

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
*Hacemos gente de talento!*



**DISEÑO GRÁFICO**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

## TECNOLOGÍA SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE EMPAQUES PARA PRODUCTOS  
ARTESANALES DE CINCO EMPRENDEDORES LOJANOS, EN LA CIUDAD DE  
LOJA, EN EL PERIODO DE OCTUBRE-ABRIL 2023.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

### **AUTOR:**

Criollo Arias Santiago David

### **DIRECTOR:**

Tlgo. Duque Correa Pablo Andrés

Loja, mayo 2023

**Certificación del director**

Tlgo.

Pablo Andrés Duque Correa

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado: “Diseño e implementación de sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores lojanos, en la ciudad de Loja, en el periodo de octubre-febrero 2023”, el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, mayo 2023

f).....

**Pablo Andrés Duque Correa**

**Autoría**

Yo Santiago David Criollo Arias estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano a continuación certifico que los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos vertidos en el presente proyecto de investigación de fin de carrera son absolutamente responsabilidad de mi persona.

Loja, mayo 2023

**Santiago David Criollo Arias**

**CI: 1104965239**

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por haberme dado la vida y ayudarme a cumplir esta gran meta de mi vida. Además, de brindarme su protección estuvo para mí en cada segundo, para guiarme en cada momento y llenarme de ánimo y fortaleza.

A mi madre Jackeline y a mi padre Eduardo por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, por ser el ejemplo de vida y superación para poder culminar una nueva etapa en mi vida de manera exitosa, a mi hermana Nicole por alentarme y siempre darme buenos consejos de vida.

*Santiago David Criollo Arias*

## **Agradecimiento**

Al culminar una etapa maravillosa de mi vida quiero extender un profundo agradecimiento, a quienes hicieron posible este sueño, aquellos que junto a mí caminaron en todo momento y siempre fueron inspiración, apoyo y fortaleza.

Esta mención en especial para Dios, mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas. gracias a mi madre por estar dispuesta a acompañarme cada larga y agotadora noche de estudio, gracias a mi padre por siempre desear y anhelar lo mejor para mi vida, gracias por cada consejo y por cada una de sus palabras que me guiaron durante mi vida.

A mi hermana por su constancia y ayuda incondicional en cada momento de mi vida, gracias no sólo por ser parte fundamental de este gran logro, sino también por todos aquellos momentos bonitos que pasamos a lo largo de todo este proceso.

### **Acta de cesión de derechos de proyecto de investigación de fin de carrera**

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - Por sus propios derechos; el Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Santiago David Criollo Arias, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. – Santiago David Criollo Arias, realizó la Investigación titulada “ Diseño e implementación de sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores lojanos, en la ciudad de Loja, en el periodo de octubre-abril 2023”; para optar por el título de Tecnólogo en Sistemas de Automatización, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa.

TERCERA. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

CUARTA. - Los comparecientes Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera y Santiago David Criollo Arias como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Diseño e implementación de sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores lojanos, en la ciudad de Loja, en el periodo de octubre-febrero 2023” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

QUINTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mesde marzo del 2023.

.....

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa

**DIRECTOR**

C.I.: 1104166879

.....

Santiago David Criollo Arias

**AUTOR**

C.I.: 110496523

## **Declaración juramentada de autoría de la investigación**

Loja, mayo del 2023

Nombres: Santiago David

Apellidos: Criollo Arias

Cédula de Identidad: 1104965239

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: octubre 2022/ abril 2023

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación: “Diseño e implementación de sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores lojanos, en la ciudad de Loja, en el periodo de octubre-febrero 2023”

En calidad de estudiante del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.



Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado

o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren

causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido

publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y

del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.

.....

Santiago David Criollo Arias

1104965239

## Índice

### Índice de contenido

Certificación del director .....	VI
Autoría .....	VII
Dedicatoria .....	VIII
Agradecimiento .....	IX
Acta de cesión de derechos de proyecto de investigación de fin de carrera .....	X
Declaración juramentada de autoría de la investigación .....	14
Índice .....	16
Índice de contenido .....	16
Índice de figuras .....	19
Índice de tablas .....	19
Índice de ilustraciones .....	19
1. Resumen .....	20
2. Abstract .....	15
3. Problemática .....	16
4. Tema .....	18
4.1 Líneas de Investigación .....	18
4.1.1 Línea 1: .....	18
4.1.2 Línea 2: .....	18
5. Justificación .....	19
6. Objetivos .....	21
6.1 Objetivo General .....	21
6.2 Objetivos específicos .....	21
7. Marco Teórico .....	22
7.1 Marco Institucional .....	22
7.1.1 Reseña Histórica .....	22
7.1.2 Modelo Educativo .....	25
7.2 Marco Conceptual .....	27
7.2.1 Capítulo I: Emprendimientos .....	27
7.2.2 Capítulo II: Generalidades del Packaging .....	30
8. Metodología .....	40
8.1 Métodos de Investigación .....	40
8.1.1 Método Fenomenológico .....	40

8.1.2	Método Hermenéutico .....	40
8.1.3	Método Práctico – Proyectual.....	41
8.2	Técnicas de Investigación .....	41
8.2.1	Observación Directa.....	41
8.2.2	Encuesta .....	42
8.2.3	Entrevista .....	42
8.3	Determinación de la muestra.....	43
8.4	Aplicación de la muestra .....	43
9.	Análisis de resultados .....	44
10.	Propuesta práctica de acción.....	52
10.1	Introducción .....	52
10.2	Emprendimientos .....	52
10.2.1	Alelhi.....	52
10.2.1.1	Producto que realiza .....	52
10.2.1.2	Descripción.....	52
10.2.2	Bosque protector .....	53
10.2.2.1	Producto que realiza .....	53
10.2.2.2	Descripción.....	53
10.2.3	Misti Donuts.....	54
10.2.3.1	Producto que realiza .....	54
10.2.3.2	Descripción.....	54
10.2.4	Del Campo .....	55
10.2.4.1	Producto que realiza .....	55
10.2.4.2	Descripción.....	55
10.2.4.3	Propuesta de packaging.....	56
10.2.5	Wilds .....	56
10.2.5.1	Producto que realiza .....	56
10.2.5.2	Descripción.....	56
11.	Conclusiones .....	58
12.	Recomendaciones .....	59
13.	Referencias.....	60
14.	Anexos .....	63
14.1	Certificado de aprobación .....	63
14.2	Certificado de aprobación de abstract .....	64
14.3	Certificado de implementación .....	65

14.4	Cronograma.....	66
14.5	Presupuesto.....	69
14.5.1	Materiales básicos.....	69
14.5.2	Materiales tecnológicos.....	69
14.5.3	Presupuesto total.....	70
14.6	Modelo de encuesta.....	71
14.7	Evidencia de encuesta.....	72
14.8	Evidencia de diseños.....	73
14.9	Evidencia de entrega de empaques.....	75

## Índice de figuras

<b>Figura 1:</b> Pregunta 1 .....	44
<b>Figura 2:</b> Pregunta 2 .....	45
<b>Figura 3:</b> Pregunta 3 .....	46
<b>Figura 4:</b> Pregunta 4 .....	47
<b>Figura 5:</b> Pregunta 5 .....	48
<b>Figura 6:</b> Pregunta 6 .....	49
<b>Figura 7:</b> Pregunta 7 .....	50
<b>Figura 8:</b> Troquel jabón .....	52
<b>Figura 9:</b> Troquel jabón con diseño .....	53
<b>Figura 10:</b> Troquel miel de abeja.....	54
<b>Figura 11:</b> Troquel de donas .....	55
<b>Figura 12:</b> Troquel de leche.....	56
<b>Figura 13:</b> Troquel de mermelada .....	57
<b>Figura 14:</b> Certificado de aprobación .....	63
<b>Figura 15:</b> Certificado de aprobación de abstract .....	64
<b>Figura 16:</b> Modelo de encuesta.....	72
<b>Figura 17:</b> Diseño de empaque de dona.....	73
<b>Figura 18:</b> Diseño de empaque de jabón .....	73
<b>Figura 19:</b> Diseño de empaque de leche .....	74
<b>Figura 20:</b> Diseño de empaque de mermelada.....	74
<b>Figura 21:</b> Diseño de empaque de miel .....	75

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> .....	44
<b>Tabla 2</b> .....	45
<b>Tabla 3</b> .....	66
<b>Tabla 4</b> .....	69
<b>Tabla 5</b> .....	69
<b>Tabla 6</b> .....	70

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1 .....	22
Ilustración 2 .....	26
Ilustración 3 .....	27
Ilustración 4 .....	31
Ilustración 5 .....	75
Ilustración 6 .....	76
Ilustración 7 .....	76
Ilustración 8 .....	76
Ilustración 9 .....	76

## 1. Resumen

Loja se ha caracterizado en los últimos tiempos por la incorporación de diversos emprendimientos y a su vez de distintos emprendedores en los diferentes sectores de la ciudad, especialmente en los productos artesanales elaborados por las propias manos de los artesanos de la localidad, muchos de estos emprendimientos no cuentan con un empaque oficial o propio de cada uno de estos productos, que sea eficaz y sirva de apoyo para difundir la identidad de la producción artesanal que realizan.

En este contexto, el problema del presente trabajo radica en la falta de un sistema de packaging acorde a las necesidades de los emprendedores artesanales que genera un déficit de ventas, en el periodo de octubre 2022 - marzo 2023, es por esto que el presente trabajo de investigación se realizó con el fin de diseñar e implementar sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores lojanos, con el propósito de contribuir a la identidad de los productos.

Para dar cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados en el trabajo realizado, se planteó una encuesta a la ciudadanía Lojana con la finalidad de conocer sus intereses por los empaques de los productos artesanales de la ciudad, estos resultados fueron útiles para poder realizar las propuestas de los nuevos diseños de empaques de los distintos emprendimientos artesanales, de manera eficaz y conscientes del medio ambiente, ya que el modo de venta en la actualidad no solo es enfocarse en el producto, sino también la experiencia que puede darse al momento de realizar una compra, teniendo empaques de óptima calidad y una buena interacción con el cliente.

## 2. Abstract

This research was carried out with the aim of designing and implementing packaging systems for the handicraft products of five entrepreneurs from Loja, with the purpose of contributing to the identity of the products, because in the city of Loja the main problem of these enterprises are focused in the lack of a packaging system according to the needs of the entrepreneurs, which generates a deficit of sales.

In order to accomplish each of the objectives proposed in the work carried out, a survey of Loja's citizens was carried out in order to find out their interests in the packaging of the city's artisan products of the city. In addition, proposals were made to improve the packaging for the several artisan enterprises, such as: Leche del Campo, Misti Donuts, Wilds Jam, Alelí Soap and Bosque Protector Honey.

Therefore, these results were useful to apply the proposals for new packaging designs for the different artisan enterprises, in an efficient manner and environmentally aware, so that the current sales way is not only focused on the product, but also on the experience that can be given at the moment of making a purchase, having optimum quality packaging and a good interaction with the customer.

To conclude, the city of Loja is characterised by entrepreneur people in the handicraft area, who lack of information and knowledge on packaging themes and branding, which is a limitation for the marketing of their products in different places of the city and the general country; due to packaging take an important role when promoting the product, which must be effective and at the same time a support to disseminate the identity of the handicraft production.

### 3. Problemática

Martínez (2016) indica que el empaque es importante para la comercialización de productos en el mercado ya que cumple las funciones de transporte, comunicación, garantía y seguridad del empaque, entre otras. Así mismo, menciona que las preocupaciones ambientales relacionadas con la gran cantidad de residuos sólidos en la industria sugieren la necesidad de analizar qué decisiones de diseño se implementan en los envases actuales.

A partir de esto, el objetivo es crear cambios en la estrategia, los estándares y las funciones, comenzando con la ética y las responsabilidades de los diseñadores de productos y las organizaciones de fabricación, dándoles un enfoque ecosistémico y ambiental. Por lo tanto, se han desarrollado estrategias, estándares y funciones ambientales como parte de las recomendaciones metodológicas para el diseño de empaques para los diferentes productos.

La industria del empaque ha avanzado a pasos agigantados en los últimos años, y Latinoamérica es un escenario donde este crecimiento sigue manifestándose, Brasil y Argentina son los países que lideran el desarrollo en esta industria con 6,3% y 5,8% anual respectivamente (Rodríguez, 2022).

Por otra parte, Insights (2017) sostiene que el incremento de los emprendedores en Ecuador y la presión por exportar han impactado, y ahora los empaques deben poder contar historias, hablar de procesos o regresar a experiencias y lugares exóticos. De la misma manera, indica que, de las principales marcas ecuatorianas, pocas de ellas han cambiado recientemente sus diseños de empaque, pero muchas marcas más pequeñas han ingresado al mercado con diferentes ofertas innovadoras.

Loja se ha caracterizado en los últimos tiempos por la incorporación de diversos emprendimientos y a su vez de distintos emprendedores en los diferentes sectores de la ciudad, especialmente en los productos artesanales elaborados por las propias manos de los artesanos de la localidad. En la actualidad, muchos de estos emprendimientos no cuentan con



un empaque oficial o propio de cada uno de estos productos, que sea eficaz y sirva de apoyo para difundir la identidad de la producción artesanal que realizan.

En este contexto, el problema del presente trabajo radica en la falta de un sistema de packaging acorde a las necesidades de los emprendedores artesanales que genera un déficit de ventas, en el periodo de octubre 2022 - marzo 2023.

## **4. Tema**

Diseño e implementación de sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores lojanos, en la ciudad de Loja, en el periodo de octubre-febrero 2022.

### **4.1 Líneas de Investigación**

#### **4.1.1 Línea 1:**

Desarrollo y gestión de emprendimientos e innovación

#### **4.1.2 Línea 2:**

Desarrollo e innovación en productos y servicios.

Diseño gráfico gestión en la innovación.

## 5. Justificación

El motivo principal del desarrollo de esta investigación es crear una experiencia basada en todos los conocimientos adquiridos en el Instituto Tecnológico Superior "Sudamericano", así como alcanzar la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, y a su vez contribuir a la innovación de empaques en los distintos emprendimientos lojanos, creando nuevos sistemas de packaging más cómodos, eficientes, y atractivos para los emprendedores artesanales.

Este proyecto de investigación es significativo debido a que se enfoca en el diseño y desarrollo de empaques para productos artesanales, ya que en la actualidad muchos de estos emprendimientos no cuentan con un packaging funcional adecuado, y a su vez, se intenta conservar el producto al momento de transportarlo, manipularlo y comercializarlo.

Así mismo, se busca que los consumidores se sientan atraídos por la marca e interesados por la adquisición del producto, además de utilizarlo como una herramienta de comunicación visual que posibilite y resalte la identidad social y cultural de los emprendimientos artesanales lojanos.

En este contexto, se presenta el trabajo enfocado en el diseño de sistemas de empaques para productos artesanales de emprendimientos de Asociaciones de Emprendedores de Loja; el cual aporta a la creación de nuevos empaques, dado que estos han ido evolucionando como respuesta a las exigencias de consumidores en cuanto a la apariencia, resistencia, dureza, etc.

Y a los cambios en el estilo de vida para una mayor demanda de productos y cambios sociales como la globalización de mercados, así mismo han impuesto también mayores requerimientos sobre la durabilidad.

A nivel tecnológico, la importancia de este proyecto es el uso de programas y herramientas que permiten la realización de nuevos diseños que sean apropiados y rentables en la comercialización de los productos artesanales realizados por los emprendedores lojanos, más

allá de la accesibilidad que dichos instrumentos proporcionan, buscando medios de distribución específicos y a la vez combinando técnicas y métodos vanguardistas, como un factor diferenciador, esto les permitirá llegar a una mayor parte del público.

Cabe recalcar que, la tendencia en su conjunto está enfocada en el servicio al consumidor y la practicidad de consumo, de hecho, los productos cada vez buscan estar más cerca del estilo de vida de las personas, de su día a día y de sus necesidades.

## **6. Objetivos**

### **6.1 Objetivo General**

Diseñar e implementar sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores lojanos, mediante el uso de programas de edición y creación gráfica, con la finalidad de contribuir a la identidad de los productos.

### **6.2 Objetivos específicos**

- Investigar las necesidades relacionadas a la ejecución de packaging en los productos de los emprendimientos artesanales como respuesta a su déficit de ventas, a través de las diferentes técnicas de recolección de información para la mejora de la comercialización y rentabilidad del emprendimiento.
- Identificar los diferentes métodos, tipos y estrategias de diseño de packaging, mediante referencias bibliográficas para obtener información actualizada y lograr un diseño innovador.
- Elaborar, implementar y socializar a los emprendedores un diseño de empaque que sea eficiente y funcional, a través de nuevas técnicas de packaging para los diversos productos artesanales de los distintos emprendimientos lojanos.

## 7. Marco Teórico

### 7.1 Marco Institucional

#### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO

##### Ilustración 1

*Logo de ISTS*



*Nota.* Logo del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano

##### 7.1.1 *Reseña Histórica*

El Señor Manuel Alfonso Manitio Conumba crea el Instituto Técnico Superior Particular Sudamericano para la formación de TÉCNICOS, por lo que se hace el trámite respectivo en el Ministerio de Educación y Cultura, el cual con fecha 4 de junio de 1996 autoriza, con resolución Nro. 2403, la CREACIÓN y el FUNCIONAMIENTO de este Instituto Superior, con las especialidades del ciclo post bachillerato de: Contabilidad Bancaria, Administración de Empresas y Análisis de Sistemas.

Posteriormente, con resolución Nro. 4624 del 28 de noviembre de 1997, el Ministerio de Educación y Cultura autoriza el funcionamiento del ciclo post bachillerato, en las especialidades de: Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Administración Bancaria. Con resolución Nro. 971 del 21 de septiembre de 1999, resuelve el Ministerio de Educación y Cultura elevar a la categoría de INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PARTICULAR SUDAMERICANO, con las especialidades de: Administración Empresarial, Secretariado Ejecutivo Trilingüe, Finanzas y Banca, y Sistemas de Automatización.

Con oficio circular nro. 002-DNPE-A del 3 de junio de 2000, la Dirección Provincial de Educación de Loja hace conocer la nueva Ley de Educación Superior, publicada en el Registro Oficial Nro. 77 del mes de junio de 2000, en el cual dispone que los Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos, que dependen del Ministerio de Educación y Cultura, forman parte directamente del “Sistema Nacional de Educación Superior” conforme lo determina en los artículos 23 y 24. Por lo tanto, en el mes de noviembre de 2000, el Instituto Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja pasa a formar parte del Consejo Nacional De Educación Superior CONESUP, con registro institucional Nro. 11-009 del 29 de noviembre de 2000.

A medida que avanza la demanda educativa el Instituto propone nuevas tecnologías, es así que de acuerdo con el Nro. 160 del 17 de noviembre de 2003, la Dirección Ejecutiva del CONESUP otorga licencia de funcionamiento en la carrera de: Diseño Gráfico y Publicidad, para que conceda títulos de técnico superior.

Con acuerdo ministerial Nro. 351 del 23 de noviembre de 2006, el CONESUP acuerda otorgar licencia de funcionamiento para las tecnologías en las carreras de: Gastronomía, Gestión Ambiental Electrónica y Administración Turística.

En circunstancias de que en el año 2008 asume la dirección de la academia en el país el CES (Consejo de Educación Superior), la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología) y el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior), el Tecnológico Sudamericano se une al planteamiento de la transformación de la educación superior tecnológica con miras a contribuir con los objetivos y metas planteadas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, para el consecuente cambio de la matriz productiva que nos conduzca a ser un país con un modelo de gestión y de emprendimiento ejemplo de la región.

Esta transformación inicia su trabajo en el registro de carreras, metas que luego de grandes jornadas y del esfuerzo de todos los miembros de la familia sudamericana se consigue mediante Resolución RPC-SO-11-Nro.110-2014 con fecha 26 de marzo del 2015. Con dicha resolución, las ocho carreras que en aquel entonces ofertaba el Tecnológico Sudamericano demuestran pertinencia para la proyección laboral de sus futuros profesionales.

En el año 2014 el CEAACES ejecuta los procesos de evaluación con fines de acreditación a los institutos tecnológicos públicos y particulares del Ecuador; para el Tecnológico Sudamericano, este ha sido uno de los momentos más importantes de su vida institucional en el cual debió rendir cuentas de su gestión. De esto resulta que la institución acredita con una calificación del 91% de eficiencia según resolución del CES y CEAACES, logrando estar entre las instituciones mejor puntuadas del Ecuador.

Actualmente, ya para el año 2022 el Tecnológico Sudamericano ha dado grandes pasos, considerando inclusive el esfuerzo redoblado ejecutado durante cerca de dos años de pandemia sanitaria mundial generada por la Covid 19; los progresos se concluyen en:

- ✓ 10 carreras de modalidad presencial
- ✓ 7 carreras de modalidad online
- ✓ 2 carreras de modalidad semipresencial
- ✓ 1 centro de idiomas CIS, este último proyectado a la enseñanza – aprendizaje de varios idiomas partiendo por el inglés. Actualmente Cambridge es la entidad externa que avala la calidad académica del centro.
- ✓ Proyecto presentado ante el CES para la transformación a Instituto Superior Universitario
- ✓ Proyecto integral para la construcción del campus educativo en Loja – Sector Moraspamba.



- ✓ Proyecto de creación de la Sede del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano en la ciudad de Machala
- ✓ Progreso hacia la transformación integral digital en todos los procesos académicos, financieros y de procesos.

Nuestros estudiantes provienen especialmente del cantón Loja así como de la provincia; sin embargo, hay una importante población estudiantil que proviene de otras provincias como El Oro, Zamora Chinchipe, Azuay e incluso de la Región Insular Galápagos.

Las formación de seres humanos y profesionales enfocados a laborar en el sector público como privado en la generación de ideas y solución de conflictos es una valiosa premisa, empero, el mayor de los retos es motivar a los profesionales de tercer nivel superior tecnológico para que pasen a ser parte del grupo de emprendedores; entendiéndose que esta actividad dinamiza en todo orden al sistema productivo, económico, laboral y por ende social de una ciudad o país.

La misión, visión y valores constituyen su carta de presentación y su plan estratégico su brújula para caminar hacia un futuro prometedor en el cual los principios de calidad y pertinencia tengan su asidero.

### **7.1.2 Modelo Educativo**

A través del modelo curricular, el modelo pedagógico y el modelo didáctico se fundamenta la formación tecnológica, profesional y humana que es responsabilidad y objetivo principal de la institución; cada uno de los modelos enfatiza en los objetivos y perfiles de salida estipulados para cada carrera, puesto que el fin mismo de la educación tecnológica que brinda el Instituto Sudamericano es el de generar producción de mano de obra calificada que permita el crecimiento laboral y económico de la región sur del país de forma prioritaria.

## Ilustración 2

### Modelo educativo



*Nota.* Imagen de modelo educativo ISTS

El modelo en conjunto está sustentado en la Teoría del Constructivismo; el constructivismo percibe el aprendizaje como actividad personal enmarcada en contextos funcionales, significativos y auténticos. Todas estas ideas han sido tomadas de matices diferentes, se pueden destacar dos de los autores más importantes que han aportado más al constructivismo: Jean Piaget con el Constructivismo Psicológico y Lev Vygotsky con el Constructivismo Social.

El modelo curricular basado en competencias pretende enfocar los problemas que abordarán los profesionales como eje para el diseño. Se caracteriza por: utilizar recursos que simulan la vida real, ofrecer una gran variedad de recursos para que los estudiantes analicen y resuelvan problemas, enfatizar el trabajo cooperativo apoyado por un tutor y abordar de manera integral un problema cada vez.

Ing. Ana Marcela Cordero, Mgs.  
**RECTORA ISTS**

## **7.2 Marco Conceptual**

### **7.2.1 Capítulo I: Emprendimientos**

#### **7.2.1.1 Definición**

Formichella (2004) indica que el emprendimiento en los muchos sentidos de su existencia se puede definir como el desarrollo de proyectos que tienen objetivos económicos, políticos o sociales específicos y proyectos que tienen ciertas características, principalmente que tiene un cierto grado de incertidumbre e innovación.

La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y continuo o la renovación estratégica, ya sea que dicha renovación estratégica ocurra dentro o fuera de una organización existente, y si dicha renovación resulta en la creación de una nueva unidad de negocios (Dehter, 2001).

#### **7.2.1.2 Evolución**

Desde el inicio de la historia, el hombre ha buscado superarse a sí mismo, encontrar mejores formas de realizar sus actividades diarias y mejorar la calidad de vida, lo que significa algo intrínseco al ser humano. A lo largo de la historia, el emprendimiento ha sido considerado una característica del comportamiento humano, pero en las últimas décadas el término ha cobrado relevancia al referirse a un grupo de personas que aprovechan las oportunidades y contribuyen al desarrollo económico y social (Wordpress, 2016).

### **Ilustración 3**

Innovación de los emprendedores



*Nota:* Innovación de cada persona al pensar una idea.

La innovación es una herramienta especial de los emprendedores, un medio por el cual utilizan el cambio como una oportunidad para otro negocio o servicio. Se puede enseñar como disciplina, se puede aprender, se puede practicar. Los emprendedores deben buscar intencionalmente las fuentes de innovación, los cambios y sus síntomas que indiquen la posibilidad de una innovación exitosa, y conocer y aplicar los principios de dicha innovación (Avila, 2021).

### **7.2.1.3 Retos y Dificultades**

Actualmente los emprendedores enfrentan diversos retos y dificultades, Incremptía (2021) indica los siguientes:

#### **7.2.1.3.1 Buscar el equilibrio**

No es ningún secreto que conciliar la vida privada y laboral es difícil para todos, pero más aún para los emprendedores. Es importante tomarse un tiempo y descansar para uno mismo.

#### **7.2.1.3.2 Sobrellevar la incertidumbre**

Nunca *se* está seguro de lo que va a pasar en el futuro, y lo mismo ocurre a nivel profesional, donde siempre *se* tiene que trabajar con suposiciones que no siempre se cumplen. Hablamos de cambios de mercado, cuestiones políticas, cambios regulatorios, nuevas tendencias, avances tecnológicos, epidemias, *etc.*

### **7.2.1.3.3 Afrontar el crecimiento**

Un grave error que cometen los emprendedores es dejar que el negocio se estanque. Un proyecto empresarial cambia con el tiempo, y llega un momento en el que se piensa en crecer, lo que genera más incertidumbre y estrés. Pero si no crece y mejora, es probable que el emprendedor desaparezca en unos años.

### **7.2.1.3.4 Hacerse un hueco en el mercado**

El producto o servicio ofrecido debe encontrar su lugar en el mercado, lo cual es difícil en condiciones altamente competitivas. Es importante tener un buen plan comercial y de marketing.

### **7.2.1.3.5 Superar el miedo**

Los emprendedores tienen todo tipo de miedos que necesitan ser capaces de superar y no paralizarse. No se equivoque, el espíritu empresarial no es para los débiles de corazón.

### **7.2.1.3.6 Ofrecer algo diferente**

Es aún más difícil para otras empresas tener éxito si ofrecen el mismo producto o servicio. Al contrario, a veces lo principal es romper con la situación establecida y seguir adelante.

## **7.2.1.4 Packaging para Emprendimientos**

Al elegir un empaque para un producto o mercancía, es por ello que Comercionista (2021) menciona que se debe considerar las siguientes tendencias:

### **7.2.1.4.1 Sostenibilidad**

Cada vez más tiendas y negocios intentan convertirse en negocios sostenibles. El público valora positivamente la marca por no utilizar plástico ni elementos que contaminen el medio ambiente, por lo tanto, es una buena opción elegir envases sostenibles.

#### **7.2.1.4.2 Funcionalidad**

Si bien el empaque debe ser sostenible, la practicidad también es importante, es por ello que se debe elegir un embalaje duradero que sea fácil de transportar e incluso reutilizable. Por ejemplo, las bolsas de tela con logotipos, ya que, de esta forma, el cliente puede reutilizar la bolsa y pasear con el logo de la marca por las calles de su barrio.

#### **7.2.1.4.3 Diseño Atractivo**

Teniendo en cuenta las tendencias antes mencionadas, el empaque del emprendedor debe ser uno que deje una buena impresión, el auge del comercio electrónico ha llevado a un aumento de los pedidos en línea, y muchos clientes quieren recibir sus pedidos y compartirlos en redes sociales, por lo tanto, el empaque debe ser atractivo e incluir su marca o logotipo.

#### **7.2.1.4.4 Importancia del packaging**

El packaging es muy importante porque además de ser un elemento que interactúa con los clientes y da sentido de pertenencia, transmite y comunica los valores de la marca, su confianza en la comunidad y la profesionalidad de sus operaciones. La empresa proporciona información vital y, lo más importante, fortalece las relaciones con los clientes y los fideliza, innovando y siendo más creativo que los competidores, además mejora la identidad de la marca, distinguiéndola así de otras marcas e influyendo en las decisiones finales de compra de los consumidores (Menna, 2019).

### **7.2.2 *Capítulo II: Generalidades del Packaging***

#### **7.2.2.1 Reseña Histórica**

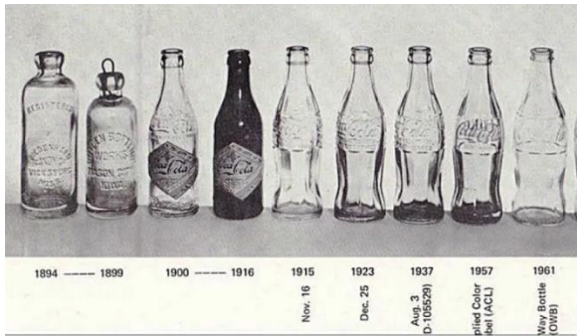
Los empaques acompañan a las personas desde que aparecieron en la tierra, estos se han ido desarrollando junto con la propia sociedad y se han convertido en un reflejo de los gustos y necesidades de los consumidores, dependiendo del momento histórico, han jugado diferentes papeles importantes a lo largo de la historia. Pero estos primeros envases no cumplían las

funciones de conservar, proteger y comunicar su contenido, como lo hacen los empaques modernos, solo efectuaban la función de contener y transportar (Somoza y Gandman, 2006).

Es así que Sicre Canut (1999) en su libro “Principios fundamentales del envase y embalaje”

#### **Ilustración 4**

##### *Evolución del packaging*



*Nota:* Evolución del packaging.

menciona que el packaging “industrial” tiene su origen en la Edad Media, específicamente en la época feudal, durante este período los artesanos elaboraban envases cuya función era la de conservar y proteger productos, los cuales no requerían gráficos especiales porque aún no se encontraban en un mundo competitivo como el actual.

El desarrollo de los sistemas de transporte, el crecimiento de las ciudades y la paulatina concentración de la población en los centros urbanos, requerían una mayor cantidad y variedad de bienes para el consumo de las personas, que necesitaban productos de otras regiones para su consumo, es por ello que una de las grandes transformaciones que ha sufrido el packaging se dio en los inicios de plena revolución industrial (Cano, 2005).

Así mismo, Cano sostiene que a principios del siglo XX, los envases comenzaron a influir en las decisiones de los consumidores, y los consejos y envases de los tenderos pasaron a un segundo plano. Con la reciente aparición del envasado y el etiquetado de productos, la imagen exterior del envase era una señal de calidad y frescura del producto.

El empaque surgió por primera vez como un elemento distintivo y, por lo tanto, se volvió vital e histórico en 1980, cuando se diseñaron los primeros cartones para una marca de cereales. Desde entonces hasta hoy, el concepto de empaque ha seguido innovando, mejorando su durabilidad y funcionalidad, así como su calidad y propósito. Gracias a las innovaciones tecnológicas, los nuevos métodos de impresión y una mayor conciencia del

consumidor, el empaque ha cambiado la forma en que se consume y la forma en que se comunica el valor de la marca a los consumidores (Cervera, 2003).

#### **7.2.2.2 Definición**

El empaque es un artefacto complejo cuya funcionalidad se ha expandido significativamente con el tiempo; es un objeto de uso que permite contener, proteger, almacenar y transportar el producto, al tiempo que facilita la interacción física con el usuario; es también un dispositivo de comunicación caracterizado por apelación, persuasión, información y regulación, debido a su naturaleza multifacética, el diseño de envases requiere diferentes habilidades e intervenciones multidisciplinarias, por lo tanto, el empaque debe entenderse como el resultado de una elección combinada de varios factores, cada uno de los cuales desempeña un papel, un rol específico, ya sea directo o indirecto, en su definición. Estos factores, junto con las relaciones que se establecen entre ellos a lo largo del ciclo de vida del producto, forman el denominado “paquete”, en este sistema, el diseño tiene un importante papel protagónico y mediador, que es capaz de sintetizar a través de proyectos en soluciones que expresan la fusión de las necesidades de las partes involucradas (Ciravegna, 2017).

#### **7.2.2.3 Funciones**

El diseño del empaque se sustenta en teorías desde diferentes perspectivas que confirman la doble función del envase, por un lado, cubre el producto establecido y, por otro lado, es el primer anuncio a través del cual el consumidor percibe su estigma. El packaging se convierte en el primer punto de contacto del usuario antes de que haya especificado una marca, color, diseño o incluso tipografía (Narváez, Medina, y Villegas, 2020).

#### **7.2.2.4 Funciones de Uso**

El packaging puede desempeñar las siguientes funciones:



**Contener.** El embalaje debe tener un volumen determinado que permita unir el producto sin aflojarse ni encogerse, debe extenderse correctamente y nunca superar los límites especificados. Debe brindar resistencia, para garantizar la protección y hermeticidad del producto (Aguilar A. , 2014).

**Proteger y preservar.** El empaque debe contener factores inhibidores del producto (bacterias, químicos, factores ambientales y de transporte, etc.), ya que, estos tienden a cambiar su estado natural, así como su composición y calidad del producto. Además, debe permitir que el producto permanezca en la percha durante mucho tiempo (Colcha y Peñafiel, 2011).

**Compatibilidad.** Debe existir afinidad entre el producto a envasar y los materiales con los que entra en contacto (Cano, 2005).

**Transporte.** Esta función protectora del producto aportará la rigidez necesaria para asegurar el correcto estado del producto envasado antes del consumo final (Colcha y Peñafiel, 2011).

**Ecológico.** En la actualidad, los fabricantes también tienen que empezar con requisitos adicionales sobre el impacto de los empaques en el medio ambiente. Poder declarar un producto y su packaging como "eco", hoy en día supone añadir un plus que puede ayudar a la hora de venderlo (Cano, 2005).

**Ergonomía.** Se debe ir adaptando los objetos a las proporciones y forma de la mano para que sea un producto fácil de usar (Gutiérrez, 2020).

#### 7.2.2.5 Funciones comunicativas

Cano (2005) menciona que la comunicación existe en cualquier proceso gráfico y el packaging es uno de ellos, en el que se puede encontrar diferentes aspectos como:

**Diferenciación.** El empaque debe poder distinguir los productos de la empresa de productos similares de otras empresas competidoras.

**Atracción.** Esta es la capacidad a la que se debe recoger el empaque en una fracción de segundo, lo que lo diferencia de la competencia.

**Efecto de espejo.** El empaque debe reflejar el estilo de vida que tiene o siente el consumidor, para que pueda reconocer rápidamente el producto por su apariencia.

**Seducción.** Este es el atractivo del envase, que se traducirá en un incentivo para comprar.

**Información.** El empaque debe poder informar a los compradores potenciales sobre qué contiene el producto, qué tipo de utilidad proporcionará e incluso la forma en que se utilizará el producto.

#### **7.2.2.6 Beneficios**

Es muy importante estudiar el packaging en detalle y conocer todas las ventajas que conlleva, es por ello que Genco Marketing Digital (2015) menciona algunos de los beneficios del empaque:

**Genera demanda.** Un buen diseño tiene la capacidad de llamar la atención, aumentar la atracción y el interés, y por tanto incrementa la intención de compra (sobre todo en productos de impulso, que son más emotivos).

#### **Mejora la identificación, comunicación de atributos y visibilidad del producto.**

Si un producto tiene un diseño reconocible, es más fácil para los consumidores reconocerlo claramente a primera vista. Esta capacidad como elemento de diferenciación debe utilizarse de manera efectiva incluso si el producto tiene varias gamas. Un buen empaque puede ayudar a los consumidores a identificar fácilmente quién es, lo que facilita la compra.

**Reducción de costes y/o aumento de la sostenibilidad.** Las mejoras en los materiales y su eficiencia pueden ahorrar a las empresas costos significativos a largo plazo. Además, si se tiene en cuenta los beneficios sociales que pueden aportar los envases

sostenibles, puede ir de la mano de la imagen de marca, fomentando su responsabilidad social.

**Fomento de la fidelidad.** Los clientes no solo son leales al producto en sí, sino también a la forma en que se presenta. Un buen empaque permitirá que los consumidores identifiquen rápidamente el producto con valor positivo y lo reconozcan cuando lo vean, reduciendo así también el consumo de sustitución.

#### 7.2.2.7 Tipos

Como lo mencionan Zambrelli y Sánchez (2011) según su función y el producto que contiene, se puede dividir en tres tipos de packaging:

- **Packaging primario**

Es el empaque que contiene, almacena y protege el producto. Está en contacto directo con él y debe mantenerse en las mejores condiciones. Dependiendo del producto, los envases primarios pueden ser: latas, botellas, bolsas, etc.

Este empaque generalmente contiene toda la información relevante para el estándar de la industria a la que está registrado, así como la información requerida por el país de origen o exportación. Además de las recomendaciones de uso, advertencias o fechas de vencimiento, si corresponde.

- **Packaging secundario**

El empaque secundario es un grupo de empaques primarios. Esto proporciona una mayor protección y facilita la venta a mayor escala. Por lo general, son cajas de cartón grandes, aunque pueden estar hechas de otros materiales.

Es un paquete que debe poder soportar el apilamiento y la manipulación durante el transporte para que el producto final no sufra daños.

- **Packaging terciario**

El empaque terciario incluye empaque primario y secundario. Como resultado, se crean unidades de carga más grandes, siendo las más comunes los palets o contenedores y los cartones modulares. Este embalaje está diseñado para maximizar la capacidad de almacenaje de los almacenes y puntos de venta, así como de los vehículos que los transportan.

#### 7.2.2.8 Principios

A continuación, se presentan algunos principios a tener en cuenta al diseñar el packaging:

- **Ser proactivo y no reactivo**

Aguilar H. (2020) sostiene que atreverse a sugerir es clave; no se puede esperar a que los competidores lancen nuevos productos, creen nuevas tendencias o dicten el estilo de su categoría. La innovación no requiere necesariamente una gran inversión de dinero, pero lleva tiempo analizarla, desarrollarla y pronosticarla.

- **Conectar emocionalmente**

Kerigma (2015) opina que, es muy importante tener un conocimiento profundo del público objetivo, ya que esto conducirá a encontrar las mejores opciones de color, tipografía e imagen, lo que redundará en la empatía necesaria en las manos del cliente al que va destinado el producto.

- **Evitar igualarse**

No es mala idea conocer algunos criterios específicos de la categoría y analizar qué funciona y qué no, pero se debe recordar mantener alejado de las tendencias o "fórmulas" (Aguilar H. , 2020).

- **Enfocarse en lo esencial**

Cada marca, cada producto debe demostrar su singularidad, es importante encontrar la esencia de mi producto para que pueda ser traducido intuitivamente e identificado fácil y rápidamente por los compradores. Un diseño simple y honesto bien hecho es más efectivo que uno lleno de elementos que llamen la atención (Kerigma, 2015).

#### **7.2.2.9 Cromática**

El color es uno de los elementos más importantes del empaque, ya que afecta la percepción que tienen los consumidores del producto; el uso del color en el empaque es una herramienta de diseño de empaque muy importante, ya que puede ayudar a diferenciar un producto de la competencia. El color puede tener un impacto significativo en la decisión de compra de un consumidor, esto se debe a que los colores pueden influir en las emociones, percepciones y actitudes de los consumidores, por lo tanto, el uso adecuado del color en los empaques puede ayudar a los fabricantes a aumentar las ventas de sus productos (Lane, 2008).

Por otra parte, García (2022) sostiene que el color del empaque lleva muchos mensajes e ideas, es la principal razón por la que es tan importante prestar especial atención a este aspecto, indica que hay varios factores a tener en cuenta a la hora de elegir los colores para el diseño del packaging, como la edad y el perfil de tu público objetivo, por lo que la elección de un color u otro puede servir para lograr el objetivo de atraer y captar la atención de clientes potenciales. Entregar un empaque brillante, inspirador y exitoso puede ser el primer paso para hacer de su producto el elegido, cabe recordar que el packaging será el primer elemento del producto que atraiga a los compradores.

#### **7.2.2.10 Etiqueta y etiquetado**

Desde el punto de vista de Koppmann (2017) la etiqueta es la que identifica el producto y quién, en la mayoría de los casos, determina su venta, este es uno de los elementos más

importantes en el proceso de marketing, además, es la responsable de dar forma a la imagen tanto del producto como del fabricante.

Las etiquetas vienen en una variedad de tamaños, formas, diseños, materiales y adhesivos y se pueden aplicar a diferentes partes del empaque, Vidales (2003) indica que existen tres tipos, los cuales son:

- **Etiqueta frontal:** Cubre solo una porción del envase.
- **Etiqueta Envolvente:** Envuelve por completo al envase.
- **Fajas Retráctiles:** Debido al material se adhieren a la forma que está hecho el envase

#### **7.2.2.11 Packaging y medio ambiente**

El eco-packaging es un sistema de empaquetado diseñado para reducir el impacto sobre el medio ambiente, este modelo de envasado aplica los principios de reducción, reciclaje y reutilización para alargar el ciclo de vida de los materiales que componen el embalaje del producto (Pardavé, 2004).

De acuerdo con la Universidad de Barcelona (2022) las ventajas y desventajas que puede presentar el eco-packaging son:

#### **7.2.2.12 Ventajas**

- Reduce la huella de carbono al lograr menores emisiones durante la producción de empaques de productos y reducir el uso de fuentes de energía.
- Mejora la imagen de marca de la empresa mientras se diseña una imagen empresarial responsable y ética.
- Mejora la salud de los consumidores y fabricantes ya que el embalaje está fabricado con materiales biodegradables y reciclables, es menos nocivo y contiene menos sustancias tóxicas.
- Es reutilizable, reduciendo el consumo de materias primas.

### **7.2.2.13 Desventajas**

- Este tipo de envases actualmente no cuenta con tantos acabados como los envases tradicionales, como resultado, carecen de muchos colores, recubrimientos metálicos, barnices, etc.
- La mayoría de los procesos de producción de envases sostenibles no están estandarizados, ni tampoco la producción de materiales biodegradables, esto afecta la fijación de precios, revelando costos adicionales en los que la empresa no quiere incurrir.

## **8. Metodología**

### **8.1 Métodos de Investigación**

Los métodos de investigación que se emplearan en el presente trabajo de investigación son: método fenomenológico, método hermenéutico y método práctico – proyectual, los cuales se presentan a continuación:

#### **8.1.1 Método Fenomenológico**

Tal como su nombre lo indica (literalmente “ciencia de los fenómenos”), su campo de investigación es el de los fenómenos tal como son dados a la conciencia, es decir, las vivencias y sus correlatos objetivos. Además, estudia las estructuras que reciben y dan forma a la experiencia subjetiva, así como las diversas operaciones que están en juego en el darse de los fenómenos y su recepción por parte de la conciencia. (Pagina Concepto, 2022)

Para realizar la primera parte del proyecto nos apoyamos en un método fenomenológico que inicia con la investigación sobre la implementación de packaging, continúa con una observación sobre la calidad de empaque y termina con un análisis sobre la crítica constructiva de los diseñadores gráficos, sobre el empaque en la actualidad.

#### **8.1.2 Método Hermenéutico**

El método hermenéutico se basa en la idea de totalidad, ya que sostiene que los componentes y las expresiones de la investigación dejan de lado su ontología (forma de ser, esencia, naturaleza, etc.) si se los considera aisladamente, no como parte del que hacer. En realidad, solo toman sentido como elementos inherentes al mismo proceso investigativo. No existiría una totalidad sin aquellas partes que conforman tal todo, el cual se determina mediante la arquitectura de relaciones que aparecen y sostienen el significado de las expresiones. (Pagina Metodos, 2022)



La segunda parte del proyecto se realiza mediante el método hermenéutico inicialmente con la comprensión de las bibliografías sobre los empaques actuales, seguidamente relacionar los conocimientos encontrados al respecto y finalmente redactar por escrito la información obtenida.

### **8.1.3 Método Práctico – Proyectual**

“El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo.” (Munuari, 2011)

Finalmente, la tercera parte se desarrolla en el contexto del método práctico – proyectual que inicia con la propuesta de la mejora de packaging para diversos productos artesanales, continúa con la descripción de los beneficiarios, cronograma de actividades, recursos, formas de evaluación y termina con la defensa ante el tribunal de grado y autoridades del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

## **8.2 Técnicas de Investigación**

### **8.2.1 Observación Directa**

La observación es la técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas o objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en forma cuidadosa y sistemática como se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas o manipularlas. También se conoce a este término como la nota escrita que explica, aclara o corrige un dato, error o información que puede confundir o hacer dudar. Por lo general, esta aclaratoria se encuentra en libros, textos o escritos. (Pérez, 2021)

La observación directa pueden proporcionar datos sobre cuándo, dónde, con qué frecuencia y durante cuánto tiempo ocurre un comportamiento, esta es una de las técnicas que se aplicará

en la investigación, la cual permitirá la recolección de información necesaria para un óptimo desarrollo de la misma.

### **8.2.2 Encuesta**

La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos. La encuesta se aplica ante la necesidad de probar una hipótesis o descubrir una solución a un problema, e identificar e interpretar, de la manera más metódica posible, un conjunto de testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido. (Pagina de Questionpro, 2022)

Como técnica de investigación, la encuesta se caracteriza por una serie de procedimientos estandarizados mediante los cuales se recopila, procesa y analiza un conjunto de datos de muestras consideradas representativas de una población o universo más grande, los resultados se analizarán y se obtendrán las conclusiones requeridas para el cumplimiento de la investigación.

### **8.2.3 Entrevista**

Una entrevista es una reunión fijada de antemano entre dos personas, en la cual ocurre un intercambio de información. A diferencia del diálogo o la simple conversación, la entrevista persigue un propósito determinado, que puede apuntar a la evaluación, la divulgación o el diagnóstico del entrevistado.

El éxito de la entrevista tiene que ver con la previa definición de sus objetivos, así como la habilidad del entrevistador para conducir (Uriarte, 2022)

La entrevista es una técnica muy útil para la recolección de datos en la investigación, ya que se define como una conversación con un propósito en lugar de simplemente una conversación normal.

### 8.3 Determinación de la muestra

Datos:

$n$  = Tamaño de la muestra

$N$  = Población (Loja) = 249658

$Z$  = Nivel de confianza (95%) = 1,96

$P$  = Probabilidad de éxito 50% = 0, 50

$Q$  = Probabilidad de fracaso 50% = 0,50

$E$  = Margen de error 5% = 0, 05

### 8.4 Aplicación de la muestra

$$N * z^2 * P * Q$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$[(N - 1) * E^2] + (z^2 * P * Q)$$

$$n = \frac{249658 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{[(249658 - 1) * (0,05)^2] + ((1,96)^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{249658 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{[249657 * 0,0025] + (3,8416 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{239771,5432}{624,1425 + 0,9604}$$

$$n = \frac{239771,5432}{625.1029}$$

$$n = 384$$

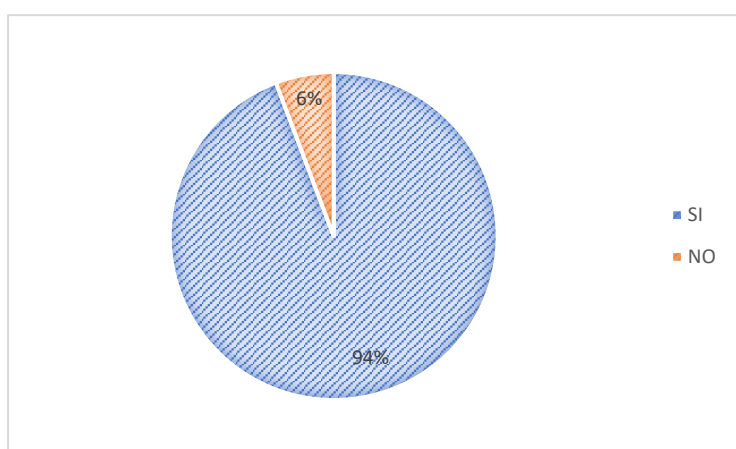
## 9. Análisis de resultados

A continuación se procede a realizar el análisis de resultados de la encuesta aplicada a la población de Loja, para determinar el nivel de aceptación que tiene el proyecto de investigación.

- 1) ¿Considera usted que el empaque de un producto influye en la decisión de compra del mismo?

**Figura 1**

*Pregunta 1*



*Nota.* Influencia del empaque en la decisión de compra

**Tabla 1**

*Pregunta 1*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	362	94%
No	22	6%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultados de la pregunta 1.

### Análisis cuantitativo

De acuerdo con los resultados de la pregunta realizada a la población de Loja sobre la influencia del empaque en la decisión de compra, el 94% de los encuestados que son alrededor de 360 personas, indican que el empaque si interviene en la adquisición del producto, mientras que para el 6% el empaque no es una limitante.

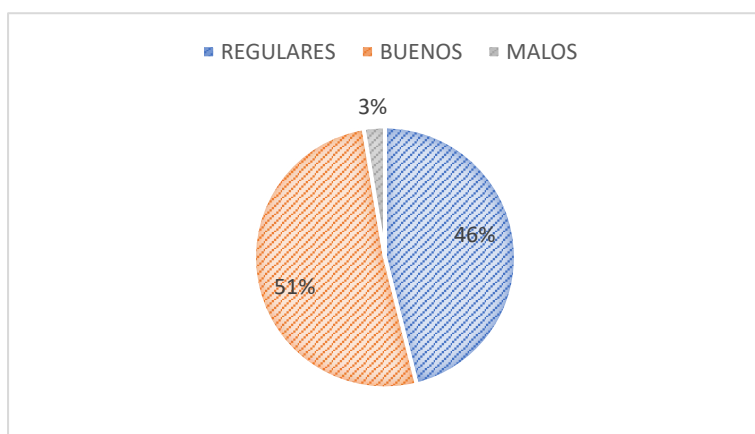
## Análisis cualitativo

Con los resultados obtenidos se puede conocer que la mayoría de las personas al momento de realizar una compra si consideran el empaque del producto como un factor de incidencia, esto quiere decir que si se deberían implementar diseños o modelos más atractivos para comercializar un producto, ya que de esto dependería su compra.

- 2) A su criterio, los empaques de los productos dentro del mercado lojano, usted considera que son:

**Figura 2**

*Pregunta 2*



*Nota.* Calificación de productos dentro del mercado lojano.

**Tabla 2**

*Pregunta 2*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Buenos	197	51%
Regulares	177	46%
Malos	10	3%
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultados de la pregunta 2.

## Análisis cualitativo

En la presente gráfica se muestra que el 51% de las personas encuestadas indican que los empaques de los productos en el mercado lojano son buenos, el 46% señalan que son regulares, mientras que el 3% restante manifiestan que son malos.

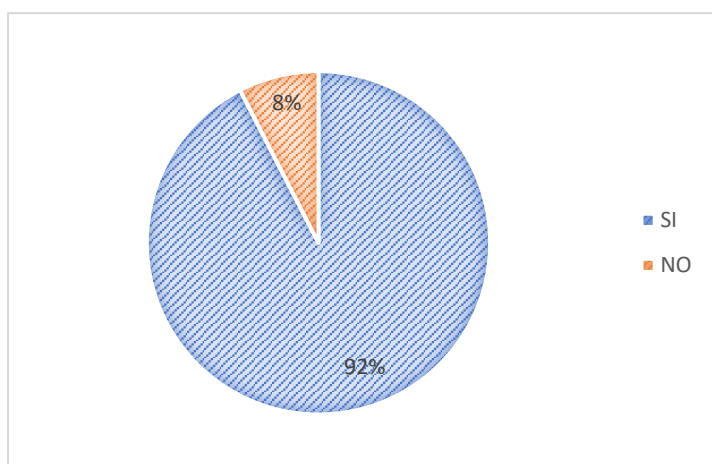
### **Análisis cualitativo**

Con las respuestas obtenidas en la presente pregunta se puede decir que la mitad de las personas encuestadas están conformes con los empaques sus productos obtenidos, mientras que la otra mitad se encuentran inconformes con el packaging.

- 3) ¿En alguna ocasión usted ha realizado la compra de un producto atraído por la apariencia del empaque?

### **Figura 3**

*Pregunta 3*



*Nota.* Compras de productos atraídos por la apariencia.

### **Tabla 3**

*Pregunta 3*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
<b>Si</b>	355	92%
<b>No</b>	29	8%
<b>Total</b>	384	100%

*Nota.* Resultados de la pregunta 3.

### **Análisis cuantitativo**

Los resultados de la pregunta 3 arrojan que el 92% de la muestra si ha realizado compras de productos solo porque se sienten atraídos por la apariencia del empaque, por otro lado, el 8% no ha realizado este tipo de compras.

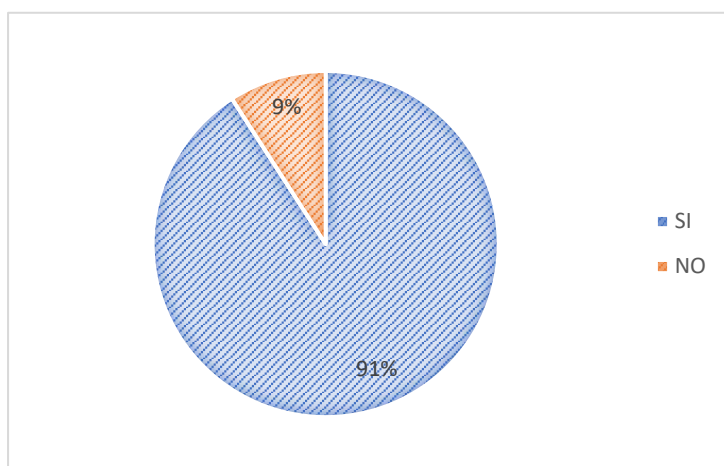
### **Análisis cualitativo**

En base a los resultados obtenidos se puede demostrar que el packaging de un producto es esencial al momento de realizar la compra de un artículo.

- 4) Dentro del emprendimiento, ¿considera usted que el empaque es primordial para la comercialización del mismo?

### **Figura 4**

*Pregunta 4*



*Nota.* Importancia del empaque para la comercialización.

### **Tabla 4**

*Pregunta 4*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	349	91%
No	35	9%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultados de la pregunta 4.

### Análisis cuantitativo

El 91% de la población encuestada considera primordial la visualización del empaque para su comercialización, mientras que el 9% manifiesta que no es necesario el packaging del producto para su venta.

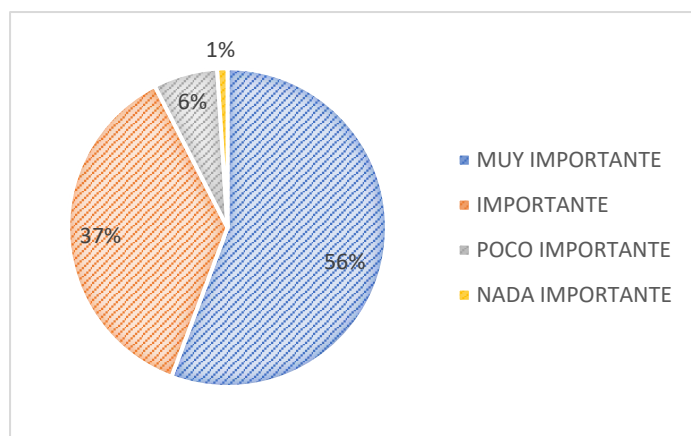
### Análisis cualitativo

Un número muy significativo de la población encuestada señala que la funcionalidad del empaque es un elemento fundamental para comercializar un producto.

5) ¿Qué importancia le otorga a los materiales utilizados en el empaque que compra?

### Figura 5

Pregunta 5



*Nota.* Importancia de los materiales utilizados en el empaque.

### Tabla 5

Pregunta 5

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy importante	214	56%
Importante	141	37%
Poco importante	25	7%
Nada importante	4	1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultados de la pregunta 5.

### Análisis cuantitativo



Para esta pregunta se puede apreciar que el 56% de los encuestados le da una mayor importancia a los materiales utilizados en el empaque del producto que adquiere, mientras que el 37% de la población considera importante, 6% poco importante y el 1% nada importante.

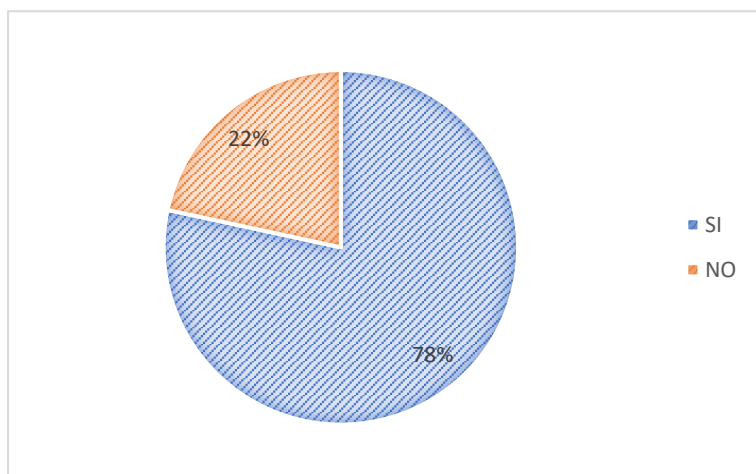
### **Análisis cualitativo**

La ciudadanía lojana manifiesta que los materiales utilizados en la fabricación de un empaque es de suma importancia para cada uno de los productos realizados.

6) ¿Usted reutiliza los empaques que compra?

### **Figura 6**

*Pregunta 6*



*Nota.* Reutilización del empaque.

### **Tabla 6**

*Pregunta 6*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	301	78%
No	83	22%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultados de la pregunta 6.

### **Análisis cuantitativo**

Con la presente pregunta se da a conocer que, en la ciudad de Loja, el 87% de los encuestados si reutiliza los empaques de los productos que compran, mientras que el 22% no los vuelve a utilizar, esto quiere decir que los desechan.

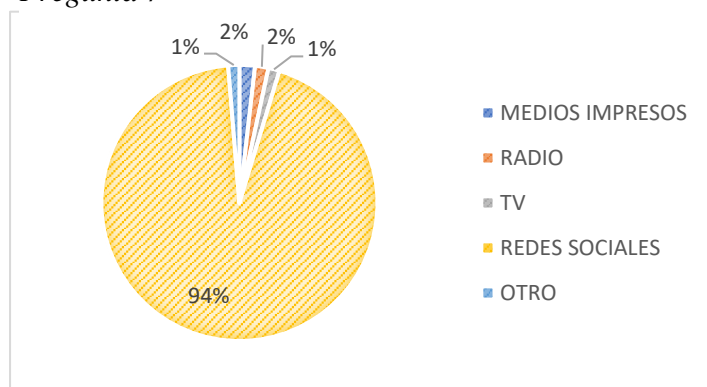
### **Análisis cualitativo**

Gran parte de la población encuestada da a conocer que si reutiliza los empaques de los productos adquiridos, por lo que se debe considerar hacer el packaging con materiales que se puedan reutilizar y que sean amigables con el medio ambiente.

7) ¿A través de que medios le gustaría conocer sobre productos innovadores de emprendedores lojanos?

**Figura 7**

*Pregunta 7*



*Nota.* Medios de comunicación.

**Tabla 7**

*Pregunta 7*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
<b>Redes sociales</b>	361	94%
<b>Medios impresos</b>	7	2%
<b>Radio</b>	6	2%
<b>Tv</b>	5	1%
<b>Otros</b>	5	1%
<b>Total</b>	384	100%

*Nota.* Resultados de la pregunta 7.

### **Análisis cuantitativo**

En la gráfica se muestra que a la mayoría de los participantes, alrededor de 360 personas con un 94%, les gustaría conocer e informarse sobre los productos innovadores de los emprendedores lojanos a través de redes sociales, por otra parte con un 2% por medios impresos y radio, mientras que el 1% mediante televisión.

### **Análisis cualitativo**

La pregunta 7 nos da a conocer que las redes sociales son un medio de comunicación que tienen mayor aceptación por un gran número de la población lojana, ya que al momento de enterarse de algo innovador y nuevo para la sociedad, prefieren que se realice la difusión por este medio.

## 10. Propuesta práctica de acción

### 10.1 Introducción

El presente proyecto de investigación tiene como enfoque principal la mejora de packaging en 5 emprendimientos lojanos, para así mejorar sus ventas, aumentar su rentabilidad y el reconocimiento a local.

### 10.2 Emprendimientos

#### 10.2.1 Alelhi

##### 10.2.1.1 Producto que realiza

Jabón artesanal

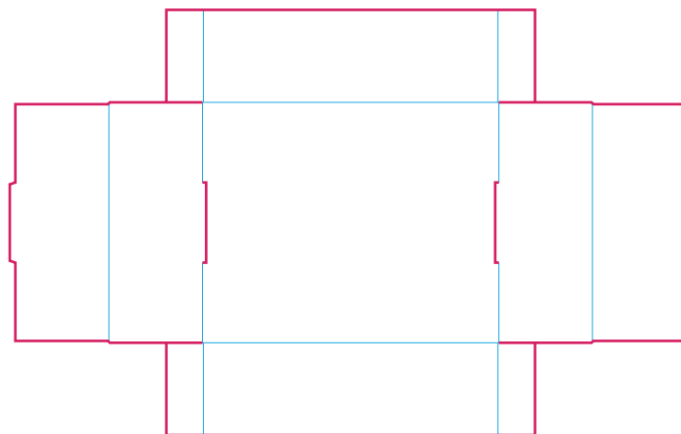
##### 10.2.1.2 Descripción

La presentación del jabón artesanal al comienzo era un envoltorio plastificado directo para el consumidor, no era un empaque ideal para la venta ni comercialización del producto, ahora con el rediseño de empaque se ha podido hacer un packaging más eficiente para su producción y la satisfacción a nivel local y nacional.

##### 10.2.1.3 Propuesta de packaging

#### Figura 8

*Troquel jabón*



*Nota.* Troquel de jabón artesanal Alelhi.

## **Figura 9**

*Troquel jabón con diseño*



*Nota.* Troquel de jabón artesanal con diseño.

### **10.2.2 Bosque protector**

#### **10.2.2.1 Producto que realiza**

Miel de abeja

#### **10.2.2.2 Descripción**

En el siguiente producto se puede dar a conocer que era un envase de plástico que podía ser reutilizado en algunas de las familias lojanas, con la nueva propuesta de innovación, el envase del producto es de vidrio, el cual puede tener una multifuncionalidad en los hogares de nuestra localidad; además de que es un envase amigable con el medio ambiente, se le incorporó una etiqueta para el reconocimiento del emprendimiento artesanal.

### 10.2.2.3 Propuesta de packaging

#### Figura 10

*Troquel miel de abeja*



Información Nutricional	
Tamaño por porción	15g
Porciones por empaque	20
% valor diario	
Energías (calorías)	207,6 KJ
Grasa total	0g
Grasa saturada	0g
Colesterol	0mg
Sodio	0mg
Carbohidratos T	12g
Flora Dietética	0g
Azúcares	0g
Proteína	12g

*Nota.* Troquel de miel de abeja Bosque Protector.

### 10.2.3 Misti Donuts

#### 10.2.3.1 Producto que realiza

Donas

#### 10.2.3.2 Descripción

En los inicios de este emprendimiento, el producto contaba con un empaque que era amigable con el medio ambiente, sin embargo no contaba con un branding, por lo que, en la nueva propuesta el envase continua siendo eco amigable pero con el diseño que incluye la publicidad e identidad del producto.

### 10.2.3.3 Propuesta de packaging

**Figura 11**

*Troquel Donas*



*Nota.* Troquel de donas Misti Donuts.

### 10.2.4 Del Campo

#### 10.2.4.1 Producto que realiza

Leche

#### 10.2.4.2 Descripción

En un comienzo de este emprendimiento no contaba con ningún tipo de empaque ni etiqueta, tomando todo esto en cuenta se realizó una mejora total incrementando todos los datos necesarios del producto peso y cantidades calóricas haciendo que este sea más presentable y cómodo para el consumo.

### 10.2.4.3 Propuesta de packaging

**Figura 12**

*Troquel de leche*



*Nota.* Troquel de leche Del Campo.

### 10.2.5 Wilds

#### 10.2.5.1 Producto que realiza

Mermelada

#### 10.2.5.2 Descripción

Es un producto que antes era en envase de plástico, el cual no era amigable con el medio ambiente, con la propuesta del packaging nuevo, el envase es de vidrio y contiene todas las características del producto.



### 10.2.5.3 Propuesta de packaging

**Figura 13**

*Troquel de mermelada*



*Nota.* Troquel de mermelada Wilds.

[https://drive.google.com/drive/folders/119ef4N7QkHIO0F\\_x9tCBJpLac8p59TKD?usp=shari](https://drive.google.com/drive/folders/119ef4N7QkHIO0F_x9tCBJpLac8p59TKD?usp=shari)

[ng](#)

## 11. Conclusiones

Al culminar el presente proyecto concluyo que:

La ciudad de Loja se caracteriza por tener personas emprendedoras, generalmente en el sector artesanal, las cuales carecen de información y conocimientos en temas de packaging y branding, lo cual les limita la comercialización de sus productos en los distintos lugares de la ciudad y del país en general.

En la actualidad existen diversos métodos, tipos y materiales con los que se pueden realizar empaques para los distintos emprendimientos, como elementos ecologicos, de bajo costo y en distintas presentaciones para que sean accesibles a todos los emprendedores en sus distintos niveles.

La ciudadanía lojana en su mayoría consideran que los empaques son muy importantes a la hora de realizar una compra, casi en su totalidad prefieren que los artículos adquiridos se encuentren dentro de un empaque o a su vez con algo que haga mejor la experiencia del producto.

## **12. Recomendaciones**

Con la elaboración del presente proyecto se puede recomendar que se realicen campañas de información sobre la importancia del empaque en los productos que comercializan a los pequeños emprendimientos artesanales de la ciudad de Loja, para con esto promover el alcance de sus productos a distintos lugares locales, nacionales y de ser posible internacionales.

Así mismo, se debe mostrar los beneficios que se pueden obtener al poner en funcionamiento los empaques, generando el interés del consumidor por las propiedades estéticas del diseño en los empaques.

Por último, se recomienda a los emprendedores en todos los sectores de la localidad que realicen la venta o comercialización de sus productos dentro de un empaque que sea atractivo y a su vez útil para la sociedad, ya que la población en general, mantiene una importancia en la visualización y en los materiales del packaging a la hora de adquirir el mismo.

### 13. Referencias

- Aguilar, A. (2014). *Calidad de packaging y su influencia en la decisión de compra del consumidor*. Guayaquil: Univercidad de Guayaquill.
- Aguilar, H. (05 de 08 de 2020). *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de Principios de packaging: <https://bit.ly/3FNi0bY>
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación y Negocios*.
- Cano, J. (2005). *El Diseño Gráfico En El Envase Y Embalaje: El Packaging*. Granada: Editorial de la Universidad de Granada.
- Cervera, Á. (2003). *Envase y Embalaje: (La Venta Silenciosa)*. Madrid: Esic.
- Ciravegna, E. (2017). Diseño de packaging. Una aproximación sistémica a un artefacto complejo. *Revista Chilena de Diseño*, 1-17.
- Colcha , M., & Peñafiel, A. (2011). *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de Análisis de la relación de producto-packaging y propuesta de ecodiseño para una línea de alimentos de primera necesidad: <https://bit.ly/3YewetL>
- Comercionista. (21 de 01 de 2021). *Comercionista*. Obtenido de Packaging para emprendedores: <https://bit.ly/3V64Wmq>
- Dehter, M. (2001). Intrapreneurship. *IDEB*.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Chacra Experimental Integrada Barrow* .
- García, G. (21 de enero de 2022). *Diseño en innovación para empaque*. Obtenido de Los colores en el packaging, esta es su influencia: <https://bit.ly/3HBbvue>

- Genco Marketing Digital. (16 de 06 de 2015). *Exaccta Xpens*. Obtenido de 6 grandes beneficios de un buen packaging: <https://bit.ly/3FqzidA>
- Gutiérrez, V. (2020). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de Análisis de Indicadores de Calidad para Packagin de la Marca "Nucífera": <https://bit.ly/3UJwIKZ>
- Incremptia. (19 de Octubre de 2021). *Incremptía*. Obtenido de Los principales retos de los emprendedores: <https://bit.ly/3uRTrEy>
- Insights. (16 de 02 de 2017). *Insights*. Obtenido de Packaging en Ecuador: más que una cara: <https://bit.ly/3gx68kq>
- Kerigma. (06 de 06 de 2015). *Kerigma*. Obtenido de 6 Principios del Packaging Efectivo: <https://bit.ly/3hpPHa8>
- Koppmann, M. (2017). *Etiquetas Bajo la Lupa*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Lane, K. (2008). *Administración Estratégica de Marca*. México: Pearson.
- Martínez, M. (2016). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Estudios Ambientales (IDEA): <https://bit.ly/3EYpxof>
- Menna, G. (2019). *Chet* . Obtenido de Qué es el packaging y cuál es su importancia: <https://bit.ly/3PlgDnW>
- Narváez, D., Medina, A., & Villegas, A. (2020). Funciones del Packaging . *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico -Tecnológicas*.
- Pardavé, W. (2004). *Envases y medio ambiente*. Ecoe Ediciones.
- Rodríguez, G. (24 de 05 de 2022). *The Food Tech*. Obtenido de La tendencia en empaques a lo largo de América Latina: <https://bit.ly/3CY0m2H>
- Sicre Canut, L. (1999). *Principios fundamentales del envase y embalaje*. Madrid: Gonher.

Somoza, E., & Gandman, A. (2006). *Packaging: aprehender el envase*. Buenos Aires: Nobuko.

Universidad de Barcelona. (13 de 09 de 2022). *Institut de Formació Contínua-IL3*. Obtenido de Eco packaging: qué es y cómo beneficia al medio ambiente: <https://bit.ly/3HuMrVL>

Vidales, M. (2003). *El Mundo del Envase*. México: Editorial Gustavo Gili.

Wordpress. (11 de 07 de 2016). *Wordpress*. Obtenido de Evolución Histórica del Emprendimiento: <https://bit.ly/2S3XXdH>

Zambrelli, L., & Sánchez, M. (17 de 10 de 2011). *Proargex Prosap*. Obtenido de Conceptos de Packaging: <https://bit.ly/3Bvj1BO>

## 14. Anexos

### 14.1 Certificado de aprobación

#### Figura 14

#### Certificado de aprobación

---



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO  
*Avanzando juntos de Sucre*

---

**VICERRECTORADO ACADÉMICO**

---

Loja, 16 de Febrero del 2023  
Of. N° 745 -VDIN-ISTS-2023

Sr.(ita). CRIOLLO ARIAS SANTIAGO DAVID  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO CON NIVEL EQUIVALENTE A  
TECNOLOGÍA SUPERIOR**  
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE EMPAQUES PARA PRODUCTOS ARTESANALES DE CINCO EMPRENDEDORES LOJANOS, EN LA CIUDAD DE LOJA, EN EL PERIODO DE OCTUBRE 2022-MARZO 2023.**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Tigo. PABLO ANDRÉS DUQUE CORREA.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,



Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
**VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS**



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
VICERRECTORADO  
SUDAMERICANO

---

Matriz: Miguel Riofrío 156-25 entre Sucre y Bolívar. Telfs: 07-2587258 / 07-2587210 Pagina Web:  
[www.ists.edu.ec](http://www.ists.edu.ec)

*Nota.* Certificado de aprobación emitida por el director.

## 14.2 Certificado de aprobación de abstract

### Figura 15

*Certificado de aprobación abstract*



*Nota. Certificado de aprobación del Abstract*



### 14.3 Certificado de implementación

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa, Director de Proyecto de Investigación

CERTIFICA

Que el sr Santiago David Criollo Arias con C.I: 1104965239 estudiante de la carrera de Tecnología Superior en Diseño Gráfico del Instituto Sudamericano Tecnológico ha desarrollado el proyecto de investigación fin titulado “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE EMPAQUES PARA PRODUCTOS ARTESANALES DE CINCO EMPRENDEDORES LOJANOS, EN LA CIUDAD DE LOJA, EN EL PERIODO DE OCTUBRE-ABRIL 2023.”, el mismo que ha sido revisado y se encuentra con un 100% de haber cumplido y aun no se ha implementado porque está sujeto a cambios por parte del tribunal de grado.

Sin otro particular que indicar, autorizo su presentación de la propuesta de acción ante el tribunal

respetivo para sus debidas correcciones.

F\_\_\_\_\_

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa  
**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN**

## 14.4 Cronograma

**Tabla 8**

*Cronograma de proceso de titulación*

<b>SEMANA</b>	<b>FECHA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>Primera</b>	Lunes 03 al 08/10/2022	Directores de titulación Les orientarán en las líneas de investigación del Instituto y les inducirán sobre los problemas que se pretenden solucionar con la investigación (proyecto de investigación de fin de carrera).
<b>Segunda</b>	Lunes 10 al 15/10	Refuerzo en problema a trabajar en base a las líneas de investigación
<b>Tercera</b>	Lunes 17 al 22/10	Identificación del problema
<b>Cuarta</b>	Lunes 24 al 29/10	Planteamiento del tema
<b>Quinta</b>	Lunes 31-10 al 05/11	Elaboración de justificación Aunque haya feriado, el estudiante trabaja en lo que le corresponde.
<b>Sexta</b>	Lunes 07 al 12/11	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos
<b>Séptima</b>	Lunes 14 al 19/11	Elaboración del marco institucional de la entidad en la que van a ejecutar el proyecto de investigación y marco teórico.
<b>Octava</b>	Lunes 21 al 26/11	
<b>Novena</b>	Lunes 28/11 al 03/12	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación.
<b>Décima</b>	Lunes 05 al 10/12	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía. Para determinar la muestra cooperará con ustedes la Ing. María Cristina Moreira, Mgs. Los tutores deben recordar con anticipación el tema al Rectorado.
<b>Décima primera</b>	Sábado 17/12	Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado de Desarrollo e Innovación con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, tema, justificación,

		objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el director de titulación.
<b>Décima segunda</b>	Lunes 19/12 al 07/01/2023	Mientras se aprueban los temas, los directores y estudiantes deben continuar el proceso dado que los temas atienden a líneas de investigación determinadas con anticipación. Investigación de campo: Diseño y aplicación de encuesta y/o entrevista, observaciones de campo. Tabulación y elaboración de gráficas, análisis cuantitativo y cualitativo.
<b>Décima tercera</b>		
<b>Décima cuarta</b>		
<b>Décima quinta</b>	Lunes 09 al 14/01/2023	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima sexta</b>	Lunes 16 al 21/01	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima séptima</b>	Lunes 23 al 28/01	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima octava</b>	Lunes 30/01 al 04/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima novena</b>	Lunes 06 al 11/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Vigésima</b>	Lunes 13 al 18/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Vigésima primera</b>	Lunes 20 al 25/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Vigésima segunda</b>	Lunes 27/02 al 04/03	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Vigésima tercera</b>	Lunes 06 al 11/03	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Vigésima cuarta</b>	Lunes 13 al 18/03	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Vigésima quinta</b>	Lunes 20 al 25/03	Desarrollo de investigación y propuesta de acción

---

<b>Vigésima sexta</b>	Lunes 27/03 al 01/04	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador de proyecto de investigación.
<b>Vigésima séptima</b>	Lunes 03 al 08/04	Revisión integral del proyecto Revisión del esquema de la investigación en base al Manual de Titulación del ITSS, impresión de certificados varios y documentos legales solicitados en el Manual ITSS y Secretaría del ITSS, revisión y legalización por parte del director (firmas), impresión y anillado
<b>Vigésima octava</b>	Lunes 10 y 11/04/2023	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera según el horario y orientaciones que secretaria ISTS indique a través de sus correos institucionales.

---

*Nota.* Cronograma del proceso de titulación para la obtención de la Tecnología en Diseño Gráfico.

## 14.5 Presupuesto

### 14.5.1 Materiales básicos

**Tabla 9**

*Materiales básicos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Derecho para la realización del proyecto	950,00
Impresión de documentos	20,00
Internet	30,00
Hoja valorada	2,00
Derecho para el abstract	10,00
Luz	30,00
Hojas de papel bond	2,00
Lápices	1,00
Borradores	1,00
Libros	10,00
<b>Total</b>	<b>1056,00</b>

*Autor:* Santiago Criollo

### 14.5.2 Materiales tecnológicos

**Tabla 10**

*Materiales tecnológicos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Computadora	1500,00
Flash	15,00
<b>Total</b>	<b>1515,00</b>

*Autor:* Santiago Criollo

### 14.5.3 Presupuesto total

**Tabla 11**

*Presupuesto total*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Materiales básicos	1056,00
Materiales tecnológicos	1565,00
<b>Total</b>	<b>2621,00</b>

*Autor:* Santiago Criollo

## 14.6 Modelo de encuesta

### Proyecto de Investigación

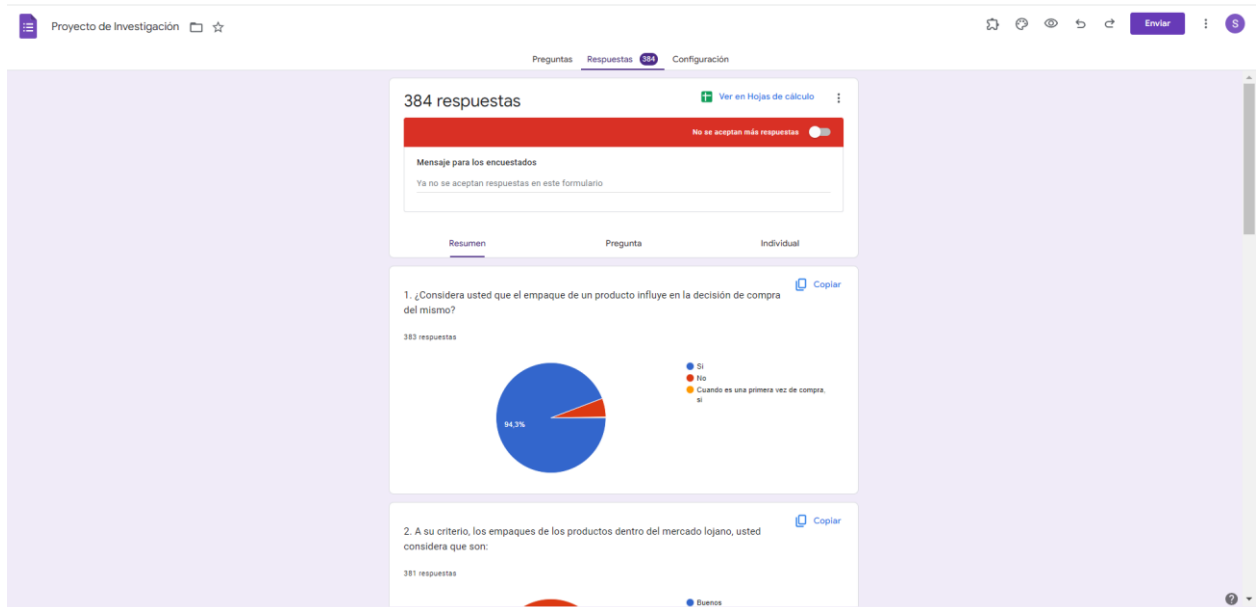
La presente encuesta servirá para determinar el nivel de aceptación que tiene el proyecto: "Diseño e implementación de sistemas de empaques para productos artesanales de cinco emprendedores Lojanos, en la Ciudad de Loja, en el periodo de Octubre-Febrero 2022".

1. ¿Considera usted que el empaque de un producto influye en la decisión de compra del mismo?
  - Si
  - No
  
2. A su criterio, los empaques de los productos dentro del mercado lojano, usted considera que son:
  - Buenos
  - Regulares
  - Malos
  
3. ¿En alguna ocasión usted ha realizado la compra de un producto atraído por la apariencia del empaque?
  - Si
  - No
  
4. Dentro del emprendimiento, ¿considera usted que el empaque es primordial para la comercialización del mismo?
  - Si
  - No
  
5. ¿Qué importancia le otorga a los materiales utilizados en el empaque que compra?
  - Muy importante
  - Importante
  - Poco importante
  - Nada importante
  
6. ¿Usted reutiliza los empaques que compra?
  - Si
  - No
  
7. ¿A través de que medios le gustaría conocer sobre productos innovadores de emprendedores lojanos?
  - Redes sociales
  - Medios impresos
  - Radio
  - Televisión
  - Otro

## 14.7 Evidencia de encuesta

### Figura 16

#### *Evidencia de encuesta*



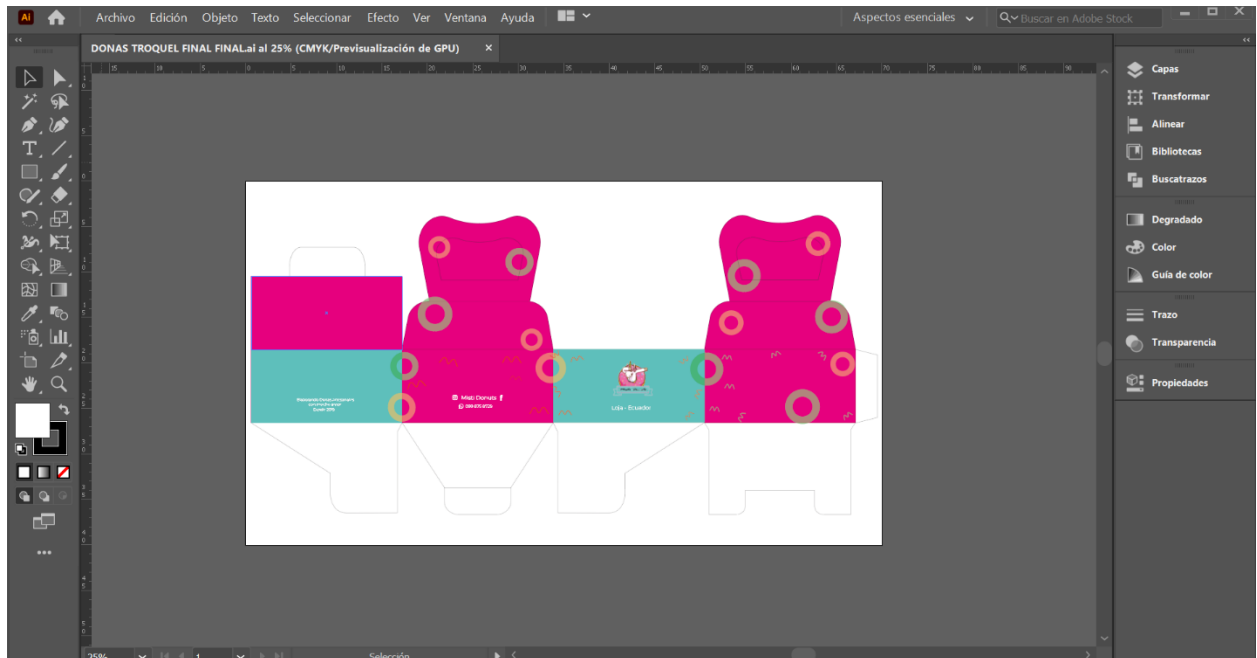
*Nota.* Evidencia de la encuesta realizada.



## 14.8 Evidencia de diseños

**Figura 17**

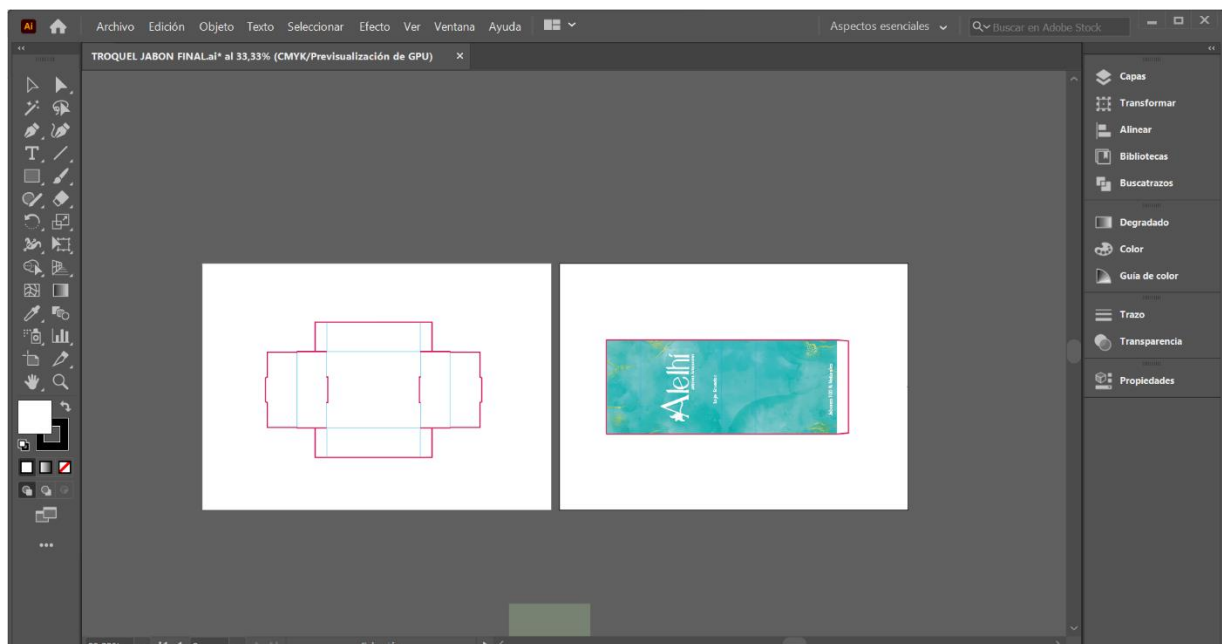
*Diseño de empaque de dona*



*Nota.* Evidencia de diseño de empaque de dona.

**Figura 18**

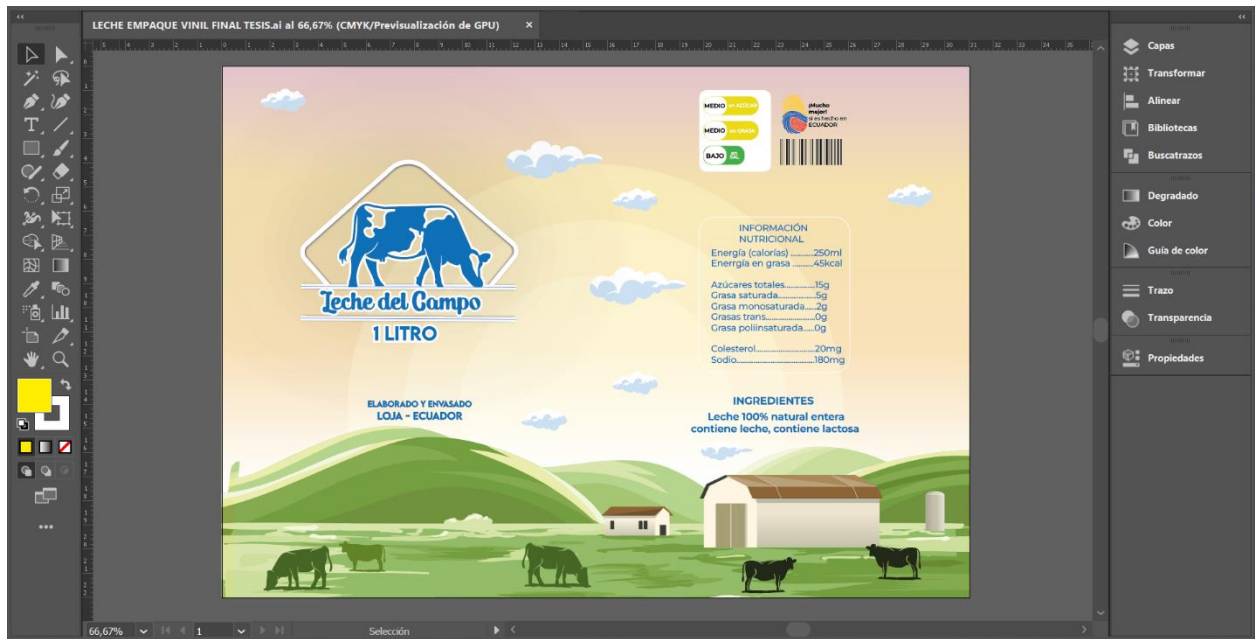
*Diseño de empaque de jabón*



*Nota.* Evidencia de diseño de empaque de jabón.

**Figura 19**

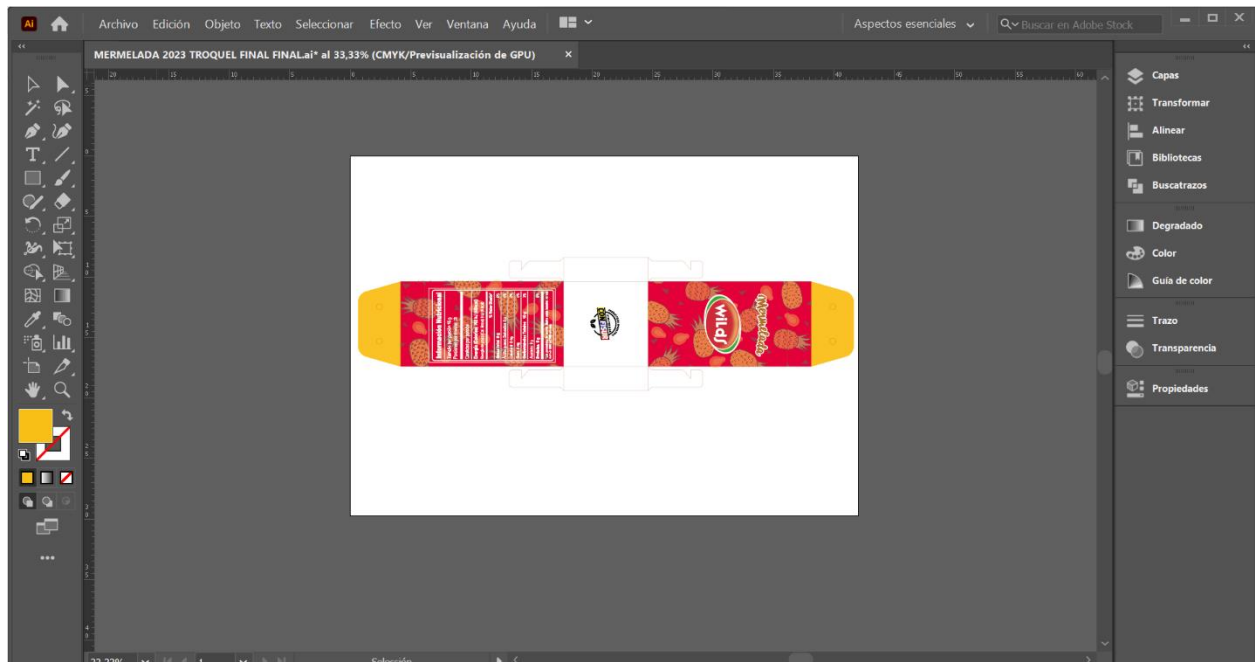
*Diseño de empaque de leche*



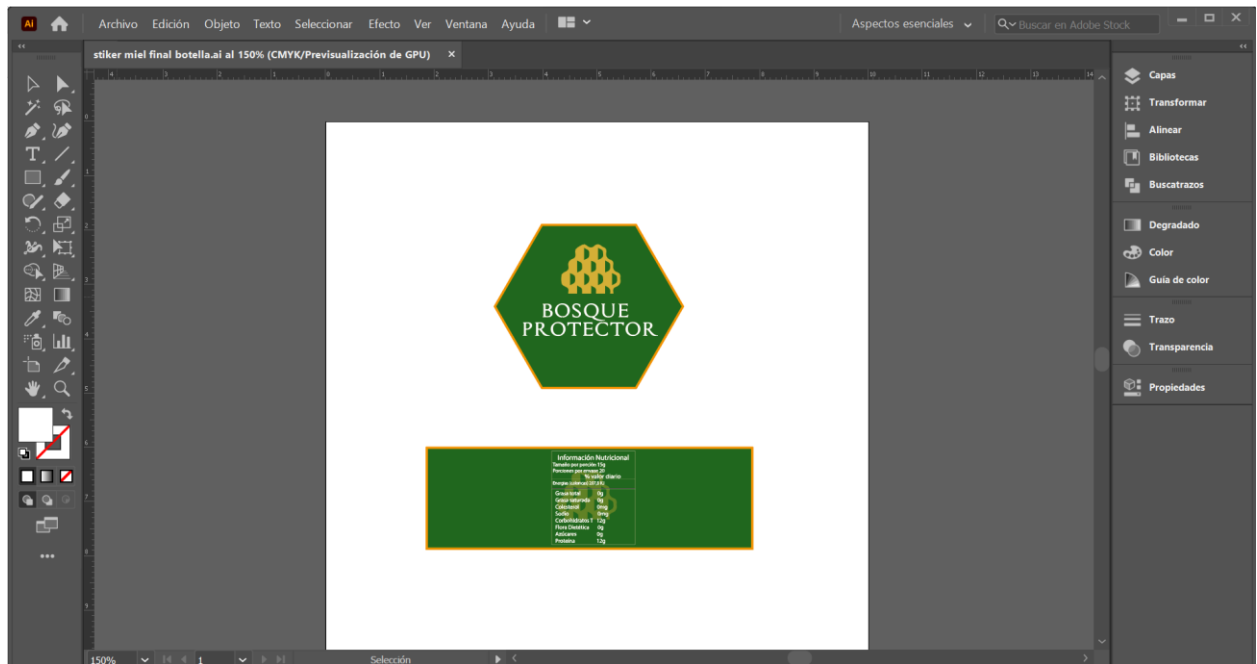
*Nota.* Evidencia de diseño de empaque de leche.

**Figura 20**

*Diseño de empaque de mermelada*



*Nota.* Evidencia de diseño de empaque de mermelada.

**Figura 21***Diseño de empaque de miel*

*Nota.* Evidencia de diseño de empaque de miel.

## 14.9 Evidencia de entrega de empaques

### Ilustración 5

*Entrega de empaque de miel*

*Nota.* Evidencia de entrega de empaque de miel

**Ilustración 6**

*Entrega de empaque de mermelada*



*Nota.* Evidencia de entrega de empaque de mermelada.

**Ilustración 7**

*Entrega de empaque de mermelada*



*Nota.* Evidencia de entrega de empaque de jabón

### **Ilustración 8**

*Entrega de empaque de donas*



*Nota.* Evidencia de entrega de empaque de donas

### **Ilustración 9**

*Entrega de empaque de leche*



*Nota.* Evidencia de entrega de empaque de donas