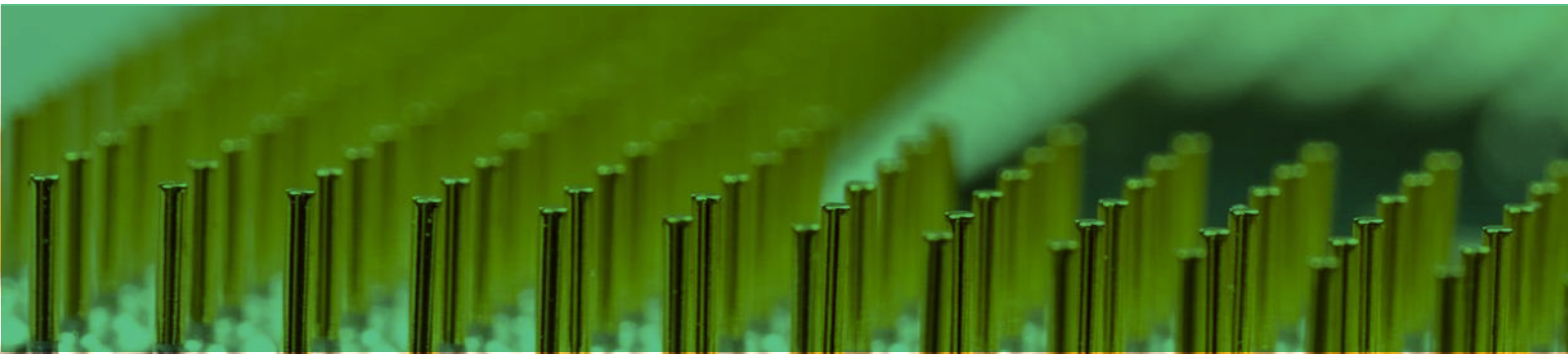
EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

*Materiales utilizados
dentro del proyecto*





Estudiantes de la carrera en la fabricación de las lámparas



Resultado final de una de las lámparas led



ENF
ENFERMERÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



KALIKAI-COMBATE LA RESACA

Elaboración y comercialización de un kit, que ayude a combatir las molestias provocadas después del consumo excesivo de alcohol, desarrollado por los estudiantes del Nivel Técnico Superior de la Carrera de Enfermería del ISTS para el periodo octubre 2022- febrero 2023.

Resumen

La carrera de Enfermería del ISTS teniendo como objetivo primordial el cuidado integral de las personas creó la marca KALYKAI 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.

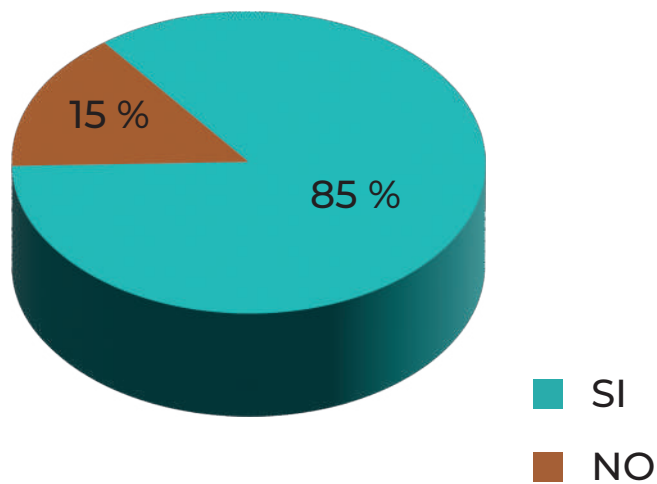
El proyecto realizado es relevante ya que permite generar oportunidades de emprendimiento local que se fomenta en nuestro alumnado, pues al ser ellos el primer contacto que se tiene con la sociedad se impulsa a través de estas propuestas ventajas competitivas para poder impulsar el desarrollo de habilidades y destrezas de cada individuo. La elaboración y distribución de este producto está estrechamente relacionada a las necesidades de la población. Y que nuestra marca sea reconocida como servicio integral en salud.

El presente proyecto consiste en la comercialización de un Kit denominado After Party, que contiene medicación para contrarrestar los síntomas ocasionados por la resaca, con las instrucciones de uso, el armado del kit se lo realizó fundamentándonos en la investigación de la sintomatología y farmacología.

ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo al estudio de mercado aplicado a una muestra de 384 personas, se pudo determinar el nivel de aceptabilidad de un producto que alivie los síntomas de la resaca, en donde el 85% estarían dispuestos a adquirir un kit con las respectivas instrucciones, el 67% de encuestados no conoce los medios por los cuales pueden aliviar la sintomatología, el 83% coincidió con que pagarían de 5 a 10 dólares por el kit, y prefirieron que el kit sea entregado a domicilio mediante pago en efectivo o transferencia.

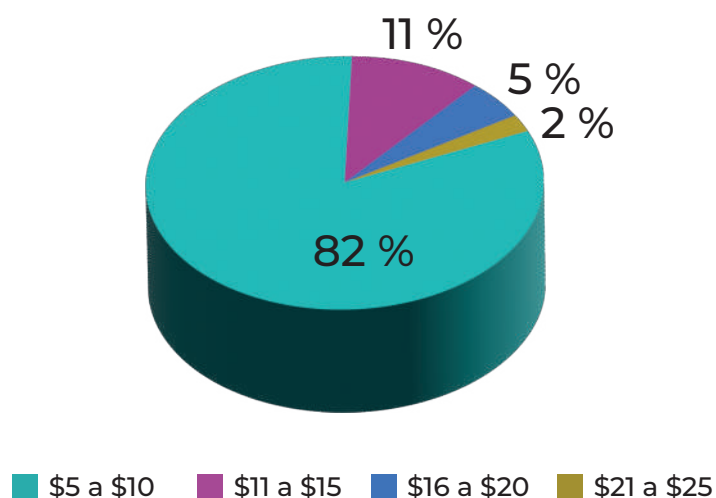
Figura 1
Disposición para adquirir un kit para combatir la resaca



Nota: Encuestas Realizadas por los estudiantes de Carrera de Enfermería ISTS



Figura 2
Valor dispuesto a pagar por el producto



Nota: Encuestas Realizadas por los estudiantes de 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 los diferentes sectores de la ciudad de Loja, donde el objetivo fue de recolectar información sobre el nivel de conocimiento de la forma adecuada de combatir los estragos de la resaca y la aceptación de un Kit para aliviar los síntomas.

Para la aplicación del método hermenéutico de la presente investigación, se fundamentó los principios y conceptos generales sobre las ventajas de ofertar un producto que radique en su gran medida la sintomatología que es provocada por el consumo de alcohol, a través de diferentes fuentes bibliográficas que respaldaron la validez de la investigación.

A través del método práctico proyectual, se utilizaron las estrategias de marketing para dar a conocer mediante un producto a la población, la importancia de combatir la resaca con los medicamentos y formas adecuadas.

Objetivo

Determinar la necesidad de comercialización de un KIT AFTER PARTY, enfocado en la salud a través de un estudio de mercado con la aplicación de una encuesta, para ofrecer un producto que sea útil para la población.

Desarrollar habilidades para la planificación, ejecución y evaluación de proyectos de salud, mediante el emprendimiento, para ofertar un producto innovador.

Crear una nueva idea de negocio con la marca KALIKAI-"Combate la resaca", mediante la transversalidad, para dar a conocer el producto.

Ejecutar una campaña de marketing mediante la utilización de las redes sociales institucionales y de carrera para generar expectativa e intención de compra en el mercado local.

▶ RESULTADOS DESTACADOS

Se determinó la necesidad de comercializar el Kit After Party mediante un estudio de mercado el cual según los resultados gran cantidad de la población aceptó la necesidad de este producto con el fin de aliviar la resaca, que así mismo contenga las instrucciones para su uso.

La comercialización del Kit tuvo la duración de una semana, en donde se aplicaron estrategias de marketing como la creación de contenido audiovisual para la promoción, teniendo como resultado la venta de 893 kits, con una ganancia de 6,55 dólares por cada estudiante.

La marca Kalikai- Kit After Party, 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 y comercial.

INVERSIÓN

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
aporte estudiantil (capital de trabajo)	299	\$ 7,00	\$2093,00

INGRESOS Y EGRESOS

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Kit After party	893	\$4,00	\$3572,00

COSTOS

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Kit After party	893		1611,58

GASTOS

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos Administrativos	1	55,00	55,00
Total Gastos			55,00

UTILIDAD

Detalle	Valor Unitario	Valor Total
Ingresos Totales		4060,42
Devolución inversión a estudiantes	7,00	2093,00
SALDO		1967,42

GANANCIA

Detalle	Estudiantes participantes del proyecto	Valor Total
Saldo menos inversión		1967,00
Ganancia para cada estudiante	299	6,58

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

▶ TESTIMONIO DEL ESTUDIANTE

Considero que el proyecto integrador KALIKAI “Kit After Party” fue una experiencia para aprender, es del conocimiento de todos que el consumo de alcohol es un hábito muy demandado por la sociedad, sin embargo, las bebidas alcohólicas provocan una resaca terrible y en general no se sabe que tomar para sentirse mejor. Nosotros, los estudiantes de enfermería del instituto Sudamericano, nos hemos encargado de crear un kit con todo lo necesario para aliviar los síntomas de la resaca, incluyendo en el kit una bolsita de Té, halls, paracetamol, ibuprofeno, sobre de suero oral, sal Andrews, complejo B en tableta, sales digestivas y una tarjeta con las indicaciones necesarias para tomar el kit.

▶ CONCLUSIONES

Mediante la aplicación del estudio de mercado se identificaron las necesidades de la población, en donde obtuvimos que el 67% de la población encuestada no conocen los medios para aliviar la resaca, el 85% estuvo interesado en adquirir un producto que contrarreste los síntomas y malestar, la mayoría de encuestados sugirieron que su valor oscilara entre 5 a 10 dólares y como método de pago escogieron “en efectivo”, en base a estos resultados se decidió emprender en un producto denominado Kit After Party, el mismo que contó con medicina para el alivio de la resaca y un instructivo de uso con un costo de 4 dólares.

La comercialización del Kit tuvo la duración de una semana, en donde se aplicaron estrategias de marketing como la creación de contenido audiovisual (video de expectativa, arte, tiktok) para la promoción, teniendo como resultado la venta de 893 kits, con una ganancia de 6,55 dólares por cada estudiante.

La marca Kalikai- Kit After Party, al ser una propuesta innovadora despertó el interés de la población, cumplió con las expectativas de los participantes y sobre todo se promovió el bienestar y cuidado de la salud de la población.

Mediante el proyecto se incentivó el espíritu emprendedor de los estudiantes de la carrera Técnico Superior en Enfermería, el mismo que asociado al conocimiento científico, permitió crear un producto que satisface las necesidades de la población y en los estudiantes fortalece su desenvolvimiento en el ámbito laboral y comercial.



Promoción publicitaria
del kit after party

 **KIT AFTER PARTY** 

Para que te sientas mejor al día siguiente.

¿Qué contiene tu kit?

- Bolsita de Té
- Halls
- Paracetamol
- Ibuprofeno
- Sobre de suero oral
- Sal Andrews
- Complejo B en tableta
- Sales digestivas



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

Armado de cada uno
de los kits por parte de
estudiantes





Armado de cada uno de los kits por parte de estudiantes



Kits after party listos para su entrega



GASTRONOMÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR





EUROPA GASTROFEST

Desarrollo de evento académico - gastronómico de alta cocina representativa del continente europeo “Europa Gastrofest”, bajo la marca “Mestiza: sabor y tradición”, periodo octubre 2022 – febrero 2023

Resumen

La Tecnología superior en Gastronomía y su marca “Mestiza-mishu” desarrolló un evento académico - gastronómico con temática de cocina de Europa denominado “Europa Gastro fest”, 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 nueve tiempos y estación de cocteles, basado en la gastronomía de diversos países del continente europeo, representando su cultura y tradición; la producción del me-nú 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 80 estudiantes y 6 docentes de la TS en Gastronomía, así como a 190 invitados que asistieron al evento académico – gastronómico: Europa Gastrofest.

Dando como resultados que un 97.5 % de los estudiantes respondieron que es muy importante realizar este tipo de cenas para aplicar las competencias prácticas adquiridas en las aulas y laboratorios de cocina, y de acuerdo con la frecuencia de la realización de este tipo de eventos, el 80% de encuestados consideran que se lo realice de forma semestral.

Figura 1
Percepción de la Importancia de las Cenas de Proyecto Integrador

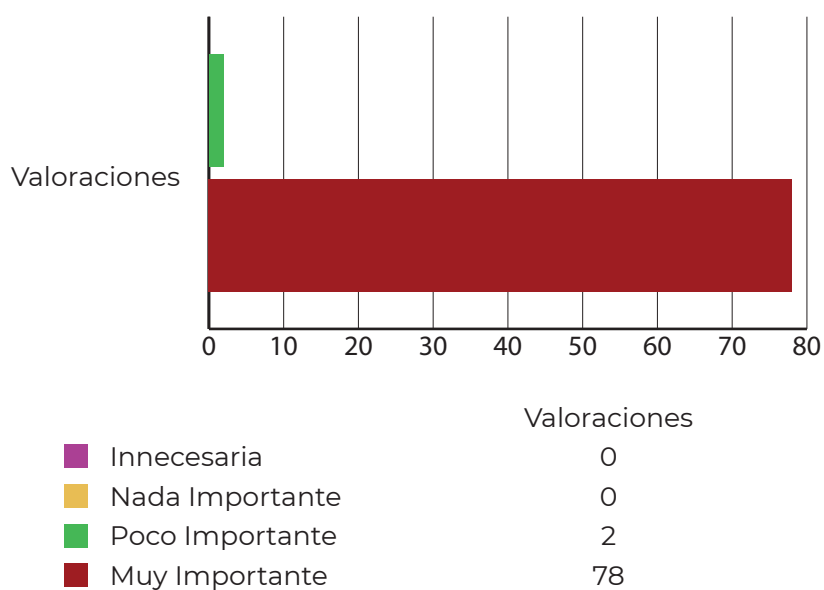
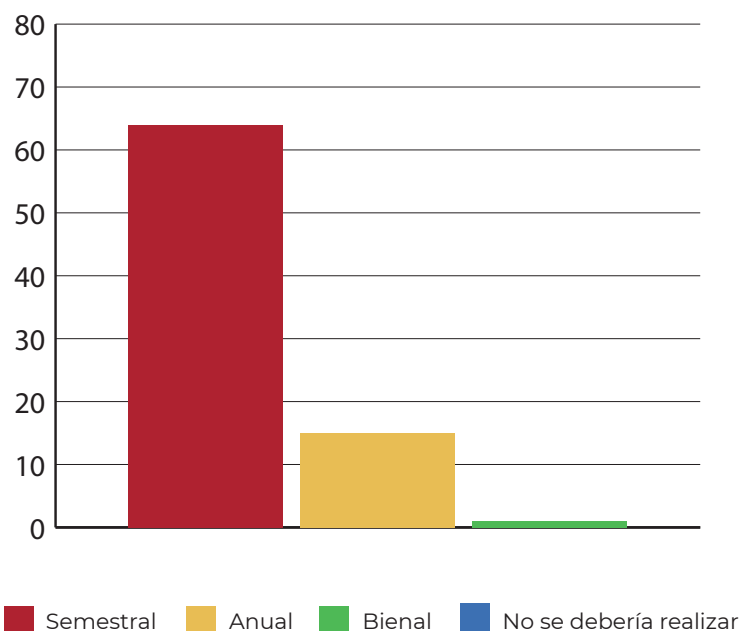




Figura 2

Representación estadística del tiempo de ejecución de cenas de proyecto integrador



▶ 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 nueve tiempos y la estación de cocteles, la temática del evento y experimentación de ofertas culinarias.

Objetivo

Desarrollar un evento académico – gastronómico de alta cocina representativa del continente europeo 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: Organización de eventos y ca-

te-ring, cocina creativa, alta cocina, cocina internacional, técnicas de servicio, mixología, re-postería, 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



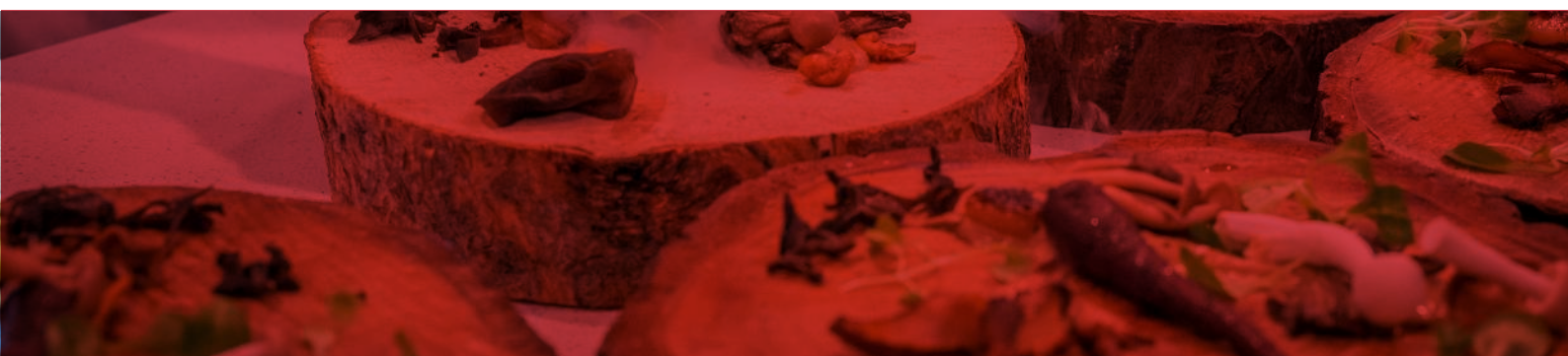
EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

Momento de atención a los invitados para el evento





Presentación musical en evento



Reconocimiento del trabajo realizado por los estudiantes de la carrera



MECÁNICA AUTOMOTRIZ
TECNOLOGÍA SUPERIOR

JOA



UTKANA AUTOMOTIVE DEVELOPMENT

Artesanías a base de elementos metálicos del automóvil

Resumen

La Tecnología Superior en Mecánica Automotriz del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano dentro de la planificación semestral que es desarrollar la producción del proyecto integrador donde se involucra a los estudiantes y docentes para desarrollar un producto o servicio innovador donde se pone en práctica los conocimientos y las habilidades adquiridas en las diferentes asignaturas. La creación de artesanías en base de elementos reciclables automotrices, se fundamenta en la creatividad y al trabajo manual de los estudiantes de carrera. Desde que se determinan las características concretas que debe tener las artesanías a construir, hasta entregar un producto finalizado y comercializado.

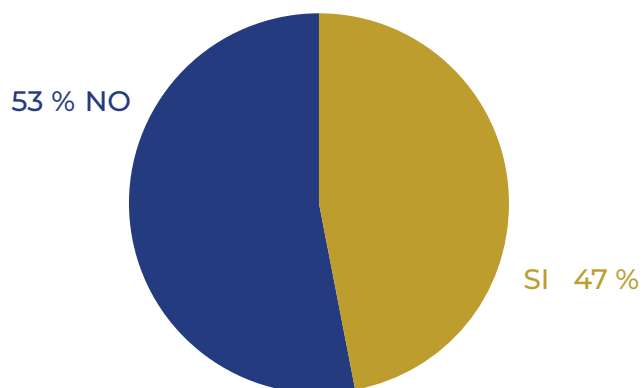
ESTUDIO DE MERCADO

Resultados Cuantitativos y Cualitativos:

Figura 1

Gráfico sobre reutilización elementos metálicos

¿Considera importante reutilizar elementos metálicos de un automóvil?



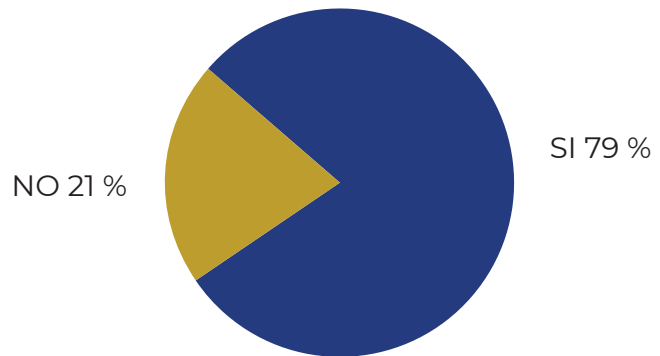
Nota. Estudio de mercado levantado por estudiantes de Mecánica Automotriz ISTS





Figura 2: sobre reutilización elementos metálicos

¿Estaría dispuesto a adquirir artículos decorativos artesanales a base de elementos metálicos de un vehículo?



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

METODOLOGÍA

Método Fenomenológico: Se desarrolló en base a un diagnóstico situacional con la técnica de investigación de la observación en las diferentes parroquias de la ciudad de Loja, donde se analizaron los resultados en base al conocimiento de artesanías a base de elementos automotrices.

Método Hermenéutico: Se realizó una recopilación bibliográfica fundamentada en textos, artículos, revistas, donde se pudo demostrar los beneficios de diseñar y elaborar una variedad de artesanías a base de elementos automotrices con las diferentes técnicas de mecánica automotriz para que la población de la ciudad de Loja pueda conocer sobre estos productos innovadores.

Método Práctico Proyectual: En el método seleccionamos las mejores estrategias de marketing y tendencias en procesos de mecánica automotriz para poder diseñar y crear una diversidad de artesanías a base de elementos automotrices, utilizando técnicas de soldadura, electricidad, entre otras.

Objetivo

Diagnosticar el conocimiento sobre las artesanías con elementos metálicos a través de la aplicación de la técnica de investigación para ofertar una nueva alternativa del producto para el uso de la población de Loja.

Determinar el proceso de elaboración de productos artesanales metálicos mediante la fundamentación bibliográfica con el propósito de indicar las propiedades de utilizar productos artesanales.

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 directivo del ISTS y así demostrar el trabajo desarrollado durante el período académico.

RESULTADOS DESTACADOS:

La evaluación de satisfacción del producto se realizó a través de una encuesta, donde se pudo evidenciar el grado de satisfacción no solo de los compradores sino de los vendedo-

res nuestros estudiantes, así como las sugerencias para mejorar las alternativas de productos en los próximos períodos académicos.

INVERSIÓN

Capital tomado del semestre ABRIL - AGOSTO 2022

Estudiantes en el proyecto integrador: 161

Cuota por estudiante \$ 0,19

Total, de inversión \$ 30,59

INGRESOS

Unidades	Producto	Valor
25	Artesanía helicóptero	\$ 100,00
10	Artesanía vehículo formula 1	\$ 40,00
28	Artesanía motocicletas	\$ 112,00
22	Artesanía destapa botellas	\$ 88,00
10	Artesanía porta vela	\$ 40,00
	Artesanía pistón con reloj	\$ 80,00
11	Artesanía pistón con reloj	\$ 198,00
20	Artesanía porta botella	\$ 80,00
9	Artesanía porta botella	\$ 36,00
Total, ingresos		\$ 774,00

TRANSVERSALIDAD

La transversalidad que determino la carrera en el presente periodo académico se la efectuó con la carrera de Diseño Gráfico con dos actores los mismos que se involucraron desde el inicio del proyecto que inicio en el mes de

octubre 2022 hasta la finalización en el mes de enero 2023. Levantaron las imágenes previamente obtenidas; los artes para la comercialización de los productos.

▶ TESTIMONIO DEL ESTUDIANTE

La participación en el proyecto integrador de carrera, nos ayudó en la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de una propuesta innovadora a ofertar. Como estudiantes aplicamos metodologías y procesos tecnológicos para resolver las necesidades de acuerdo a lo solicitado por las personas. Además, el desarrollo del proyecto nos permitió desarrollar nuevas habilidades.

▶ CONCLUSIONES

La aplicación del estudio de mercado a través de la encuesta permitió determinar desde un inicio la aceptabilidad del producto de la ciudadanía como un producto innovador, pese a que del 100% de encuestados el 53% de los ellos indica que no considera importante reutilizar los residuos metálicos del automóvil para realizar artesanías también, el 79% de los mismos indica que si adquiriría las artesanías. Además, los resultados de las encuestas permitieron determinar que las personas para adquirir el producto tienen mayor consideración la calidad y el precio.

Mediante la revisión bibliográfica se pudo primeramente conocer que las artesanías son piezas que vienen en desarrollo y producción con diferentes técnicas y para distintas utilidades desde hace miles de años, con ello se verificó que las personas tienden desde hace mucho tiempo a adquirir productos novedosos y que la alternativa de crear artesanías con métodos novedosos llamaría la atención de distintos públicos.

Los productos finales se promocionaron a través de redes sociales con una buena acogida, aunque se evidencio que estos creaban en las personas un impacto positivo en el momento en que tenían contacto directo con los productos, se evidencio que la calidad y creación de productos que no se ven habitualmente crea en las personas la necesidad de adquirirlos dando como conclusión que fabricar estos con fines de emprendimiento es una buena alternativa para negocio.

De acuerdo a los datos cuantitativos obtenidos y socializados del resultado del proyecto integrador se evidencio que los estudiantes realizaron una inversión de \$0.19 ctvs y obtuvieron una ganancia de \$3,81, reflejando así que la creación y venta de artesanías en base a desechos automotrices es una buena alternativa como propuesta de emprendimiento para generar ingresos.



Artículos terminados y listos para su entrega



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

Estudiantes realizando cada una de las piezas para el proyecto





Proceso de soldado de cada parte



Entrega final al cliente



TALENTO HUMANO
TECNOLOGÍA SUPERIOR





KAWSU

Una nueva línea de productos naturales que promueve el bienestar laboral y mejore el desempeño y productividad de los colaboradores de una organización.

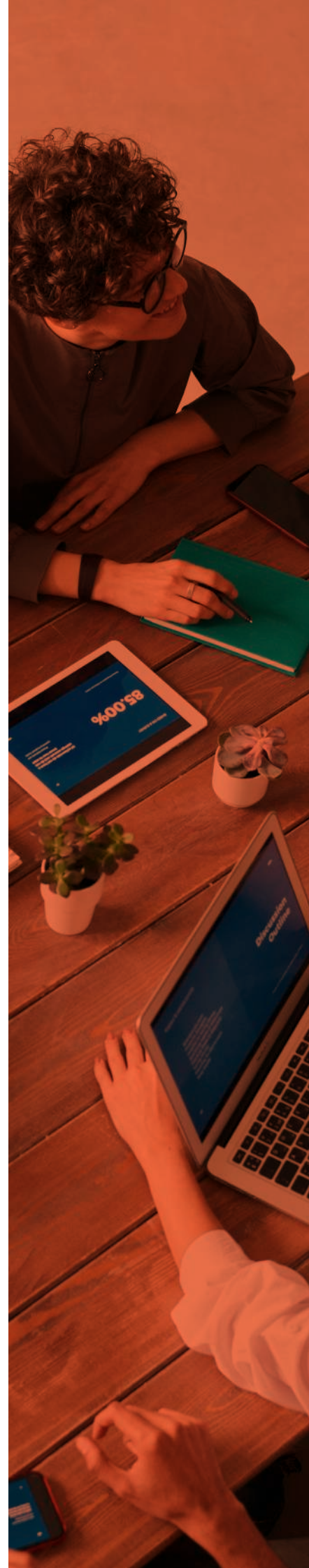
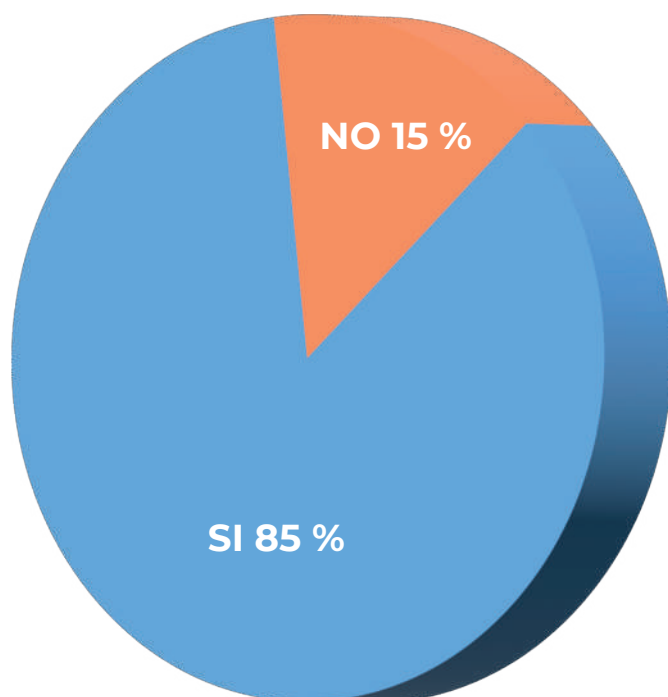
Resumen

El presente proyecto integrador es una respuesta para el colaborador que es sometido a extensas jornadas de laborales, saturación de trabajo y estrés. Es por ello, que frente a esta problemática actual que viven los empleados en las instituciones, se presenta una opción innovadora como lo es la AROMATERIA denominada KAWSU (El aroma de tu bienestar), una nueva alternativa de salud emocional a través de esencias con extractos de plantas medicinales que los directivos pueden implementar en sus procesos internos para velar y salvaguardar la salud física y mental de cada uno de sus empleados.

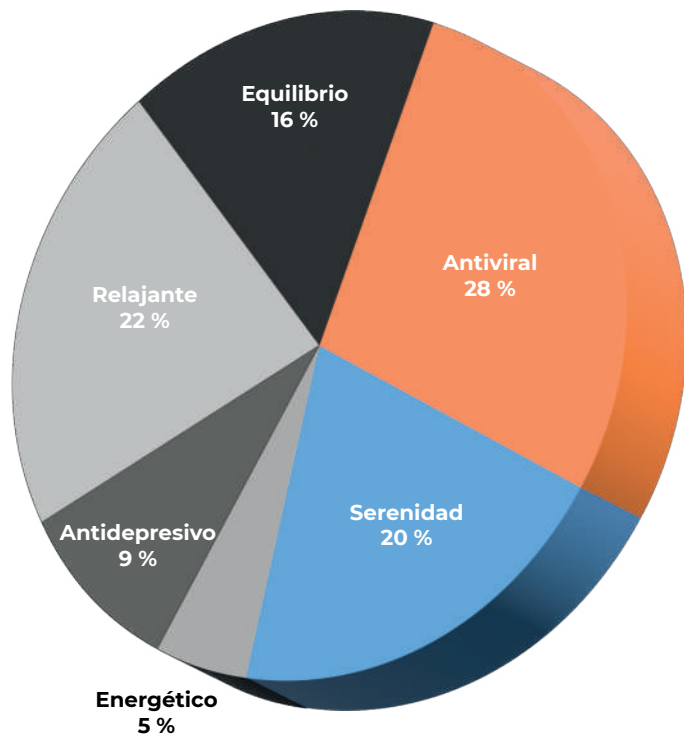
ESTUDIO DE MERCADO

El producto ofertado por la Ts. En Gestión del Talento Humano, obtuvo una gran acogida en toda la Zona 7, mercado en el cual fue comercializado KAWSU esencias relajantes, donde se evidenció que el 85% de la población le gustaría utilizar la aromaterapia como alternativa para mejorar el estado emocional de las personas y el 93 % si le gustaría adquirir Kawsu como una alternativa para aumentar su rendimiento laboral y mitigar el estrés. Entre las principales esencias que les gustaría que se oferten sobresalieron esencias antivirales, serenidad, relajantes, equilibrio, antidepresivo y energéticas. Resultados muy favorables que permitieron la venta y promoción del producto.

Uso de la Aromaterapia como alternativa de salud emocional



Uso de esencias Kawsu



▶ METODOLOGÍA

Los métodos usados en la elaboración del presente proyecto permitieron indagar y construir un producto factible y de gran acogida en toda la Zona 7, detalle a continuación:

Método fenomenológico para llevar cabo la aproximación, observación y descripción de la recopilación de información por parte de población objeto estudio ZONA 7 para obtener información real y frente a ello poder solución mediante la creación de KAWSU.

Método hermenéutico, permitió el uso de información investigativa de diferentes fuentes bibliográficas para desarrollar un marco teórico que enfatice la interpretación de contenidos con relación a los beneficios de la aromaterapia en espacios laborales.

Método práctico proyectual nos ayudó a realizar una propuesta de acción enfatizada en crear una nueva alternativa de bienestar emocional a través de la aromaterapia permitiendo a los colaboradores poder canalizar situaciones conflictivas que generen malestar en sus labores y ser productivos en el ejercicio de sus funciones.

Objetivo

Determinar el nicho de mercado para KAWSU aceites esenciales con la finalidad de asegurar la rentabilidad del nuevo producto.

Capacitar a los estudiantes involucrados en talleres de bienestar emocional que promuevan el uso y beneficio de aceites esenciales en el ámbito laboral.

Proponer un nuevo modelo de emprendimiento enfocado a la salud emocional en entornos laborales a través de una nueva técnica natural la aromaterapia.

Comercializar el producto KAWSU estructurando un kit KAWSU de aromaterapia compuesto de aceites esenciales con beneficios físicos, mentales y emocionales.

Diseñar un plan de promoción y publicidad digital utilizando plataformas digitales gratuitas que contribuyan a posicionar a KAWSU en el mercado local y zonal.

RESULTADOS DESTACADOS

Los estudiantes de la Tecnología Superior en Gestión de Talento Humano fueron los principales actores en la ejecución del proyecto, aprovechando espacios de aprendizaje para la aplicación de conocimientos, habilidades y destrezas que dan como resultado productos o servicios relacionados a su área de forma-

ción profesional. KAWSU es una alternativa de bienestar laboral que tuvo una excelente acogida, se elaboró y comercializó 210 kits de aceites esenciales, superando así las expectativas y obteniendo éxito rotundo en el cumplimiento de metas.

Valores de ventas

	DETALLE	V/. UNIT.	CANT.	V/. TOTAL
Ventas	KAWSU Kit de aceites esenciales	\$12,00	189	\$2.268,00
TOTAL DE INGRESOS				\$2.268,00

TRANSVERSALIDAD

La transversalidad interna permite coordinar y trabajar acciones complementarias conjuntamente con las carreras del ISTS y aportar a la ejecución del proyecto efectivamente considerando las fortalezas y conocimientos de otras especialidades que complementen el cumplimiento de actividades planificadas dentro de las diferentes fases del proyecto.

Ante lo expuesto se trabajó con las siguientes carreras:

Transversalidad interna: T.S en Desarrollo Ambiental; "Taller de producción de aceites esenciales" que fue recibido por los estudiantes de tercero y cuarto ciclo para la producción de KAWSU considerando beneficios, aromas, composición, envasado previo a su empaquetado y distribución. Dicho taller, fue impartido por la Mgs. Cristhian Prieto.

▶ TESTIMONIO DEL ESTUDIANTE

En el presente periodo académico nuestro proyecto integrador es considerado como una idea de negocio factible que se enfoca en la AROMATERAPIA, que es una técnica que permite mejorar la concentración, manejo de las emociones y comportamiento de las personas en el ámbito personal y laboral.

Nuestro producto KAWSU, es un aceite relajante natural elaborado artesanalmente por los estudiantes de la carrera, presentado en el mercado en 4 aromas que son lavanda, mandarina, canela y vainilla, mismos que crean efectos y beneficios saludables que se ven reflejados en el bienestar de quienes lo usan en el diario vivir.

La presentación fue en un packaging (Box) que contiene las cuatro esencias, mismas que se promocionan considerando los beneficios de cada aroma: relajante, serenidad, equilibrio y antiviral.

El plan de comercialización para la publicidad y venta de nuestro producto fue a través de canales de comunicación digitales, redes sociales oficiales de la carrera y venta personalizada lo que permitió su distribución en las principales ciudades de la Zona 7 y del país, convirtiendo a nuestro producto en una alternativa de salud aceptada en el mercado.

▶ CONCLUSIONES

Se realizó la investigación de mercado para el producto KAWSU considerando para ello las necesidades de la demanda que nos permitirá acercarnos a los consumidores canalizando acertadamente ideas y estrategias de factibilidad.

Considerando la importancia de nuestro producto en el ámbito laboral se considera importante el dominio de información actualizada que aseguren los beneficios del uso de aceites esenciales en el ámbito laboral.

Se proponen nuevos modelos de emprendimiento enfocados al bienestar laboral considerando para ello las tendencias de seguridad y salud ocupacional ya que se trata de un eje de investigación propio de la carrera.

Se comercializó el producto KAWSU como un producto innovador, con enfoque natural que trae consigo beneficios de salud física y emocional en entornos laborales.

Es importante desarrollar y aplicar un plan de promoción y publicidad optimizando el uso de plataformas digitales gratuitas que contribuyan a la rentabilidad del emprendimiento propuesto



*Fotografía publicitaria
del producto final*



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

*Elaboración de cada
producto por parte de los
estudiantes*





Estudiantes en el proceso de elaboración de los productos



Producto final entregado al consumidor final

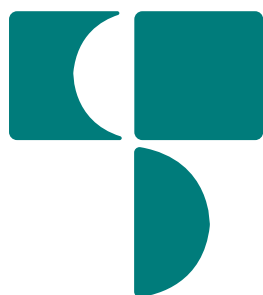


CONCLUSIONES

- 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

octubre - febrero 2023