



MUSUKIAM

... aquí comienza el cambio.

TERCERA EDICIÓN

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

octubre 2021 - marzo 2022



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Hacemos gente de talento!

The background of the page is a blurred photograph of several people sitting around a table, possibly in a meeting or classroom setting. In the foreground, a white computer keyboard is visible on a wooden surface. A vertical teal-colored bar runs along the right edge of the page.

Instituto Superior Tecnológico Sudamericano
Edición N° 3
PROYECTOS INTEGRADORES 2022
LOJA-ECUADOR

PROYECTOS INTEGRADORES

ISTS OCTUBRE 2021 -MARZO 2022

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

Tlgo. Carlos Vadivieso
COORD. GASTRONOMÍA

Ing. Alex Yunga.
COORD. DESARROLLO DE SOFTWARE

Tlgo. Pablo Duque
COORD. DISEÑO GRÁFICO

Ing. Oscar Jiménez
COORD. ELECTRÓNICA

Lic. Johana Córdova
COORD. TALENTO HUMANO

Ing. Luis Dario Granda
COORD. MECÁNICA AUTOMOTRIZ

Lic. Paula Córdova
COORD. ENFERMERIA

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

CONTENIDO

- 09 | Proyecto
INNOVA Y EMPRENDE
Tecnología en Administración Financiera
- 17 | Proyecto
COLOREA TU FAUNA 2DA. EDICIÓN
Tecnología en Desarrollo Ambiental
- 25 | Proyecto
AMACHAY
Tecnología en Desarrollo de Software
- 33 | Proyecto
MASKOKETOS
Tecnología en Diseño Gráfico
- 41 | Proyecto
WASI-SMART
Tecnología en Electrónica
- 49 | Proyecto
KALIKAY
Tecnología en Enfermería
- 57 | Proyecto
MESTIZA-MISHU
Tecnología en Gastronomía
- 65 | **UTKANA**
Tecnología en Mecánica Automotriz
- 73 | **INFODOC**
Tecnología en Talento Humano



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡Hacemos gente de talento!

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

octubre 2021 - marzo 2022

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



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

Resumen

El presente semestre se continuo con ideas de negocio innovadoras tales como: la Caja de Ahorro “Unión Estudiantil” y el Centro de Altos Estudios Financieros “CAPACITARTE” cuya función primordial es brindar talleres que permitan fortalecer el área contable, administrativa y financiera del público en general teniendo así una oportunidad de crecimiento contribuyendo al desarrollo de la economía mediante la generación de nuevas fuentes de empleo y producción, por tal motivo se realiza el presente proyecto integrador bajo la marca **INNOVA Y EMPRENDE**, los mismos ofertaron servicios de calidad a la ciudadanía de Loja.

Sales 2	Sales 3	Total
4 224.0	6 454.0	14 204.0
4 232.0	4 534.0	13 298.0
3 454.0	5 454.0	14 484.0
3 476.0	5 876.0	16 412.0
6 543.0	6 747.0	19 076.0
3 544.0	7 245.0	14 033.0
5 345.0	7 845.0	20 033.0
4 234.0	8 235.0	19 922.0
6 454.0	8 344.0	23 036.0
6 845.0	9 454.0	23 260.0
7 345.0	9 634.0	24 813.0
7 845.0	9 947.0	28 245.0

Sales 2: 63 844.0 (24.9%)
Sales 3: 90 014.0 (38.0%)



Total sales



ESTUDIO DE MERCADO

Para la ejecución y cumplimiento de los objetivos se desarrollaron encuestas que se enfocaron en recolectar información para diagnosticar el nivel de 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, mismos que permiten o no con la continuidad de las ideas de negocio planteadas. Se aplicó un estudio de mercado a la ciudadanía de Loja teniendo una muestra de 384 personas para el centro de altos estudios - CAPACITARTE 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 de la oferta de los servicios de la marca **INNOVA Y EMPRENDE**, permitiendo el mejoramiento en cada uno de los servicios comercializados.

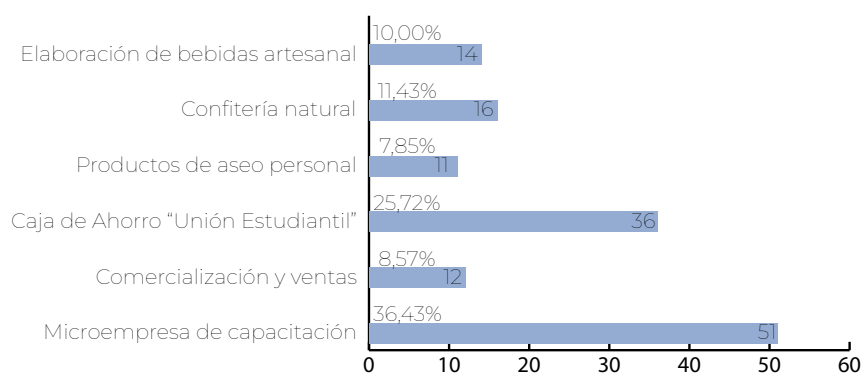
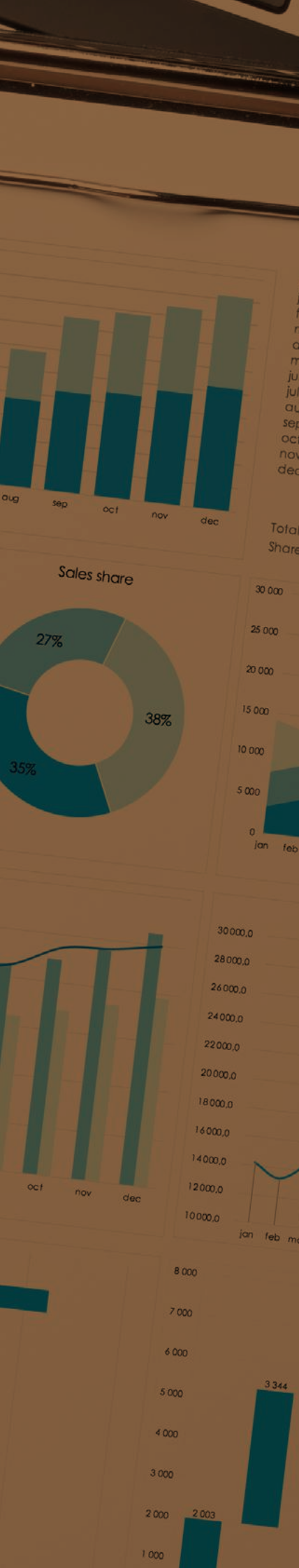


Figura 1: Nuevos productos o servicios que ofertará la marca "INNOVA Y EMPRENDE"





Excelente Buena Mala

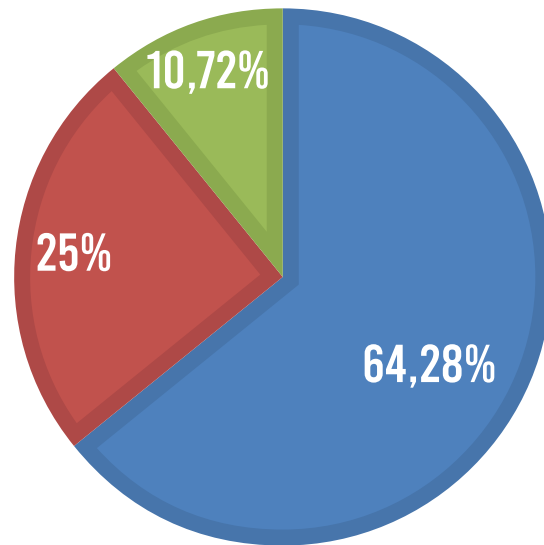


Figura 2: Aceptación de la microempresa CAPACITARTE.

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 y satisfacción y elaboración de la marca y comercialización empleando estrategias publicitarias en redes sociales del servicio ofertado en el mercado logrando llegar al público objetivo cubriendo las necesidades del mismo, en la fase de planificación y venta de los 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 esta investigación.

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 servicios ofertados en la marca INNOVA Y EMPRENDE mismos que permitieron su posicionamiento en el mercado generando una ventaja competitiva y comparativa en el mercado. Los estudiantes adquirieron habilidades y destrezas necesarias para iniciar el proceso administrativo es decir una planificación, dirección y control brindando así 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 CAPACITARTE y Caja de Ahorro "UNIÓN ESTUDIANTIL", mismos que sirvieron para satisfacer la demanda generada en el mercado superando la planificación realizada obteniendo así 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	20-150	6%	
3	Créditos de Consumo	20-50		0,25/\$5
4	Créditos de Consumo	60 - 100		0,35/\$10
5	Créditos emergentes	110-150		0,40/\$15

PRESUPUESTADO			EJECUTADO		
Descripción	Unid	Total	Descripción	Unid	Total
Prevención de lavado de activos	12	\$ 180	Prevención de lavado de activos UAFE	19	\$ 285
Gestión financiera en el control e índice de morosidad	17	\$ 255	Índice de morosidad para salud financiera	22	\$ 330
Productos y servicios financieros disponibles en canales electrónicos	20	\$ 300	Productos y servicios electrónicos	25	\$ 375
TOTAL		\$735,00	TOTAL		\$990,00

▶ TRANSVERSALIDAD

La diversidad de conocimientos (transversalidad entre carreras) que posee la institución dentro de su modelo educativo, fue de suma importancia debido a que permitió el mejoramiento de los servicios que se ofertaron el presente semestre, se contó con el apoyo de la Tecnología Superior en Diseño Gráfico para la elaboración de imágenes publicitarias y material digital con el objetivo de desarrollar una campaña publicitaria de posicionamiento- de los servicios de INNOVA Y EMPRENDE brindando a los demandantes productos de calidad; así también se brindó asesoría presupuestaria a la TS de Mecánica Automotriz y Desarrollo de Software.

*Marca promocional del
proyecto de capacitaciones
IINOVA EMPRENDE*



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

*Contenido publicitario para
redes sociales sobre las
capacitaciones, dirigidos al
público general.*

Centro de Altos Estudios Financieros
Evolucionamos por Ti

Productos y servicios financieros disponibles en canales electrónicos

Transmisión via **Meet**

22 MIÉRCOLES DICIEMBRE

Evento Virtual

HORA 19:00PM

COSTO: 5\$ Incluye Certificado




Capacitaciones dirigidas a emprendedores mediante la plataforma Google Meet



Fortalecimiento de áreas contable, administrativa y financiera contribuyendo al desarrollo de la economía



DESARROLLO AMBIENTAL
TECNOLOGÍA SUPERIOR



Estrategias didácticas de educación ambiental, Colorea y aprende sobre la fauna del sur del Ecuador Octubre 2021 – Febrero 2022 (Segunda Edición)



Resumen

Las diferentes herramientas de educación ambiental permiten dar un aporte al conocimiento, a través de este proyecto se pretende enseñar las especies emblemáticas que poseemos, **“Colorea tu fauna”**, segunda edición, tiene por objetivo acercar a las especies silvestres de vertebrados del sur del Ecuador de una manera lúdica, poniendo énfasis en especies nativa o endémicas que son desconocidas; es por ello que como TS en Desarrollo Ambiental pretendemos llegar a los hogares con un folleto ilustrativo para colorear, el cual promueve que los niños y jóvenes conozcan sobre las características y fisonomía de distintos animales que conviven en los ecosistemas.

ESTUDIO DE MERCADO

El punto de equilibrio de cualquier negocio está determinado por el nivel de ventas necesario para cubrir los costos totales de producción. Es de vital importancia conocer este punto de equilibrio ya que nos ayudó a determinar la rentabilidad del proyecto, obteniendo como resultados, Con base al estudio se requiere la comercialización de 261 unidades para recuperar la inversión (3 unidades por estudiante); por lo que se ha considerado comercializar un total de 530 unidades para toda la tecnología de **Desarrollo Ambiental**, con la finalidad de generar utilidades, esto equivale a que cada estudiante vendió 12 folletos.

Punto de Equilibrio

Costos Fijos	370,00
Costo Variable Unitario	0,08
Precio de Venta Unitario	1,50
PE (Unidades)	261
PE (estudiante)	3

Fórmula PE en Unidades \rightarrow $\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio Ventas Uni.} - \text{Costo Variable Uni.}}$

Utilidad

Costo Fijo	\$ 370,00
Costo Variable	\$ 20,80
Ventas Netas	\$ 390,80

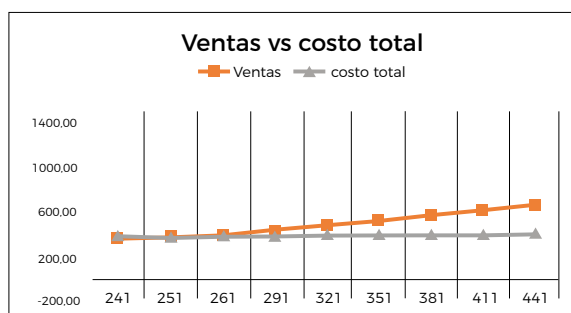
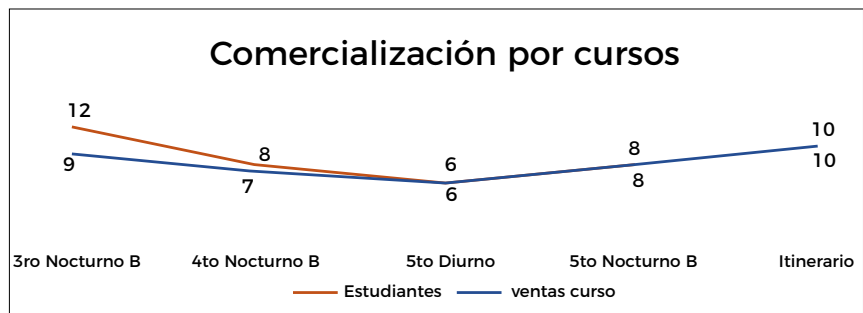
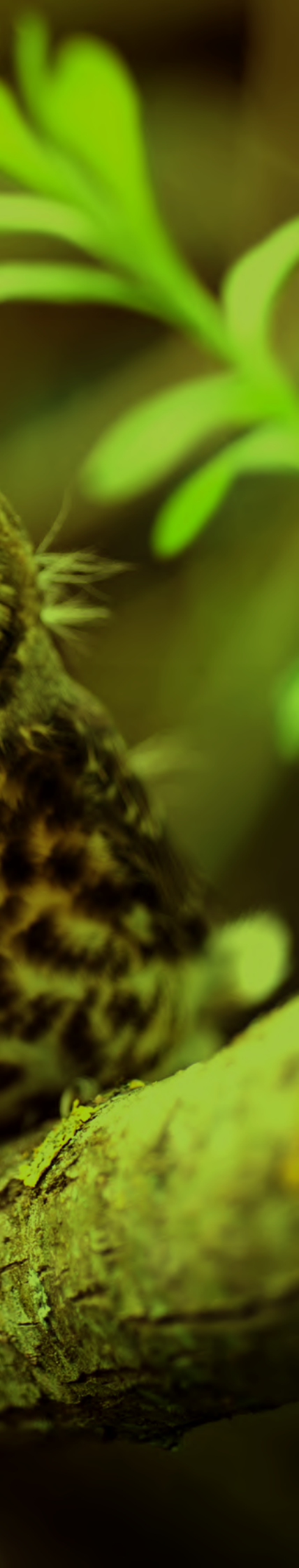


Figura 1: Punto de equilibrio y comercialización por cursos.

Fuente: docentes tecnología desarrollo ambiental.



▶ METODOLOGÍA

Para realizar la primera parte del proyecto fue necesario utilizar distintas metodologías como: el método fenomenológico que inicia con la aproximación a la población que posee niños en sus hogares, ya que la estrategia de educación ambiental está aplicada netamente para niños entre 5 a 9 años de edad, continúa con la aplicación de encuestas que faciliten el estudio de mercado, y termina con la descripción y registro de la información, como parte de la investigación utilizamos el método hermenéutico que inicia con la comprensión de experiencias en estudios realizados, continúa con la relación de la información encontrada en diferentes fuentes investigadas y finaliza con la redacción de información importante para la elaboración del folleto, concluyendo con la ayuda del método práctico proyectual que inicia con el proceso de elaboración de bocetos, prosigue con la vectorización, publicidad, y culmina con la socialización del proyecto ante las 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

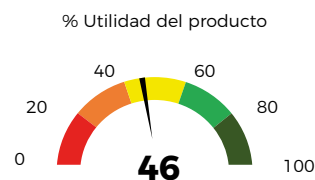
Para la elaboración del proyecto se realizó un folleto el cual contiene 22 hojas con la imagen de especies que se encuentran en estado de vulnerabilidad, amenazadas y en peligro de extinción, el mismo está separado por grupos de mamíferos, aves, reptiles, anfibios y peces, los cuales tienen una breve descripción de la taxonomía y distribución geográfica para una mejor comprensión, el producto fue presentado y comercializado en formato A4, para la elaboración de la marca se utilizó los bocetos de las especies, tomando un ejemplo de cada grupo, una vez seleccionado el boceto a través de los conocimientos técnicos del diseñador gráfico, se utilizó un software de edición denominado Adobe Illustrator, se eligió el color blanco y azul para la portada, se entregaron 12 folletos a cada estudiante, con un valor 1,50 cada uno, de 530 folletos se vendieron 482 folletos en total.

Utilidad por venta de carrera

Ventas tecnología Desarrollo Ambiental			
Detalle de utilidad			
Unidades	Costo de producción \$0,81	Precio de venta \$1,50	Utilidad
530	\$429,30	\$795,00	\$365,70

Fuente: Equipo docente 2022

Unidades	% Utilidad	PVP	Utilidad
12	46	1,50	8,28



El costo unitario de producción del folleto es de \$0,81
El costo unitario de comercialización del folleto es de \$1,50

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 logístico de la tecnología de Diseño Gráfico, en la creación del arte publicitario, en la marca, en la difusión, comercialización y promoción en redes sociales; para ello se requirió el apoyo de un estudiante en la elaboración del arte y video tutorial que sirvió como guía a nuestros estudiantes, se solicitó asesoramiento de la tecnología de Administración Financiera en temas de emprendimiento, estudio de mercado y análisis financieros, y también la tecnología de desarrollo de software fue soporte en las aplicaciones para las encuestas dirigidas al público que adquirió el producto.



Figura 3: Transversalidad con carreras.

Fuente: Equipo carrera gestión ambiental

Portada del folleto lúdico e ilustrativo de estrategias de educación ambiental.



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

Niños recibiendo su folleto ilustrativo Colorea tu fauna





Niños aprenden
coloreando sobre
educación ambiental.



Presentación interna
del contenido del folleto
ilustrado sobre la fauna.



DESARROLLO DE SOFTWARE
TECNOLOGÍA SUPERIOR



AMACHAY, protege tu equipamiento informático, durante el periodo académico Octubre 2021 – Febrero 2022

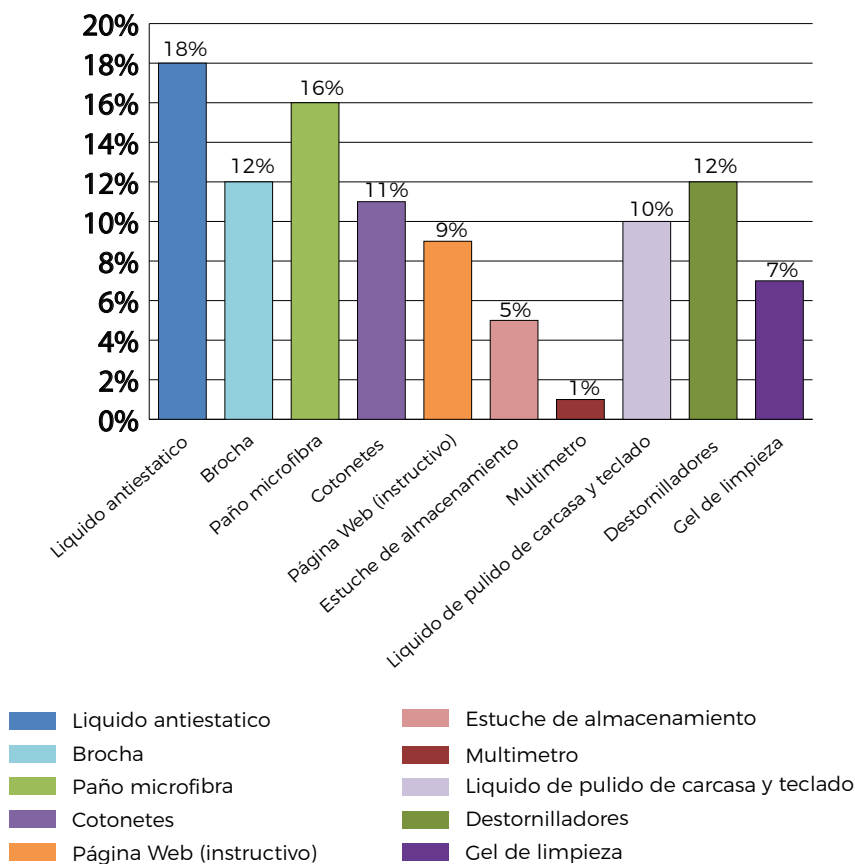
Resumen

La Tecnología Superior en **Desarrollo de Software** forma parte de la oferta académica del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, como objetivo principal demostrar que los estudiantes estén en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana-académica 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 denominado **AMACHAY** se creó un producto con la finalidad de elaborar productos encaminados al cuidado de nuestros equipos computacionales para generar fuentes de ingreso y creación de nuevos productos durante su formación académica.

ESTUDIO DE MERCADO

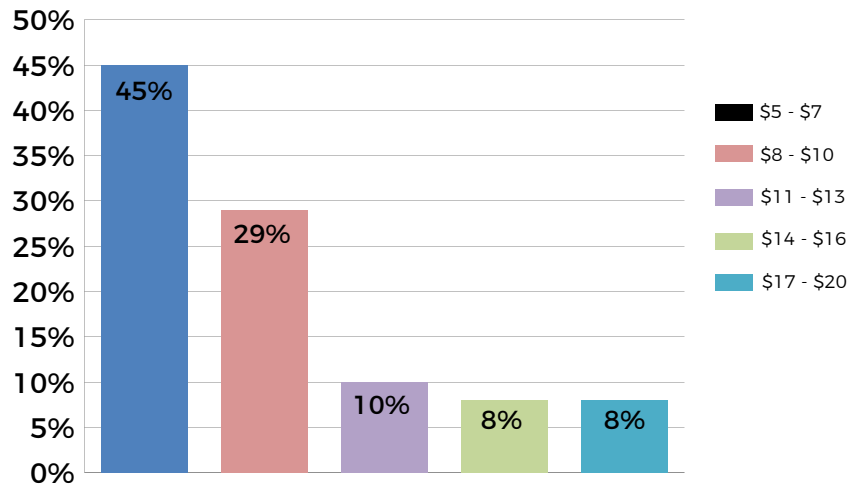
El entorno mundial de la actualidad en la que la sociedad en general tienen proyectos para emprender y poder invertir, se ha estimado en elaborar productos orientados al cuidado de nuestros equipos computacionales por parte del emprendimiento AMACHAY, está produciendo productos con las abreviaturas KL1 (Kit de limpieza 1), 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; la finalidad del estudio de mercado fue enfocada en elaborar productos en el cuidado de la computadora; estuvo dirigido a la colectividad Lojana a fin de determinar los elementos que tendrá el producto KL2, costos, presentación.

Productos Kit de limpieza





Costo del kit de limpieza



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 los elementos que tendrá el producto KL2, (Kit de limpieza 2) costos y presentación

Método Hermenéutico: es aplicado en la comercialización de productos y/o servicios del emprendimiento AMACHAY con la abreviatura KL2 (kit de limpieza de la computadora), y se actualiza la página web, www.amachay.softdevp.com, con la información del emprendimiento y producto del kit de limpieza KL2 donde hace conocer la función del kit.

Método Práctico Proyectual: se enfoca a la elaboración del kit, comercialización de los productos y valoración de resultados e impacto del producto de acuerdo a la calidad de producto y servicio ofertado y satisfacción de los clientes del producto KL2.

Objetivo 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 ejecutó el proyecto integrador en elaborar productos de limpieza preventivos de la computadora conocido como el kit KL2 del emprendimiento AMACHAY. EL Kit de limpieza KL2 contiene los siguientes elementos: el líquido antiestático, líquido de pulido de carcasa y teclado, paño de microfibra, brocha, 5 isópodos esterilizados (cotonetes) y su caja de kit para ordenar los materiales; encontraremos el código QR permite el ingreso al

manual a través de la página web www.amachay.softdevep.com en la que tendrán acceso los clientes donde explica un adecuado mantenimiento preventivo a sus computadoras y cuidado del mismo. Los costos de producción del kit KL2, 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
160	Comercialización productos AMACHAY: Kits de limpieza KL2	\$8,00	\$1,280,00
TOTAL, DE VENTAS			\$1,280,00

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

** Se está proyectando un mínimo de 4 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 KL2. Así mismo la Tecnología Superior en Desarrollo de Ambiental realizó la grabación de un vídeo explicando la elaborar el líquido antiestático y líquido de pulido de carcasa y teclado con una fórmula propietaria.

De la misma manera con la Tecnología Superior en Diseño Gráfico con la elaboración de material de la promoción publicitaria, marca del emprendimiento AMACHAY y packaging del kit de limpieza KL2.

*Presentación de la
marca Amachay.*



DESARROLLO DE SOFTWARE
TECNOLOGÍA SUPERIOR



AMACHAY
PROTEGEMOS TU EQUIPO INFORMÁTICO

EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

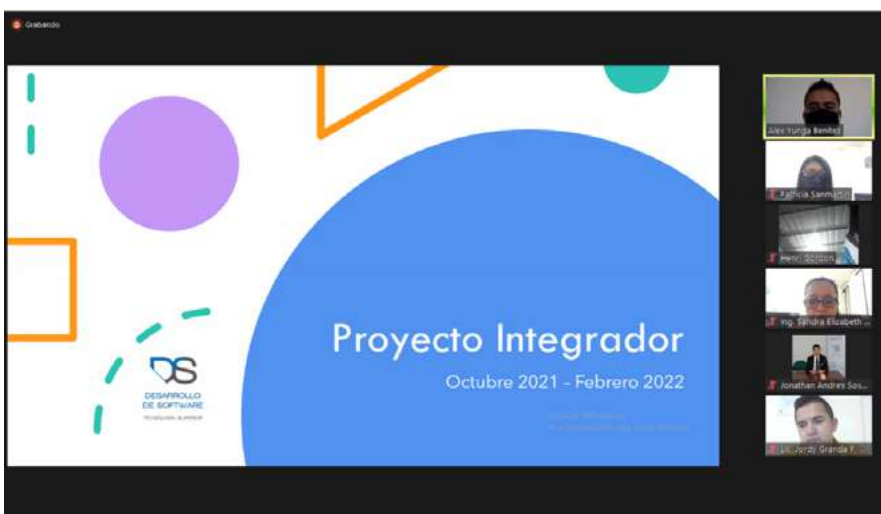
*Fotografía publicitaria
y Packaging del Kit de
limpieza Amachay.*



Estudiantes de Gestion ambiental preparando liquido de limpieza en las instalaciones del instituto




Resultados del proyecto integrador socializados con todos los integrantes de la tecnología DS, vía online.





DISEÑO GRÁFICO
TECNOLOGÍA SUPERIOR





Diseño y comercialización de artículos personalizados para mascotas a través de la Fundación de protección y rescate animal Ángeles con Patas para promover la responsabilidad social en la ciudad de Loja, periodo octubre 2021 – marzo 2022.



Resumen

El proyecto ha analizado el escaso apoyo económico que reciben las fundaciones de rescate animal, situación que impide se puedan ampliar las acciones de ayuda y solventar sus necesidades de atención médica a mascotas abandonadas en la ciudad de Loja. Por esta razón y enfocados en realizar un trabajo de responsabilidad social del que los estudiantes puedan aprender se creó la marca **Maskoketos**, en donde se diseñó y comercializó artículos personalizados para mascotas a través de la fundación de protección y rescate animal Ángeles con Patas para promover la responsabilidad social en la ciudad de Loja llevándose a cabo un proceso basado en un plan de marketing.

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 aquellos artículos de mayor demanda como son collares, pañoletas y dispensadores de fundas, siendo aquellos en los que los procesos de producción se enfocaron en generar.

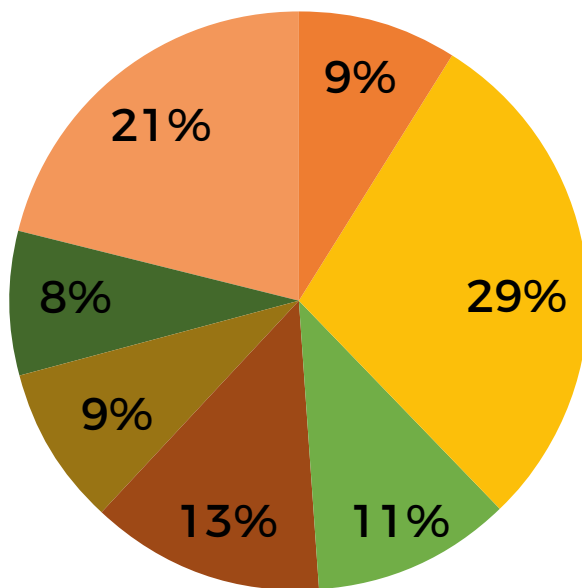
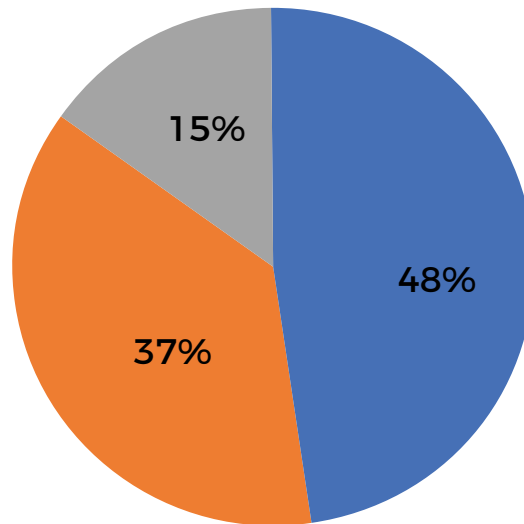


Figura 4: Población del cantón Loja

Fuente: Estudiantes de Diseño Gráfico - ISTS.



En una tienda Física



En una tienda Virtual



A través de una feria

Figura 5: Población del cantón Loja

Fuente: Estudiantes de Diseño Gráfico - ISTS.

METODOLOGÍA

Siguiendo los procesos fenomenológicos se partió analizando el contexto en el cual nos encontramos, tomando en cuenta nuestros modos de vida, objetos que consumimos o elementos por los cuales tenemos cuidado, describiendo así las posibles necesidades que se pueden generar en el mercado para poder crear un producto que pueda ser publicitado y comercializado. Luego a través de la hermenéutica se ejecutaron ejercicios teóricos y prácticos para poder llevar a cabo las diferentes actividades que este proyecto conlleva como el conocimiento de fundamentos del diseño, manejo de técnicas de ilustración digital y su aplicación para la producción en el manejo de maquinaria de sublimación. Esto sin dejar de lado el método práctico proyectual que nos permitió generar un flujo de trabajo desde la detección del problema, el planteamiento de soluciones desde el el diseño gráfico hasta llegar a la elaboración de prototipos que fueron aprobados y luego construidos en serie.

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

Mediante la investigación de mercado realizada se lograron determinar los productos para su producción y comercialización. Además de llegaron a obtener ilustraciones elaboradas mediante softwares especializados con motivos acordes al proyecto tomando en cuenta estudios iconográficos así como de diversas técnicas de ilustración para la elaboración de módulos y patrones atractivos para el público. 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

campana 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 de los productos. Finalmente se presentaron socializaron los resultados económicos del proyecto a los estudiantes inversores, representante de la fundación y las autoridades pertinentes, donando un 20% de las utilidades y entregando el 75% de lo recaudado a los estudiantes.

PROYECTO MASCOKETOS	
INGRESOS	
CUOTA PROYECTO INTEGRADOR	987
VENTA KIT MASCOKETOS	2624
TOTAL INGRESOS	3611
EGRESOS	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	987
TOTAL EGRESOS	987
RESULTADOS DEL EJERCICIO	
INGRESOS	3611
EGRESOS	987
UTILIDAD	2624

Tabla 1: Ingresos, egresos y utilidades proyecto integrador octubre 2021-marzo 2022

▶ 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 KL2. Así mismo la Tecnología Superior en Desarrollo de

Ambiental realizo la grabación de un vídeo explicando la elaborar el líquido antiestático y liquido de pulido de carcasa y teclado con una formula propietaria.

Fotografía promocional de una mascota luciendo la pañoleta elaborada en DG.

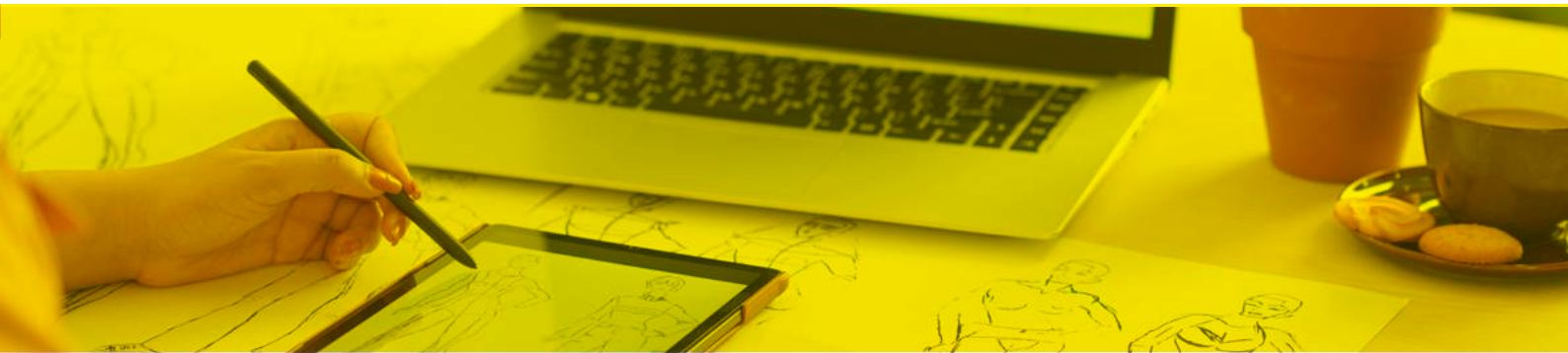


EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

Entrega de donación a la Fundación Ángeles con patas como resultado del proyecto.



Participación activa de estudiantes y docentes en la producción de los artículos de Maskoketos

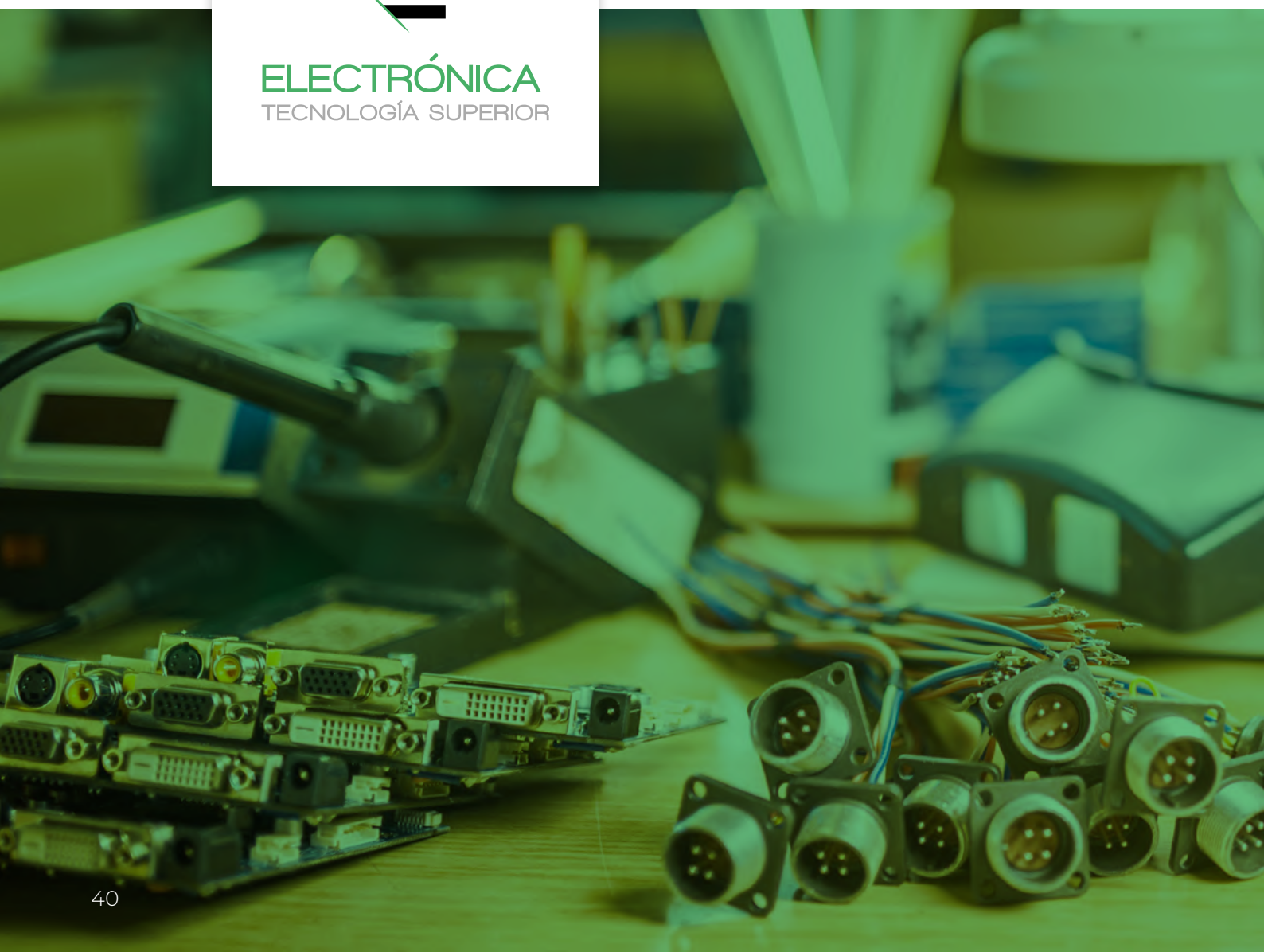


Participación de los estudiantes de todos los ciclos a lo largo del proceso.





ELECTRÓNICA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



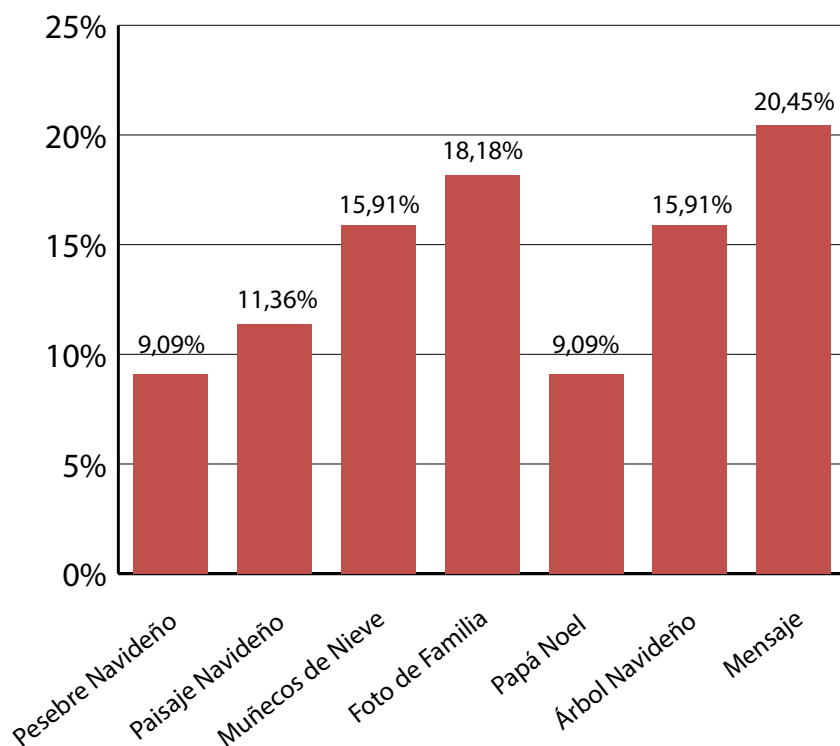
AR- Christmas, adorna tu Navidad: Construcción de obsequios navideños AR – Christmas de la marca Wasi - Smart para el periodo octubre 2021 – febrero 2022

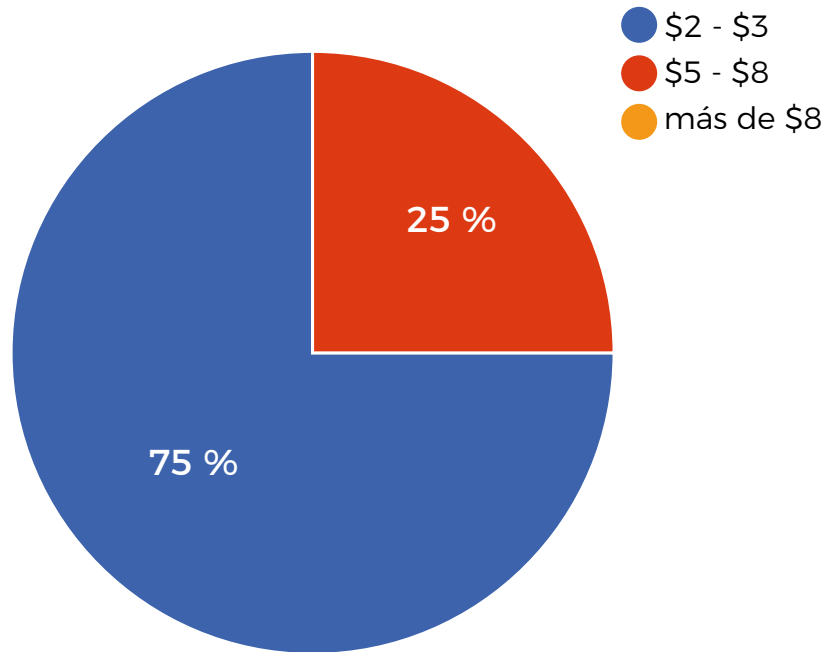
Resumen

La realidad aumentada se aplica en educación, instalación de dispositivos comunicación, capacitación, entre otros, algunas están orientadas a desarrollar proyectos que permitan visualizar la realidad antes de llevarla a efecto; el incorporar RA en una tarjeta navideña permite que las personas se familiaricen con la utilización de esta tecnología, Spark AR studio y tinkercad facilitaron la elaboración de imágenes junto con la digitalización y visualización a través de un teléfono celular en el cual se accede a un link en la aplicación Facebook. Diseños con fotos familiares, paisajes, pesebres navideños fueron los más aceptados para imprimir en la tarjeta navideña.

ESTUDIO DE MERCADO

Las imágenes en las tarjetas navideñas deben ser preferentemente de fotos de familia, de algunos muñecos de nieve, de pesebres navideños y de paisajes alusivos a la época navideña. Los consumidores piensan que un valor de \$2 por cada tarjeta es aceptable. La impresión de las imágenes se lo hizo en alta calidad que, junto a la tarjeta, involucra un costo de \$0,95 reflejando una ganancia de \$1,05 por tarjeta; la realidad aumentada en las tarjetas navideñas fue novedosa, su promoción en redes sociales tuvo éxito y cada estudiante vendió 3 tarjetas, produciendo así 210 en total.





▶ METODOLOGÍA

Se propone una investigación experimental cualitativa con el método de prueba y error, el desarrollo fue en la ciudad de Loja en un ámbito educativo. La primera fase es la recolección de información, centrándose en los temas de realidad aumentada, diseños de imágenes 3D y aplicaciones móviles, con ello se plantea una propuesta para el diseño del proyecto. La segunda fase es el diseño, la elaboración del esquema de las imágenes en 3D, así mismo, la configuración y programación de la realidad aumentada en Spark AR Studio. La tercera fase plantea pruebas y la recolección de resultados más relevantes, de existir fallas, se corrigen hasta que el diseño tenga un funcionamiento adecuado. Como última fase están las conclusiones, en ellas se evalúan los resultados y se plantean los trabajos futuros. El estudio de mercado se lo hizo con una encuesta que determinó la factibilidad de la producción de “AR – Christmas”.

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

Como todos los productos de la marca Wasi – Smart AR Christmas se vendió exitosamente; la inclusión de realidad aumentada en una tarjeta navideña emocionó a los compradores que, en muchos casos, no habían tenido una experiencia similar. Se logró vender 210 tarjetas con impresión de una imagen para visualizar mediante realidad aumentada, cada estudiante comercializó 3 tarjetas, recuperando su inversión y obteniendo un margen de utilidad por el trabajo desarrollado; docentes y estudiantes están motivados a seguir trabajando duro en cada proyecto, en cada idea. Los estudiantes se desempeñan mejor en cada idea plasmada, el emprendimiento es una actividad que los anima a seguir adelante con nuevas ideas y a plasmarlas para dar origen a cosas novedosas que aún se pueden dar dentro de la carrera.

Detalle de productos				
Materias Primas	\$	Total costos y gastos	% Utilidad	Precio de venta
Tarjetas impresas	0,65	0,95	110%	2,00
Total Materia Prima	0,65			
Mano de obra directa				
Contrato de obra cierta	0,2			
Total MOD	0,2			
CIF				
Empaque Snap	0,0			
Capacitación	0,05			
Emprendimiento y ventas				
TOTAL CIF	0,05			
<hr/>				
Gasto de Venta				
Publicidad	0,05			
Total gasto de venta	0,05			
Total Costos y Gastos	0,95			
<hr/>				
Unidades	Costo de producción	Precio de venta	Utilidad	
210	0,95	2,0	219,50	
	199,5	419,0		

▶ TRANSVERSALIDAD

El proyecto se desarrolló con el apoyo de la tecnología superior en Diseño Gráfico para la capacitación en ventas. Los estudiantes recibieron técnicas enfocadas 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. Fueron capacitados de 56 estudiantes que se encargará de comercializar los productos. La publicidad se realizará en la página de la carrera de Electrónica.

*Presentación de la
marca WASI - SMART*

E
ELECTRÓNICA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



WASI - SMART

EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

*Diseño 3D de imágenes y
realidad aumenta que se incluye
en las tarjetas navideñas!*



Aplicación de
conocimientos en
creación de los artículos



Estudiantes
participando en todas
las etapas del proceso
del proyecto integrador



ENF
ENFERMERÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR

Principios de administración de medicamentos inyectables desarrollado por los estudiantes del nivel técnico de enfermería del ISTS para el periodo 2021- 2022

Resumen

El proyecto ha analizado el escaso apoyo económico que reciben 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 “Enfermería en casa”** con el objetivo de establecer una marca que nos represente como salud y bienestar para prestar servicios a la comunidad para proporcionar servicios relacionados con salud integral.

El presente proyecto está orientado a la capacitación de la ciudadanía sobre la importancia de una correcta administración de medicamentos inyectables básicos, tomando en cuenta aspectos como bioseguridad, técnica y práctica, recalcando siempre que todo procedimiento debe realizarse bajo la supervisión de un profesional en salud.

ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado observamos que el 54% de las personas manifestaron que han escuchado sobre el proceso de inyectología de manera muy general; el 53% de los encuestados conoce como se debe realizar el procedimiento de inyectar; el 61% mencionaron que el tipo de capacitación que prefieren optar para incrementar su conocimiento es presencial; el 59% indicaron que el tema que les llama la atención para aprender es la aplicación de inyectables, mencionando que es un tema básico de enfermería que se lo puede aplicar en la vida a diaria el público en general, el 44% consideran que la principal característica que se fijan antes de inscribirse a una capacitación es la experiencia.

El 60% de los encuestados, están dispuestos a pagar entre \$10,00 a \$12,00 por una capacitación de inyectología. La red social Facebook es la herramienta que utilizarían para conocer sobre la capacitación, en un 55%. Considerando algunos resultados del estudio de mercado como antecedentes, se puede concluir que podríamos llegar a una demanda total de 200 participantes al curso de capacitación de principios de procedimiento de inyectología programado por los estudiantes del nivel técnico de Enfermería del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

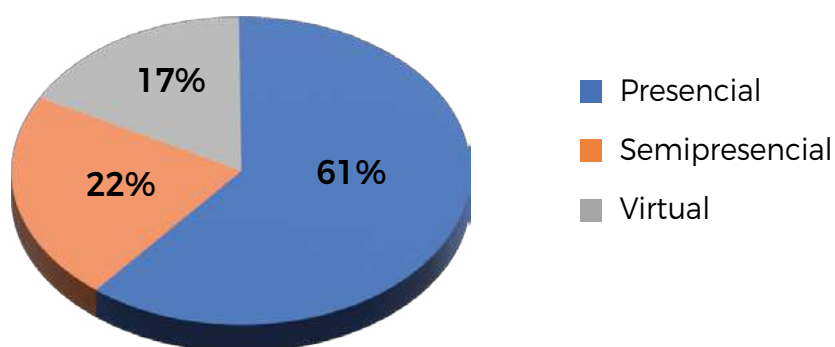


Figura 5: ¿Qué tipo de capacitación le llama la atención para optar?

Fuente: Encuestas realizadas por los estudiantes de la Carrera de Enfermería ISTS



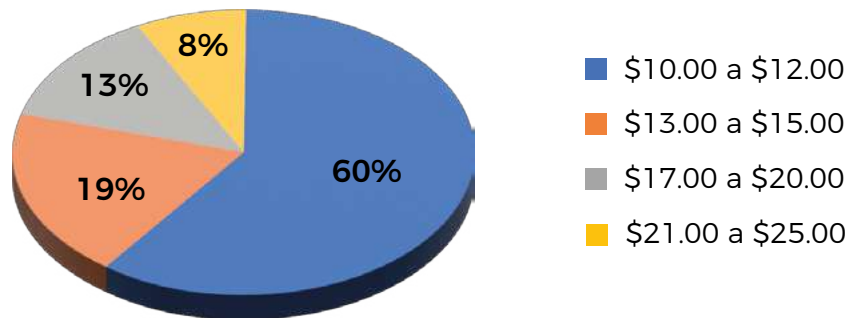


Figura 6: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una capacitación de inyectología?

Fuente: Encuestas realizadas por los 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 el tema general de inyectología.

Para la aplicación del método hermenéutico de la presente investigación, se fundamentó los principios y conceptos generales sobre las ventajas de ofertar y receptor cursos de capacitación en el tema de aplicación de los procesos de inyectología, a través de diferentes fuentes bibliográficas que respaldaron la validez de la investigación.

A través del método práctico proyectual, se levantó el material didáctico para impartir la capacitación sobre los fundamentos aplicativos de inyectología para el público general, así mismo se utilizaron las estrategias de marketing para dar a conocer la importancia de conocer los principios de inyectología.

Se aplicó la técnica de encuesta que nos permite conocer las razones de porque la población prefiere seguir un curso de capacitación de inyectología, considerando una muestra de 384 personas de los diferentes barrios de Loja y así poder determinar la viabilidad de la oferta del curso.

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 el desarrollo de un Seminario Taller con el Tema: Principios de administración de medicamentos inyectables, dirigido a la ciudadanía en general.

▶ RESULTADOS DESTACADOS

La emergencia sanitaria nos llevó a una seria reflexión sobre la necesidad de conocimientos básicos pero prioritarios que en su determinando momento pueden salvar una vida. Entre ellos principalmente técnicas de inyectología.

El seminario taller de inyectología tuvo gran acogida con un numero de 65 participantes, se realizó de manera híbrida, las clases teóricas de manera virtual y las practicas de manera presencial, en pequeños grupos de estudiantes. Tuvo una muy buena acogida por parte de la comunidad, obteniendo buenos resultados en la encuesta de satisfacción realizada después del curso.

KALIKAI – ENFERMERÍA EN CASA es una propuesta innovadora que grandes a futuro pues cumplió con la expectativa de los participantes y se solicitó continuar en futuros proyectos con temáticas relacionados ya que son un gran aporte para el conocimiento en salud de la población.

Cuadro de resumen inversión, ingresos y egresos:

Ingresos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
aporte estudiantil (capital de trabajo)	138	\$ 5,00	\$690,00

Costos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Kit de insumos	65	\$ 1,59	\$103,35
Certificado	65	\$ 0,84	\$54,60
Total	138	\$ 5,00	\$157,95

Gastos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos Administrativos	65	\$ 1,59	\$50,00
Total Gastos	65	\$ 0,84	\$50,00

TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 207,95
TOTAL DE INGRESOS	\$ 650,00
UTILIDAD	\$ 442,05

Utilidad total del proyecto

Cantidad	Detalle	Costos	Gastos	Venta
65	Participantes en el Taller de Inyectología	157,95	50,00	650,00

Recuperación de la inversión de los Estudiantes

Nro. Estudiantes	Inversión	Utilidad	Total x estudiante
138	\$ 5,00	3,20	\$ 8,20
Total	690,00	442,05	\$1132,05

▶ 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 (ver anexos), los mismos que nos permitió tener una buena acogida del curso 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 el servicio que se comercializara en el mercado.

*Presentación de la marca
KALIKAI, enfermería en casa*

ENF
ENFERMERÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

*Capacitación a la ciudadanía sobre
la importancia de una correcta
administración de medicamentos
inyectables básicos*



Recordando a la ciudadanía considerar la bioseguridad, técnica, práctica y supervisión médica en los procedimientos.



Ciudadanos poniendo en práctica las capacitaciones recibidas





GASTRONOMÍA
TECNOLOGÍA SUPERIOR



Desarrollo del evento académico - gastronómico de cocina patrimonial: “mestiza: mishu”, en el periodo octubre 2021 – febrero 2022



Resumen

La Tecnología superior en Gastronomía y su marca “**Mestiza-mishu**” desarrolló un evento académico - gastronómico con temática de cocina patrimonial, 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 región de nuestro país, 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 110 estudiantes y 6 docentes de la TS en Gastronomía, así como a 220 invitados que asistieron al evento académico – gastronómico: Mestiza – Mishu.

Dando como resultados que un 91 % de los estudiantes respondieron afirmativamente a su deseo de nuevos espacios para aplicar las competencias prácticas adquiridas en las aulas y laboratorios de cocina, y de acuerdo a la temática y menú del evento, el 68% de encuestados preferirían un enfoque de cocina patrimonial ecuatoriana.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Si	90	91 %
No	20	9 %
TOTAL	110	100%

Nuevos espacios prácticos

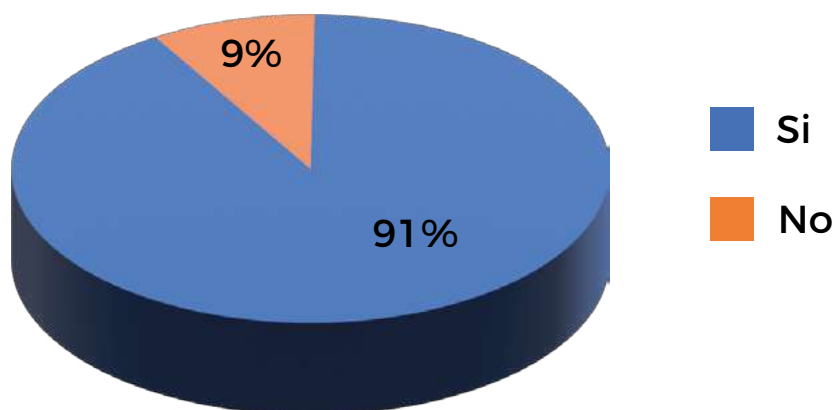


Figura 7: Nuevos espacios prácticos

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de la TS Gastronomía

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Cocina Mexicana	13	12 %
Cocina Ecuatoriana	75	68 %
Cocina Tailandesa	22	20 %
TOTAL	110	100%

Temática y menú del evento

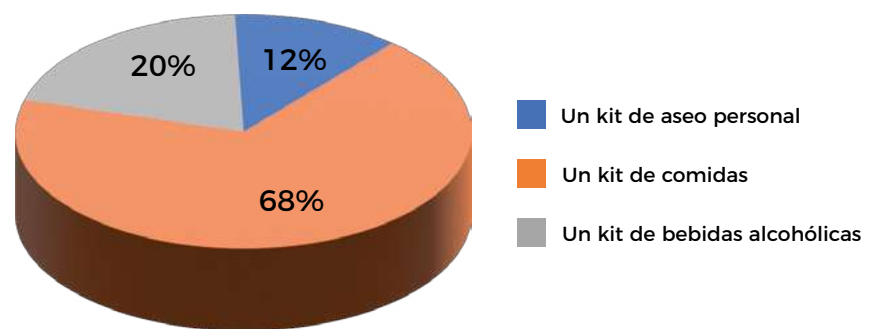


Figura 8: Temática y menú del evento

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de la TS 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.

Objetivo general

Desarrollar un evento académico – gastronómico de cocina patrimonial 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

catering, cocina creativa, alta cocina, cocina patrimonial, 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.

▶ TRANSVERSALIDAD

La Tecnología Superior en Gastronomía, realiza su proceso de transversalidad con la Carrera de Talento Humano, con la finalidad de recibir apoyo en el área de protocolo para el evento de la cena académica del proyecto integrador, con el cual se logró dar la bienvenida acompañamiento y la ubicación correspondiente de los invitados, demostrando orden y profesionalismo.

Desarrollo del evento académico-gastronómico *Mestiza-mishu* en el Centro de Convenciones Punzara. Las autoridades del instituto también fueron partícipes.



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

El patrimonio gastronómico de cada región de nuestro país inspiraron un menú de seis tiempos del que degustaron los familiares de los estudiantes



La producción del menú estuvo a cargo de los estudiantes de Quinto Ciclo con la dirección de sus docentes



Estudiantes demostraron sus destrezas en organización, dirección y ejecución de este evento de alta calidad





MECÁNICA AUTOMOTRIZ
TECNOLOGÍA SUPERIOR

Servicio de alineación y balanceo para vehículos livianos bajo la marca UTKANA destinado al cantón Loja en el periodo académico octubre 2021 - marzo 2022

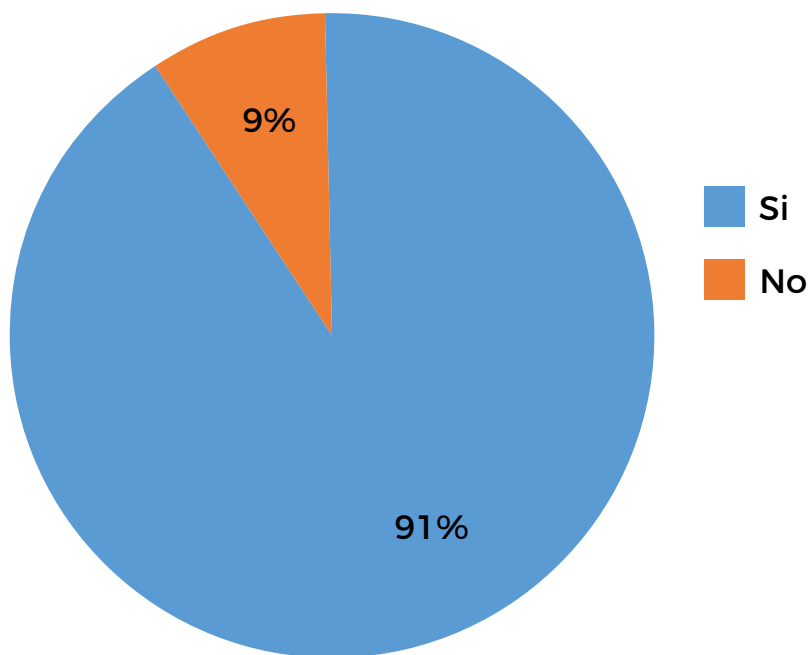
Resumen

La T.S. en Mecánica Automotriz, como parte de su proyecto de carrera, propone un servicio de alineación y balanceo para vehículos livianos en la ciudad de Loja bajo la marca **UTKANA**, al prestar dicho servicio permitirá alargar la vida útil de los neumáticos y mantener en buen estado la suspensión, permitiendo brindar seguridad y confiabilidad hacia los ocupantes del automóvil, además el servicio de alineación permite corregir los ángulos de la suspensión por ende un mal reglaje de este provocaría el desgaste prematuro de los neumáticos, de esta forma también el proyecto contribuye al medio ambiente.

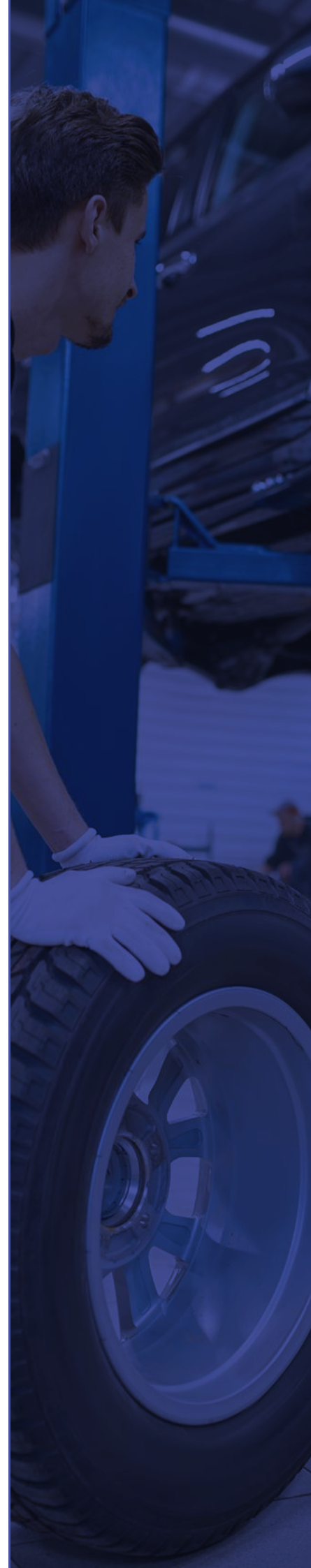
Seguidamente este proyecto también contribuye con la ciudadanía lojana debido a que el servicio que se ofrece es bastante accesible comparado, con la de otras empresas que se dedican realizarte este servicio. Finalmente, este proyecto permitió que los estudiantes de T.S. de Mecánica Automotriz, adquirir conocimientos prácticos y destrezas competitivas para futuros emprendimientos


ESTUDIO DE MERCADO

En base al estudio de mercado los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la población de Loja, se puede evidenciar que observamos que el 91% de las personas manifestaron que es importante realizar un servicio de alineación y balanceo.



Por otra parte el 56% conoce que existe un proceso de alineación y balanceo para cada tipo de vehículo; el 49% considera que es la experiencia la principal característica que seleccionaría al momento de contratar un servicio de alineación vehicular; así mismo el 86% estaría dispuesto a que el proceso de alineación y balanceo a los neumáticos





sea realizado por estudiantes de la Carrera de Mecánica Automotriz del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano; el 47% estaría dispuesto a pagar por el servicio de alineación y balanceo 15 dólares, así mismo el 60% les gustaría enterarse del servicio personalizado de alineación y balanceo 3D por la red social Facebook; con estos antecedentes luego de analizar las preguntas de la encuesta de manera global, se puede concluir que se puede llegar a una demanda total de 85 servicios de alineación y balanceo 3D vehicular

▶ METODOLOGÍA

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 alineación y balanceo 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 el servicio de alineación y balanceo 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 el servicio de alineación y balanceo a vehículos livianos siguiendo estándares de organización de la empresa UTKANA.

Objetivo general

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de brindar servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de dar el servicio de alineación y balanceo automotriz para vehículos livianos en la ciudad de Loja.

▶ RESULTADOS DESTACADOS

Se tiene como resultado que se ha realizado el servicio de alineación y balanceo 3D a 30 vehículos entre ellos automóviles y pick ups, por medio de los estudiantes y equipos de la TS. Mecánica automotriz, indicando que la ejecución de este servicio se la realizó en tan solo una semana por temas del COE cantonal (restricciones por pandemia).

Además, como resultado destacado se indi-

ca que los estudiantes de la T.S en Mecánica Automotriz no realizaron ninguna inversión, esto debido a que dentro de los laboratorios de mecánica se contó con todos los equipos e implementos para realizar dicho servicio, finalmente se pudo generar en tan solo una semana de ejecución del servicio de alineación y balanceo la utilidad \$200 lo cual fue satisfactorio para los estudiantes que recibieron una ganancia sin inversión

▶ TRANSVERSALIDAD

La T. S. Mecánica automotriz como parte de la transversalidad en el desarrollo del Proyecto Integrador del periodo octubre 2021 marzo 2022 se apoyo en fortalecer y expandir los conocimientos de los estudiantes con la ayuda de las carreras de T. S. Administración Financiera con el tema de contabilidad financiera y presupuesto, con esta capacitación los estudiantes potenciaron sus conocimientos en el desarrollo de presupuestos con aplicación directa

a negocios automotrices, T. S. Diseño gráfico con el tema técnicas de ventas, con este tema de capacitación los estudiantes aprendieron las diferentes formas, medios y métodos para vender tanto sea productos como servicios y T. S. Talento Humano con el tema servicio al cliente los estudiantes conocieron la importancia y técnicas para tratar a clientes con el fin de vender un producto o servicio.

Carrera	Tema	Participantes	Duración	Encargado
T. S. en Administración Financiera	Contabilidad Financiera y presupuesto.	Estudiantes de 1er y 2do ciclo T. S. en Mecánica Automotriz.	Lunes, 15 de noviembre de 2021	Ing. Wilman Pacheco, Mgs.
T. S. en Diseño Gráfico	Técnicas de ventas.	Estudiantes de 1er y 2do ciclo T. S. en Mecánica Automotriz.	Martes, 16 de noviembre de 2021	Ing. Liceth Briceño, Mgs.
T. S. en Talento Humano	Servicio al cliente.	Estudiantes de 1er y 2do ciclo T. S. en Mecánica Automotriz.	Miércoles, 17 de noviembre de 2021	Ing. Joffre Sarmiento, Mgs.

UKTANA ofrece el servicio de alineación y balanceo para vehículos livianos



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍCAS

Este servicio alarga la vida útil de los neumáticos y mantiene la suspensión en buen estado



Se realiza este servicio con la supervisión de los docentes de la tecnología y insumos de alta calidad, brindando confiabilidad a la ciudadanía.




Los estudiantes adquieren conocimientos prácticos y destrezas competitivas en mecánica automotriz





TALENTO HUMANO
TECNOLOGÍA SUPERIOR





Digitalización de documentos administrativos utilizados en la gestión de talento humano en empresas mediante la comercialización de INFODOC para contribuir en el proceso de cambio



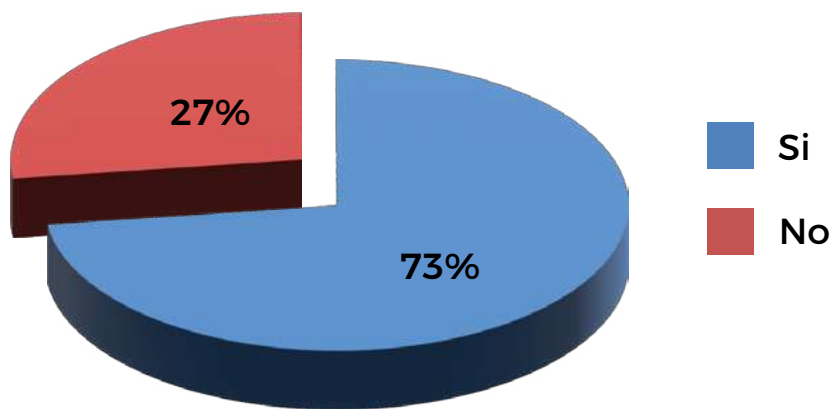
Resumen

La transformación digital de las empresas es una realidad y un proceso imprescindible si se quiere formar parte del competitivo mercado. En este contexto, adaptar la digitalización al área de Recursos Humanos es un paso clave para hacer una adecuada gestión del talento y para conseguir que el capital humano pase a formar parte de la estrategia empresarial. El presente proyecto integrador **INFODOC**, proporciona alternativas de optimización de procesos mediante plantillas administrativas, mercantiles y de GTH que permitan al profesional y a la empresa ser competitivos. Este producto utiliza dos programas como Microsoft Word y Excel para el manejo de plantillas digitales con la finalidad de ayudar en el proceso de digitalización del área de Talento Humano en empresas tanto públicas como privadas.

ESTUDIO DE MERCADO

En el estudio de mercado se determinó la viabilidad de INFODOC, proceso que se llevó a cabo mediante el levantamiento y recolección de datos a través de la encuesta aplicada a 384 personas de la población actual de la ciudad de Loja. Nuestro producto tuvo una gran acogida no sólo por colaboradores de empresas públicas y privadas sino también por los habitantes de la zona 7. Esto gracias a que nuestro producto se caracterizó por ser un dispositivo tecnológico USB de 32 GB que contiene 36 plantillas digitales editables distribuidas de la siguiente manera: 16 documentos administrativos, 10 documentos mercantiles y 10 documentos de gestión de talento humano.

Uso de plantillas administrativas

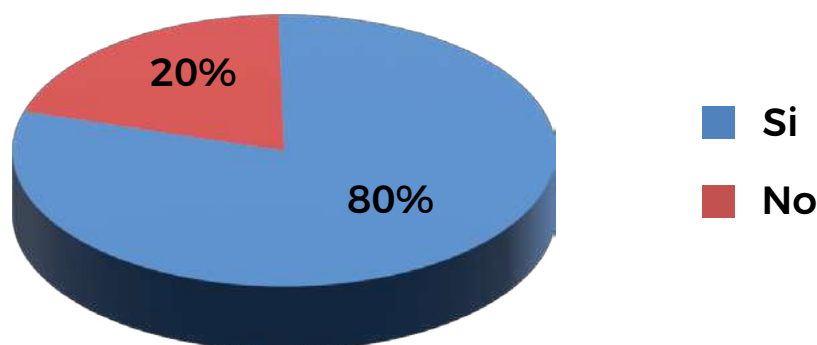


En un porcentaje establecido de la muestra del estudio de mercado realizado en los diferentes sectores de la ciudad de Loja, el 70% le gustaría contar con una base de documentos administrativos editables para levantar procesos dentro de su entorno laboral, y el 30% no le llama la atención, ya que no son documentos que los ocupa diariamente en sus procesos de su trabajo.





Compra del producto



La aceptación que tuvo el INFODOC en el mercado fue de gran impacto, debido a que el 80% de los usuarios adquirieron el producto, no sólo por las plantillas sino por lo innovador y las diferentes utilidades que ofrece el producto para su utilización. Evidenciando la versatilidad del pendrive.

▶ METODOLOGÍA

La metodología aplicada en el presente proyecto integrador en la Tecnología de Gestión del Talento Humano se basan en los siguientes métodos de investigación:

Fenomenológico. – La aplicación de este método permitió realizar la observación directa sobre el producto INFODOC, el cual está relacionado a la comercialización y distribución de un dispositivo a base de plantillas administrativas y de gestión de talento humano, mismo que contribuyó a una mejor oferta en las empresas públicas y privadas para la ciudad de Loja y la zona 7.

Hermenéutica. - Facilitó a los estudiantes y docentes investigadores una guía en su proceso de investigación: permitió que las categorías del diseño de investigación surjan desde el mismo proceso, resultado de la integración entre la comprensión, la explicación y la interpretación de su objeto de investigación, permitiendo una mejor comprensión de los diferentes textos expuestos en el marco teórico.

Práctica de proyectos. – Con la aplicación de este método se cumplió los límites de venta con el producto INFODOC que la empresa SAE ofertó a todos sus clientes en la zona 7.

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 carrera fueron los partícipes fundamentales para conseguir los resultados esperados en la ejecución del presente proyecto, en donde pusieron en práctica sus conocimientos y habilidades para la creación de cada una de las plantillas administrativas, mercantiles y de gestión del talento humano, que se encontraban en cada pendrive vendido. Es importante acotar también el apoyo, acompañamiento y seguimiento por parte de los docentes en cada una de las actividades asignadas.

En lo que respecta a la comercialización de INFODOC por toda la Zona 7, tuvo una gran acogida por ser un producto innovador en la optimización de procesos administrativos en las empresas de la región. Se realizó un total de 300 ventas a usuarios de instituciones públicas y privadas superando las expectativas de nuestro producto, gracias al compromiso de los involucrados en el desarrollo de este proyecto.

UTILIDAD DEL EJERCICIO	
Detalle	Valor Total
Ingresos operacionales	\$4.884,00
(-) Egresos proyecto integrador	\$ 2061,66
(=) Utilidad neta del ejercicio	\$ 2822,34

Utilidad proyectada del producto INFODOC.

▶ TRANSVERSALIDAD

La transversalidad permite coordinar y trabajar conjuntamente con carreras del ISTS y entes externos que aporten al desarrollo efectivo del proyecto, a continuación, se detalla la transversalidad interna y externa que se ejecutó en el proyecto.

Transversalidad interna. La tecnología T.S en Diseño Gráfico; diseño de marca del producto INFODOC.

Por su parte la transversalidad externa permite involucrar profesionales que desde su

experiencia complementen la ejecución de este proyecto.

Transversalidad externa. Diseñador gráfico; herramientas publicitarias del producto, Webinar “Las nuevas tendencias de reclutamiento y selección de personal en la Gestión del Talento Humano”, impartido por el Mgs. Fabián Ramos Aguilar.

*Marca promocional
de INFODOC para su
comercialización*



EVIDENCIAS / FOTOGRAFÍAS

*Artes publicitarios para su
venta y distribución*





Estudiantes
generando y revisando
las plantilla editables
para Microsoft y Excel.



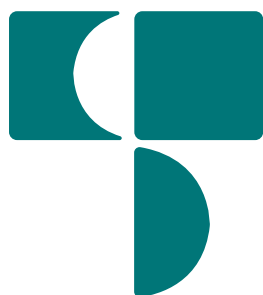
INFODOC
Soluciones digitales y resultados inmediatos

Gracias
por su confianza y fidelidad.

Un proyecto de:

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO **TH** TALENTO HUMANO

INFODOC siendo adquirido por
empresas públicas y privadas
para optimizar procesos
administrativos y mercantiles



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
¡hacemos gente de talento!

PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

octubre 2021 - marzo 2022