



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



**GASTRONOMÍA**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

## **PROYECTO INTEGRADOR**

*Elaboración de Premezclas de Tortas*

*“Mix Cake”*

**CICLO:** Primero a Quinto

**SECCIÓN:** Diurno, Nocturno B

**ESTUDIANTES:** Gastronomía

### **DOCENTES:**

Ing. René Andrés Jaramillo Gamboa

Ing. Karla Verónica Carrión Román

Ing. Enith Salomé Martínez Morales

Lic. Nancy Marina Guzmán Villa

Lic. David Gonzalo Rodas Macas

Tlgo. Carlos Andrés Valdivieso Meneses

**PERÍODO:** octubre 2023 – febrero 2024

**Loja, febrero 2024**

## 1. Índice

1. Índice .....	1
2. Antecedentes .....	7
3. Problemática .....	9
4. Tema .....	11
5. Objetivos.....	12
5.1. <i>Objetivo General</i> .....	12
5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	12
6. Marco Teórico.....	13
6.1. <i>Premezclas</i> .....	13
6.2. <i>Composición</i> .....	13
6.3. <i>Tipos</i> .....	14
6.3.1. <i>Premezclas Nutricionales</i> .....	14
6.3.2. <i>Personalización</i> .....	14
6.3.3. <i>Pastelería/Panadería</i> .....	14
6.4. <i>Emprendimiento</i> .....	15
6.4.1. <i>Características</i> .....	15
6.5. <i>Branding</i> .....	16
6.6. <i>Marketing</i> .....	17

7. Metodología.....	18
7.1. Estudio de mercado.....	18
7.1.1. Resultado de Encuestas.....	18
7.2. Métodos de investigación.....	21
7.2.1. Fenomenológico.....	21
7.2.2. Hermenéutico.....	22
7.2.3. Practico proyectual.....	23
7.3. Técnicas de investigación.....	24
7.3.1. Observación de campo.....	24
7.3.2. Encuestas.....	24
8. Desarrollo De La Propuesta De Acción.....	28
8.1. Marca del proyecto.....	28
8.1.1. Origen del nombre.....	30
8.1.2. Slogan.....	31
8.2. Filosofía del producto.....	32
8.3. Descripción del producto.....	33
8.3.1. Sabor a Chocolate.....	33
8.3.2. Sabor a Naranja.....	35
8.3.3. Sabor Red Velvet.....	36
8.3.4. Ingredientes líquidos para cada una de las premezclas.....	37

8.4. Plan de distribución .....	38
8.4.1. Pre-Evento .....	38
8.4.2. Desarrollo del Proyecto.....	40
8.4.3. Post-Evento .....	41
8.5. Plan de comercialización.....	42
8.6. Informe de inventario .....	45
8.7. Evaluación de satisfacción.....	45
8.7.1. Justificación .....	45
8.7.2. Análisis y Reporte .....	47
9. Transversalidad.....	49
9.1. Transversalidad interna .....	49
9.2. Transversalidad externa.....	49
10. Presupuesto .....	51
9.3. Costos varios que intervienen en el proyecto.....	51
9.4. Determinación del costo unitario de producción.....	52
9.5. Proyección de ventas.....	53
9.6. Distribución de la utilidad económica .....	53
11. Cronograma y responsables .....	54
12. Conclusiones y recomendaciones .....	57
12.1. Conclusiones .....	57

12.2. Recomendaciones .....	59
13. Bibliografía .....	60
14. Anexos .....	62
14.1. Formato de técnica de investigación aplicada.....	62
14.2. Acta de Cierre de Proyecto Integrador.....	64
14.3. Matriz de Seguimiento Proyecto Integrador.....	66
14.4. Matriz Resumen Evaluativa.....	68
14.5. Acta de Informe Final Económico con las correspondientes firmas .....	70
14.5.1.    Actas de devolución de ganancias .....	74
14.5.2.    Acta Cesión de derechos .....	81
14.6. Evidencias estadísticas de redes sociales en cuanto a la promoción y aceptación de los productos y/o servicios .....	83
14.7. Evidencias fotográficas .....	84
14.8. Facturas y/o comprobantes de ventas .....	86
14.9. Manual de usuario del producto .....	92
14.10.  Poster Científico .....	96

## Índice de Figuras

Figura 1 Matriz FODA de Proyecto Integrador .....	8
Figura 2 Pregunta 1 .....	18
Figura 3 Pregunta 2 .....	19
Figura 4 Pregunta 3 .....	20
Figura 5 Pregunta 4 .....	20
Figura 6 Pregunta 5 .....	21
Figura 7 Logo de la marca .....	28
Figura 8 Logotipo versión C=100%” MIX CAKE” .....	29
Figura 9 Logotipo versión K=100% C=100% “Mix cake” .....	29
Figura 10 Colores de la marca .....	30
Figura 11 Efecto visual de las propuestas de marca .....	31
Figura 12 Propuesta del producto .....	32
Figura 13 Producto envasado.....	32
Figura 14 Producto envasado con sabor a chocolate .....	34
Figura 15 Producto envasado con sabor a naranja.....	35
Figura 16 Producto envasado con sabor red velvet .....	36
Figura 17 Flujo de entrega del producto a los estudiantes.....	41
Figura 18 Capacitación del branding .....	42
Figura 19 Aplicación de Branding.....	43

## Índice de tablas

Tabla 1 Ingredientes líquidos para cada una de las premezclas.....	37
Tabla 2 Encargados para la compra de materia prima .....	38
Tabla 3 Encargados de la distribución de personal y adquisición de implementos .....	39
Tabla 4 Integrantes para cada laboratorio y envase de las premezclas .....	39
Tabla 5 Distribución de las pre mezclas .....	45
Tabla 6 Transversalidad interna del Proyecto integrador .....	49
Tabla 7 Transversalidad externa en materia prima .....	50
Tabla 8 Desglose de Costos Generales de Fabricación (CGF) .....	51
Tabla 9 Detalle de Gastos en Materia prima.....	52
Tabla 10 Cuota única de aporte .....	53
Tabla 11 Resumen de Ingresos, Egresos y Utilidad resultante .....	53
Tabla 12 Desglose de Costos Generales de Fabricación .....	70
Tabla 13 Desglose de Materia Prima Directa .....	71
Tabla 14 Desglose de Ingresos .....	72
Tabla 15 Cuadro Resumen.....	72

## 2. Antecedentes

El desarrollo del Proyecto Integrador para la carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, significa la fusión de conocimientos teóricos-prácticos que van adquiriendo los estudiantes a lo largo de su proceso de formación académica bajo la consigna de una educación integral y con un modelo constructivista.

En períodos anteriores las cenas académicas en la carrera de gastronomía han desempeñado un papel crucial al fusionar la teoría y práctica, permitiendo a los estudiantes aplicar sus conocimientos en un entorno real. Eventos como Umami, Europa Gastrofest o Gastroamérica han servido como ejercicio integral donde los estudiantes planifican, preparan y presentan platos, enfrentándose a desafíos prácticos que simulan situaciones del mundo culinario; además, fomentan el trabajo en equipo, mejorando las habilidades de colaboración y comunicación esenciales en la industria gastronómica. Estos eventos también promueven el entendimiento de aspectos logísticos, como la gestión del tiempo y la coordinación, aspectos cruciales en la realidad laboral en el campo de la restauración.

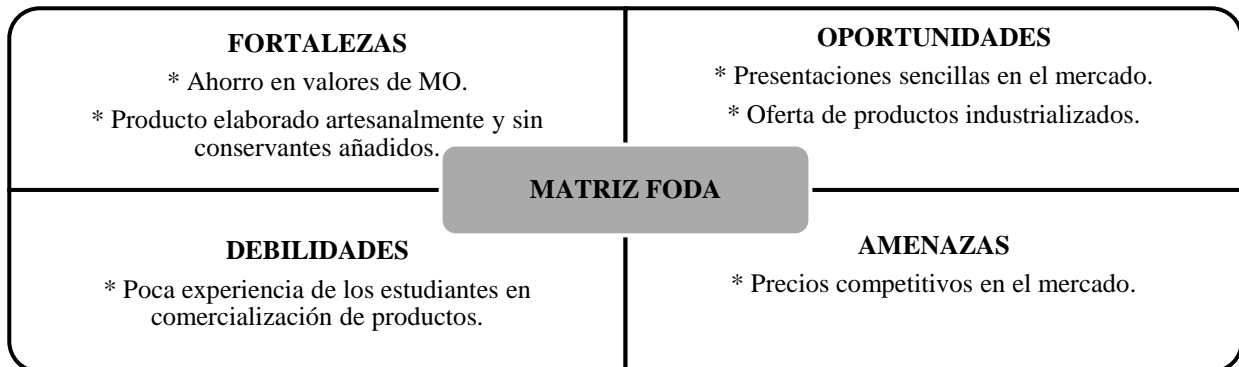
El período académico octubre 2023 – febrero 2024, marca una diferencia de otros debido a la caracterización de su propuesta; esta ahora se enfocará a la elaboración y comercialización de premezclas de tortas en sabores que han sido seleccionados bajo estudio de mercado, saliendo de esta manera, de una línea de cenas académicas y dando un reto a los estudiantes para potenciar nuevas áreas que quizá las estaban dejando de un lado como el emprendimiento.

El análisis para la propuesta del presente Proyecto Integrador se desglosa en la Figura 1 compartida, en donde se podrán identificar valores internos y externos que caracterizan el proyecto.



**Figura 1**

*Matriz FODA de Proyecto Integrador*



*Nota.* La matriz FODA permite hacer un análisis interno y externo de los elementos en torno a la organización, ejecución y evaluación del proyecto integrador. Elaborado por el Equipo de carrera TSG (2024).

Las principales fortalezas descritas corresponden a la identificación de necesidades de los clientes objetivos y la visualización de cómo poder satisfacerlas mediante la oferta del producto desarrollado. Esto, con la consigna del equilibrio de ingredientes para resaltar sabores y sin la aplicación de conservantes añadidos.

Las oportunidades identificadas hacen referencia al packing usado por la competencia en la oferta de sus productos; esto corresponde a la industrialización de sus propuestas, resaltando la introducción del producto *Mix Cake* con un diseño clásico pero fresco.

Las debilidades asumidas por parte de la carrera, es la poca experiencia y conocimiento que tienen los estudiantes para poder comercializar de forma técnica los productos que generen. Para esta realidad, se pudo trabajar en conjunto con la carrera de diseño gráfico logrando una capacitación en branding gastronómico para futuros eventos de este nivel.

Y por último, las amenazas identificadas hacen referencia a los precios bajos en el mercado como resultado de una industrialización a gran escala, haciendo énfasis también a la diferenciación de los clientes potenciales.

### 3. Problemática

El desempleo en el sector gastronómico a nivel mundial es una realidad preocupante, con un impacto significativo en la economía y el desarrollo social. Las causas son diversas e incluyen la automatización, la globalización, la falta de formación especializada y la crisis económica actual. La falta de emprendimientos gastronómicos agrava el problema, ya que limita las oportunidades de empleo para los profesionales de la cocina. Los obstáculos para iniciar un negocio gastronómico son numerosos, como la falta de financiamiento, la competencia feroz y las regulaciones excesivas.

Las instituciones educativas deben ofrecer programas de formación que respondan a las necesidades del mercado laboral. Los propios gastrónomos deben desarrollar habilidades emprendedoras y buscar nuevas oportunidades de negocio. Solo mediante un esfuerzo conjunto se podrá revertir la tendencia actual y crear un sector gastronómico más dinámico, próspero y con mayores oportunidades para todos (Sánchez, 2020).

Bajo un análisis nacional, el sector de alimentos y bebidas en la provincia de Loja tiene un enorme potencial para el emprendimiento. La riqueza natural de la región, la diversidad de productos agrícolas y la tradición culinaria local ofrecen una base sólida para el desarrollo de nuevos negocios dando una oportunidad para el desarrollo de la economía local y aporte a la matriz productiva del país. Ante el aumento en la población urbana, el turismo gastronómico despunta con nuevas oportunidades para el sector generando empleos directos e indirectos.

Actualmente en la localidad existe un nivel considerable de desempleo, lo que ha evitado la inserción inmediata de profesionales jóvenes altamente capacitados en el sector productivo del país (Balla, 2023), por tanto, la educación tecnológica en la actualidad se enfoca en que el futuro

profesional esté en la capacidad de generar fuentes de empleo a través del desarrollo de emprendimientos (Ferreyra y Leliwa, 2023).

En la ciudad de Loja existen varias entidades públicas y privadas dedicadas a capacitar y promover una de las mejores alternativas de desarrollo económico y social como lo es el emprendimiento (Zambrano y Córdova, 2022). Varios estudios indican que en Loja una de las principales actividades económicas es la comercialización de productos de alimentación (Camacho, García y Loaiza, 2023), de esta manera se han generado establecimientos en donde la oferta gastronómica es amplia y diversa, como restaurantes de comida rápida y elaborada, servicios móviles y comercialización de alimentos procesados que han resultado exitosos, siempre y cuando se apliquen procesos gastronómicos estandarizados y de calidad (Aulestia et al, 2019).

En este contexto, la Carrera de Gastronomía ha logrado identificar problemas concretos en los que es necesario trabajar, tales como la necesidad de incursionar en el emprendimiento como fuente de empleo, razón por la cual en el presente periodo académico se potenciará la actitud emprendedora en los estudiantes, brindándoles herramientas de gestión y espacios para la comercialización de productos alimenticios que satisfagan las necesidades del consumidor.

#### **4. Tema**

*Elaboración de Premezclas de Tortas*

*“Mix Cake”*

## **5. Objetivos**

### **5.1. Objetivo General**

Desarrollar un producto alimenticio (premezclas de torta) a través de la aplicación de conocimientos, habilidades y destrezas de los estudiantes de primero a quinto ciclo de la Carrera de Gastronomía para fortalecer competencias en gestión de emprendimientos gastronómicos.

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Capacitar a los estudiantes en Branding Gastronómico para fomentar en ellos las habilidades de comercialización y espíritu emprendedor.
- Planificar y ejecutar los procesos de logística, pre-producción, producción y comercialización de las premezclas de torta, empleando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por los estudiantes en el currículo oficial de la carrera, para garantizar un producto de calidad.
- Evaluar la satisfacción de los clientes del proyecto integrador mediante herramientas de recolección de información, para valorar su pertinencia.
- Socializar los resultados del proyecto integrador del periodo académico octubre 2023 – febrero 2024 a los estudiantes de la T.S. en Gastronomía, para transparentar la gestión de los recursos utilizados.

## **6. Marco Teórico**

### **6.1. Premezclas**

De forma global la premezcla se define como la mezcla de vitaminas y minerales (solos o juntos) y otros ingredientes (conservantes, antioxidantes) que se incluyen en una dieta formulada en pequeñas cantidades (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2003).

Más específicamente y dentro de la gastronomía Porto y Gardey (2002) las definen como combinaciones de varias sustancias que se utilizan para elaborar otro producto (Porto y Gardey, 2022).

Las premezclas juegan un papel importante dentro del mundo culinario ya que facilitan la industria de alimentos, bebidas y suplementos de forma rápida y sencilla, pues lo que se busca con las premezclas es minimizar los tiempos de los procesos de elaboración y sus costos asociados disminuyendo el número de materias primas que entran en juego durante la elaboración clásica, colaborando con la ganancia de tiempo y reduciendo los riesgos de errores en durante la elaboración (Esquerra, 2022), esto sin duda conlleva a que los fabricantes de alimentos alcancen importantes beneficios de modo eficiente (García, 2023).

### **6.2. Composición**

Las premezclas deben contener una mezcla de cantidades específicas y similares de varios componentes como: vitaminas, minerales, oligoelementos y aditivos nutricionales (WISIUM, 2024). Específicamente dentro del campo gastronómico deben poseer cantidades uniformes de nutrientes extractos, aminoácidos, sabores, colores, aditivos, entre otros (García, 2023).

De acuerdo a los alimentos que se van a desarrollar, los componentes de las premezclas van a variar, por ejemplo, dentro del campo de la panificación las premezclas se componen de harina base, ingredientes sensoriales (semillas) y de ingredientes tecnológicos (Esquerra, 2022).

### **6.3. Tipos**

#### **6.3.1. *Premezclas Nutricionales***

Son combinaciones de ingredientes saludables como vitaminas, minerales, antioxidantes, extractos, aminoácidos y aditivos, que contribuyen a la fabricación de alimentos, bebidas y suplementos de forma rápida, puesto que logran la reducción de tiempos, desarrollo, complejidad operativa y logística de los productos (García, 2023)

#### **6.3.2. *Personalización***

Las premezclas personalizadas poseen una gran ventaja, debido a que eliminan pasos tediosos en el proceso de producción, optimizan la producción y simplifican el control de calidad del producto final. El uso de estos elementos reduce costes pues disminuye los desechos, la necesidad de expedir y almacenar nutrientes individuales y los costes asociados al control de calidad (Glanbia Nutritionals, 2021).

#### **6.3.3. *Pastelería/Panadería***

Las premezclas para la repostería en la actualidad son importantes para todo tipo de panaderías, ya que son soluciones que dan lugar a la elaboración de forma rápida y sencilla una gama de panes especiales, baguettes de gran sabor, productos de bollería, entre otros, que poseen garantía de calidad y resultan a menor precio que los elaborados con ingredientes por separado. Dentro de este sector las combinaciones son definidas como la mezcla de ingredientes básicos y específicos como: harina base, sal, azúcar, levadura, leche en polvo, emulsionantes, enzimas que con el agregado de otros ingredientes (agua, aceite, huevo) y siguiendo las instrucciones del

fabricante permiten obtener horneados similares a un panificado artesanal. Hoy en día se puede encontrar en el mercado diferentes premezclas para productos de panadería como pan blanco, pan de Viena, prepizzas, facturas, cookies, bizcochuelos, budines, brownies, pan dulce entre otros (Esquerra, 2022).

## **6.4. Emprendimiento**

El emprendimiento es el proceso de iniciar y desarrollar un nuevo proyecto, idea o empresa con el objetivo de crear valor y obtener beneficios. Los emprendedores son personas que asumen el riesgo financiero y personal para poner en marcha iniciativas empresariales. El emprendimiento no se limita únicamente a la creación de nuevas empresas, sino que también puede involucrar la implementación de innovaciones dentro de organizaciones existentes.

### **6.4.1. Características**

El emprendimiento implica una serie de características y habilidades que son comunes entre las personas que buscan iniciar y desarrollar sus propios proyectos empresariales.

(Cárdenas, 2023), nos mencionan algunas de ellas:

- *Innovación*: puede surgir del conjunto de ideas para emprender un negocio de una o más personas.
- *Adaptabilidad*: como todo negocio, conforme crezca y pase el tiempo, continuará transformándose para adaptarse al entorno y a las circunstancias en que se encuentre.
- *Determinación*: el individuo que se decide a hacer un emprendimiento debe tener una gran determinación para hacer de su visión una realidad.

Para iniciar con un negocio es importante seguir algunas fases, por ello Bonilla (2023), nos menciona algunas a continuación:



- *Primera fase:* la idea de negocio es el inicio del proyecto en donde esa idea que se tiene es analizada y puesta en perspectiva para saber cuál es la mejor manera de abordarla y de llevarla a cabo.
- *Segunda fase:* el modelo de negocio se caracteriza por ser el momento en el que se busca financiación, recursos humanos y materiales necesarios
- *Tercera fase:* la salida al mercado y crecimiento será clave para empezar a implementar herramientas de mercadeo; presencia en redes sociales, voz a voz, recurrir a Whatsapp e incluso hay varias formas de dar a conocer el producto.
- *Cuarta fase:* consolidación y expansión es cuando nos hacemos unas preguntas, como por ejemplo si hay demandas o no sobre el producto, si se necesita ampliar el lugar o no.

Estas fases no son necesariamente lineales, y los emprendedores pueden retroceder o avanzar en diferentes etapas según las circunstancias. Además, cada emprendimiento es único, por lo que estas fases pueden variar en duración y complejidad según la naturaleza del negocio.

## **6.5. Branding**

Para (Hoyos, 2016), el branding o la creación de una marca es un proceso integrativo, que busca construir marcas poderosas; es decir, marcas ampliamente conocidas, asociadas a elementos positivos, deseadas y compradas por una base amplia de consumidores (p25).

El mismo autor nos comenta que también, se puede definir como el ejercicio orientado a capturar la esencia de una oferta, trabajar a fondo una personalidad atractiva, diferente, llena de significados para el cliente potencial, y conectarla a un nivel emocional con la marca en cuestión.

Las empresas exitosas invierten en el desarrollo y la gestión cuidadosa de su marca como un activo estratégico fundamental.

## **6.6. Marketing**

Josep (2011), nos menciona que marketing tiene dos facetas, la primera es una filosofía, una actitud, una perspectiva o una orientación gerencial que hace hincapié en la satisfacción del cliente, la segunda faceta, el marketing está conformado por las actividades y los productos adoptados para poner en práctica esta filosofía p.31.

Mientras que (Martínez 2010), basada también en la peculiaridad del objetivo del marketing de conocer las motivaciones humanas que mueven a comprar, es la permanente evolución de la materia a estudiar. Las sociedades evolucionan continuamente y esto depara escenarios distintos que invalidan cualquier modelo o plan de marketing con pretensiones de desafiar al tiempo con sus apreciaciones sobre la realidad circundante (p15).

En pocas palabras el marketing es esencial para cualquier empresa u organización que busque alcanzar sus objetivos comerciales, ya que ayuda a crear conciencia sobre los productos o servicios, atraer a los clientes, generar ventas y mantener relaciones a largo plazo con los consumidores.

## 7. Metodología

### 7.1. Estudio de mercado

Los estudiantes de quinto ciclo de la carrera de Tecnología Superior en Gastronomía se llevó a cabo una exhaustiva investigación para identificar el público objetivo. Este proceso se realizó visitando algunas tiendas, supermercados y bodegas para identificar el precio, la proporción y la calidad del producto competencia en relación a la oferta que se desea desarrollar.

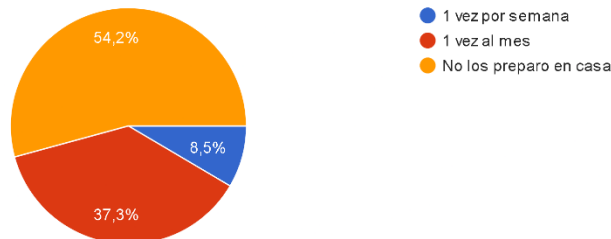
Este paso crítico permitió definir con precisión las características y preferencias del mercado, proporcionando así una base sólida para el desarrollo del producto gastronómico como fue el sabor de cada premezcla. El conocimiento detallado del público objetivo se convierte en un elemento esencial para el éxito del proyecto, ya que garantiza que el producto final se alinee de manera efectiva con las expectativas y necesidades de los consumidores.

#### 7.1.1. Resultado de Encuestas

##### Figura 2

##### Pregunta 1

¿Con qué frecuencia hornea pasteles en casa?  
59 respuestas



*Nota.* Elaborado por estudiantes de 5to semestre TSG, 2024.

- **Análisis Interpretativo**

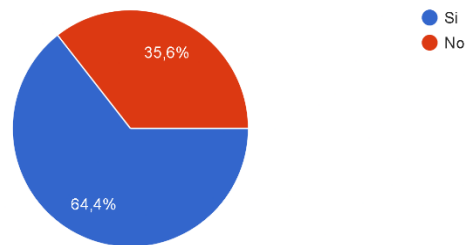
Tomando en cuenta los resultados, podemos afirmar que, en su mayoría, las personas de la ciudad de Loja no suelen elaborar pasteles en su casa, esto puede ser por muchos factores

como tiempo, dificultad, etc. Se evidencia que una mayoría de la población no los prepara en casa, siendo un 54.2%.

### Figura 3

#### Pregunta 2

¿Estaría dispuesto/a a utilizar una premezcla para pasteles en lugar de preparar la masa desde cero?  
59 respuestas



*Nota.* Elaborado por estudiantes de 5to semestre TSG, 2024.

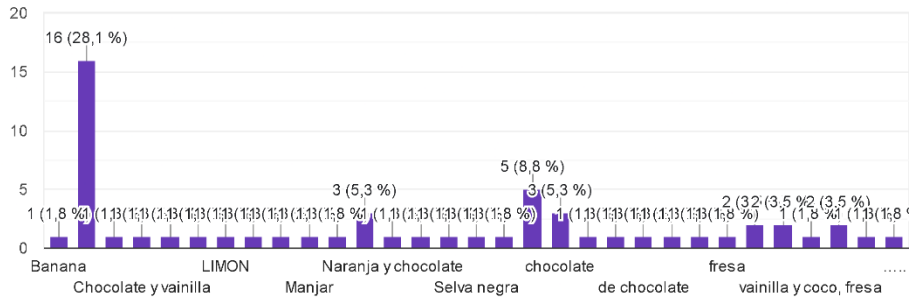
- **Análisis Interpretativo**

Los resultados reflejan que en su mayoría las personas optarían por una premezcla para pasteles antes que realizar una preparación desde cero. Con ello se concluye que un 64.4% de la población encuestada prefiere las premezclas mientras que un 35.6% prefiere elaborar sus masas ellos mismos.

**Figura 4**

*Pregunta 3*

¿Qué sabores de pasteles le gustaría encontrar en una premezcla?  
57 respuestas



Nota. Elaborado por estudiantes de 5to semestre TSG, 2024.

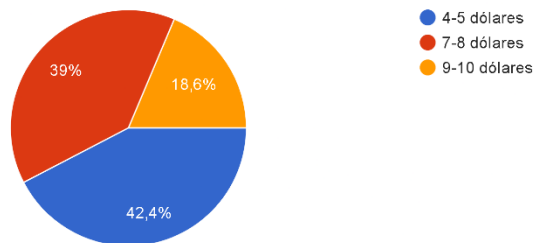
- **Análisis interpretativo**

Al ser una pregunta abierta los resultados varían, sin embargo, se puede evidenciar una clara inclinación a por el sabor de chocolate, un 28.1% de la población encuestada, por otra parte los sabores de naranja y vainilla son lo que también destacan, esto ayudo a la elección de los sabores de nuestro producto.

**Figura 5**

*Pregunta 4*

¿Cuál sería su rango de precio aceptable para una premezcla de pastel de buena calidad?  
59 respuestas



Nota. Elaborado por estudiantes de 5to semestre TSG, 2024.

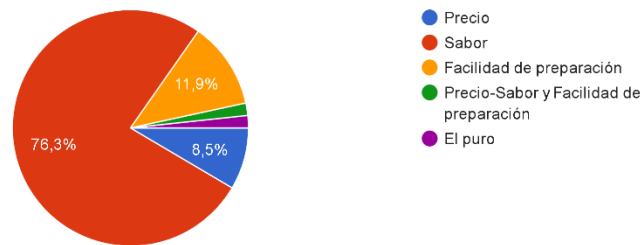
- **Análisis interpretativo**

Tomando en cuenta los resultados, podemos afirmar que una media entre 8 y 4 dólares serían un precio adecuado, ya que estos fueron los precios que la población encuestada prefirió, de 4-5 dólares con un 42.5% y de 7 – 8 dólares con un 39%.

**Figura 6**

*Pregunta 5*

¿Cuáles son los factores más importantes para usted al elegir una premezcla para pastel?  
59 respuestas



*Nota.* Elaborado por estudiantes de 5to semestre TSG, 2024.

- **Análisis interpretativo**

Se evidencia una clara inclinación por el sabor, siendo este el principal atractivo en una premezcla para los consumidores, con un 76.3% de la población encuestada, por lo cual nuestro producto tendrá una gran acogida en el mercado.

## **7.2. Métodos de investigación**

### **7.2.1. Fenomenológico**

El punto de partida fundamental del método es la descripción, lo más completa y exhaustiva posible del fenómeno a partir de la experiencia directa e inmediata que el investigador

tiene de éste, lo cual le garantiza la singularidad e irrepetibilidad de todo fenómeno investigado.  
(Parra, 2017)

Mediante el método se pudo realizar la encuesta conjuntamente con los estudiantes de la carrera de Tecnología Superior en Gastronomía del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano a la población de Loja, con el objetivo de la obtención de datos sobre la acogida de la planificación realizada para los resultados del evento de Proyecto Integrador - Pre mezclas de pasteles. Una vez recaudado algunos datos se pudo hacer una comparación entre productos y las necesidades que se presentaban, en cuanto al sabor, precio, gramaje y envase, las cuales nos permitieron poner en ejecución omitiendo la irrepetibilidad del producto que se iba a lanzar.

### **7.2.2. *Hermenéutico***

La estrategia hermenéutica es una interacción que busca en todo caso diseccionar y descifrar el contenido académico por etapas, cuyo último objetivo es la vivencia total del contenido. La traducción es comparativa con el analista, al igual que con el creador de los escritos a los que se hace referencia. (Merino Isuiza, 2021)

Mediante este método de investigación se pudo obtener información de algunos sitios bibliográficos con la finalidad de seleccionar el tema para el evento de Proyecto Integrador – Pre mezclas para pasteles *Mix Cake* con sus respectivos elementos que lo acompañan. Para ello se realizaron investigaciones en diversos sitios web para recopilar datos que nos permitieran medir la efectividad e identificar las áreas que se pudieran mejorar y así poder garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados.

### **7.2.3. *Practico 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 (Blasco, 2011).

En el transcurso de la ejecución de este proyecto, se dispone la obligatoriedad del uso del uniforme de Gastronomía dentro de los laboratorios, siendo este verificado al momento de la entrada por parte de los líderes designados para cada grupo. Se procedió a la distribución equitativa de las materias primas necesarias para cada equipo de trabajo, siendo entregados al equipo de líderes respectivos para iniciar los procesos de montaje correspondientes.

Cada líder asumió la responsabilidad de mantener la secuencia y eficiencia de los procedimientos dentro de su laboratorio asignado. Una vez culminados los montajes, se inició la distribución de etiquetas y logotipos correspondientes a cada pre mezcla. Posteriormente, tras completar el montaje, se llevó a cabo el almacenamiento del producto y se procedió a realizar la limpieza exhaustiva de los laboratorios de cada grupo de trabajo.

- Post-Evento

Los docentes responsables llevaron a cabo la distribución de los productos elaborados a cada estudiante, de la siguiente forma: Una botella de cada sabor, totalizando tres unidades por participante. Este proceso se llevó a cabo mediante listas preestablecidas, las cuales requirieron la firma de cada estudiante como constancia de la recepción de cada pre mezcla. Las mermas o excedentes resultantes fueron debidamente inventariados y almacenados por los estudiantes pertenecientes al 5° ciclo.



### **7.3. Técnicas de investigación**

#### **7.3.1. Observación de campo**

La técnica de evaluación conocida como Observación de Campo tiene como principal objetivo entender cómo los usuarios de los sistemas interactivos realizan sus tareas y más concretamente conocer todas las acciones que éstos realizan durante la realización de las mismas (Granollers, 2014).

Se realizó un análisis acerca de distintas elaboraciones de pre mezclas para pasteles, con la finalidad de obtener la apreciación de los consumidores después de que lo hayan elaborado sus propios pasteles con los diversos sabores, ya sea chocolate, naranja y red velvet.

#### **7.3.2. Encuestas**

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas (Grasso, 2016).

Se utilizaron encuestas estructuradas, entrevistas breves y análisis de redes sociales para recopilar datos cuantitativos y cualitativos. Se asignaron puntos de evaluación a cada ítem del checklist para obtener una puntuación general que refleje el éxito del evento.

### **Encuesta de Evaluación del Evento del Proyecto Integrador - Pre mezcla de Tortas “Mix Cake”**

¡Gracias por participar en la evaluación de nuestro evento! Tu opinión es fundamental para mejorar y ofrecer experiencias aún mejores. Por favor, responde a las siguientes preguntas con honestidad y detalle.

## **Información Demográfica**

### **1. Edad**

- Menos de 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55 o más

### **2. Género**

- Femenino
- Masculino
- Otro

### **3. ¿Cómo te describirías en términos de experiencia en repostería?**

- Principiante
- Intermedio
- Experto

## **Presentación del Producto**

### **1. ¿Cómo calificarías la presentación visual de las pre mezclas de pasteles?**

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Necesita Mejora

### **2. ¿Qué opinas sobre la información proporcionada sobre los sabores y formatos**

**disponibles?**

- Muy clara
- Clara
- Poco claro
- No clara

### **3. ¿Hubo elementos creativos que captaron tu atención?**

---

## **Experiencia Sensorial**

### **1. Evalúa la calidad de la degustación de las pre mezclas de pasteles.**

- Sobresaliente
- Buena
- Aceptable
- Insatisfactoria

### **2. ¿Hubo suficiente variedad de sabores para satisfacer tus preferencias?**

- Sí
- No

## **Interacción con el Público**

### **1. ¿Participaste en las actividades propuestas durante el evento?**

- Sí
- No

### **2. ¿Cómo calificarías la interacción del equipo del proyecto con el público?**

- Muy Interactivos
- Interactivos
- Poco Interactivos
- Nada Interactivos

## **Impacto Visual y Estético**

### **1. ¿Cómo evaluarías el diseño y la presentación visual del área del evento?**

- Muy Atractivo
- Atractivo
- Poco Atractivo
- Nada Atractivo

### **2. ¿Consideras que la presentación fue coherente con la identidad de marca del proyecto?**

- Si
- No

## **Logística del Evento**

### **1. ¿Cómo calificarías la organización y ejecución del evento?**

- Muy Eficiente
- Eficiente
- Poco Eficiente
- Nada Eficiente

### **2. ¿Hubo suficientes pre mezclas de pasteles disponibles para todos los asistentes?**

- Si
- No

## **Feedback Adicional**

**Proporciona cualquier comentario adicional sobre tu experiencia en el evento.**

---

*Agradecemos tu participación. ¡Tu opinión es invaluable para nosotros!*

## 8. Desarrollo De La Propuesta De Acción

### 8.1. Marca del proyecto

La marca del proyecto integrador se presenta bajo el siguiente nombre.

**“MIX CAKE”**

La tipología del nombre para una premezcla de pastel sugiere una combinación de ingredientes secos necesarios para su preparación. Este tipo de nombres tiende a ser descriptivo y transmitir la idea de tener todos los ingredientes secos en una sola mezcla “MIX CAKE” podría interpretarse como una fusión de ingredientes para hacer un pastel de manera más rápida y sencilla.

A continuación, podremos apreciar la marca “MIX CAKE” en sus diferentes versiones:

**Figura 7**

*Logo de la marca*



*Nota.* Proyecto integrador denominado “MIX CAKE”, nombre que identifica a la premezcla para pasteles.

Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

**Figura 8**

*Logotipo versión C=100% "MIX CAKE"*



*Nota.* Proyecto integrador denominado "MIX CAKE", nombre que identifica a la premezcla para pasteles.

Elaborado por estudiantes 5° nivel TSG. (2024)

**Figura 9**

*Logotipo versión K=100% C=100% "Mix cake"*



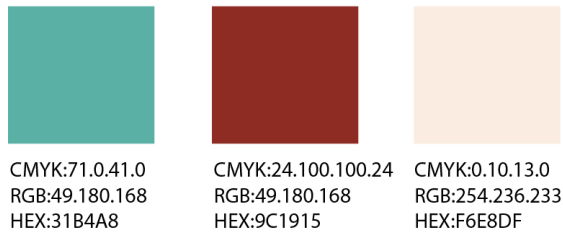
*Nota.* Proyecto integrador denominado "MIX CAKE", nombre que identifica a la premezcla para pasteles.

Elaborado por estudiantes 5° nivel TSG. (2024)

En lo referente a su uso cromático a continuación detallamos los colores empleados.

**Figura 10**

*Colores de la marca*



*Nota.* Elaborados por estudiantes 5° nivel TSG. (2024)

### **8.1.1. Origen del nombre**

Se ejecutó un estudio de campo minucioso y detallado con el propósito de evaluar la posición estratégica de las marcas presentes en el mercado. Este análisis contempló una revisión exhaustiva de diversos aspectos, tales como los nombres comerciales utilizados por las marcas, la paleta cromática empleada en sus productos, la diversidad de sabores ofrecidos, la estructuración de los precios y la presentación visual de los productos en el mercado.

Después de un análisis exhaustivo y la consideración de los parámetros previamente mencionados, el equipo docente, encargado de guiar y supervisar este proceso, procedió a llevar a cabo una votación para determinar la denominación más apropiada para el producto. Las opciones sometidas a votación fueron las siguientes:

- Dolce mix
- Mix Cake
- Miski

Después de un proceso de votación, la segunda opción, "Mix Cake", se erigió como la opción ganadora, siendo la selección preferida por el equipo docente en función de los criterios analizados en el estudio de mercado.

### Figura 11

*Efecto visual de las propuestas de marca*



*Nota.* Propuesta de la marca con diferentes denominaciones sometidas a votación. Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

#### 8.1.2. Slogan

El eslogan propuesto para el producto es el siguiente:

***"Preparar un pastel nunca ha sido tan fácil"***

Cabe destacar que este eslogan fue empleado exclusivamente con fines promocionales dentro de la campaña de marketing en plataformas de redes sociales; sin embargo, no fue incorporado en la etiqueta individual de cada envase del producto.

Esta estrategia de comunicación se implementó con el objetivo de resaltar la simplicidad y facilidad asociadas con la preparación de los pasteles mediante el uso de las premezclas. Aunque el eslogan no figura en la etiqueta del envase, su utilización en la campaña en línea contribuyó a transmitir eficazmente el mensaje central de la propuesta de valor del producto al público objetivo.



## Figura 12

### Propuesta del producto



Nota. Eslogan del producto. Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

## Figura 13

### Producto envasado



Nota. Producto final desarrollado como proyecto integrador. Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

## 8.2. Filosofía del producto

La filosofía del producto "MIX CAKE" se arraiga profundamente en la excelencia y la integridad de las premezclas para pasteles, una visión cultivada por la pasión y el esfuerzo de

estudiantes de la Tecnología Superior en Gastronomía siendo su prioridad trascender los estándares convencionales de la industria gastronómica y entregando productos que cumplan con las expectativas.

El propósito de la creación es servir tanto a profesionales de la gastronomía como a entusiastas de la repostería, brindando soluciones que garantizan confianza y calidad en la preparación de pasteles con el compromiso con la excelencia que se refleja en cada paso del proceso de producción. Comienza con la meticulosa selección de ingredientes de alta calidad y siguiendo procedimientos técnicos que son vitales para asegurar la consistencia y superioridad del producto final.

"MIX CAKE" se caracteriza por su sólido enfoque en la creación de premezclas con proporciones específicamente calculadas y formulas equilibradas que aseguran los resultados óptimos, la filosofía de empresa se centra en la satisfacción total del cliente, proporcionando productos de alto rendimiento y confiabilidad, el enfoque es el resultado directo de la experiencia educativa y técnica adquirida por los estudiantes de la Tecnología Superior en Gastronomía, quienes contribuyen con su conocimiento innovador y su perspectiva fresca en la elaboración de cada mezcla.

La búsqueda de ingresar y destacar entre la competencia es para ofrecer premezclas que faciliten la elaboración de pasteles excepcionales, e inspiren la creatividad del consumidor.

### **8.3. Descripción del producto**

#### **8.3.1. Sabor a Chocolate**

La premezcla de chocolate "MIX CAKE" se distingue por su equilibrada composición de harina de calidad, polvo de hornear y bicarbonato de sodio que garantizan una textura esponjosa y uniforme. Incluye azúcar morena en proporciones equilibradas para que el producto resultante

no sea empalagoso, tampoco hostigante, café instantáneo y cacao orgánico que intensifican el sabor a chocolate, y trozos de galleta oreo sin crema que ofrecen un crujiente contraste. Esta premezcla se envasa en una botella de vidrio transparente, permitiendo apreciar la calidad y frescura de los ingredientes.

#### Figura 14

*Producto envasado con sabor a chocolate*



*Nota.* Producto. Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

- **Características y beneficios**

- **Calidad premium:** Utiliza ingredientes seleccionados por su calidad superior para asegurar el mejor sabor y textura.
- **Facilidad de uso:** La premezcla viene lista para añadir unos pocos ingredientes líquidos, simplificando el proceso de horneado.
- **Sabor intenso:** El toque de café y la riqueza del chocolate brindan una experiencia placentera a las papilas gustativas.
- **Textura ideal:** La combinación de leudantes asegura una textura perfectamente esponjosa y homogénea.

- **Presentación atractiva:** La botella de vidrio transparente no solo preserva la frescura, sino que también hace de la mezcla un regalo o artículo de decoración de cocina ideal.

### 8.3.2. Sabor a Naranja

La premezcla sabor a naranja de "MIX CAKE" incluye azúcar morena que aporta dulzura en proporción equilibrada y una textura húmeda, harina seleccionada y agentes leudantes para asegurar un pastel aireado y suave. Las nueces añaden una sensación crujiente y la ralladura de naranja y naranja deshidratada que ofrece un aroma cítrico fresco, mientras que las chispas de chocolate complementan con una dulzura equilibrada. La presentación en botella de vidrio transparente destaca los ingredientes naturales y la calidad del producto.

**Figura 15**

*Producto envasado con sabor a naranja*



*Nota.* Producto. Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG, (2024).

- **Características y beneficios**

**Sabor cítrico auténtico:** La ralladura de naranja natural y la naranja deshidratada proporciona un sabor fresco y genuino.

- **Textura variada:** La combinación de nueces y chispas de chocolate ofrece una textura rica y diversa.

- **Visualmente atractiva:** La botella transparente muestra la mezcla de ingredientes de alta calidad, promoviendo lucidez y confianza.

### 8.3.3. Sabor Red Velvet

La premezcla "MIX CAKE" sabor Red Velvet se compone de harina refinada, polvo de hornear y bicarbonato de sodio para un bizcocho suave y consistente, colorante en polvo rojo para lograr el característico color rojo terciopelo, cacao orgánico para dar profundidad al sabor, azúcar morena para endulzar en proporciones equilibradas y una mezcla única de chispas de chocolate en colores blanco, negro y rojo que añaden un toque de elegancia. El envase de vidrio transparente resalta el cuidado y detalle puesto en cada ingrediente.

**Figura 16**

*Producto envasado con sabor red velvet*



*Nota.* Producto sabor Red Velvet. Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG, (2024).

- **Características y beneficios:**

- **Color vibrante:** El colorante de alta calidad proporciona un tono rojo intenso y apetecible sin alterar el sabor.
- **Riqueza en sabor:** La cocoa seleccionada ofrece un perfil de sabor complejo y rico.
- **Textura variada:** Las chispas de chocolate tricolor permiten una presentación final decorativa y versátil.




- **Alta consistencia:** Los leudantes aseguran un bizcocho con altura uniforme en cada elaboración.
- **Presentación elegante:** La botella transparente exhibe la calidad y la dedicación a la presentación del producto, aumentando su atractivo hacia el consumidor.

#### 8.3.4. *Ingredientes líquidos para cada una de las premezclas*

Las instrucciones de preparación de cada sabor de premezclas se encuentran en la etiqueta con un código QR, que le redirecciona a un vídeo específico con los ingredientes líquidos adicionales a añadir y los pasos a seguir para obtener un buen resultado en la preparación de la torta.

**Tabla 1**

*Ingredientes líquidos para cada una de las premezclas*

<b>NARANJA</b>	<b>CHOCOLATE</b>	<b>RED VELVET</b>
4 huevos	6 huevos	4 huevos
100g de mantequilla líquida	120g de mantequilla líquida	200 ml de leche
120ml de yogurt natural	144 ml de leche	1 limón
80ml de jugo de naranja	1cdta de esencia de vainilla	1cdta de esencia de vainilla
	1 cdta de vinagre blanco	100 ml de aceite de girasol
 <b>Instrucciones</b> para preparar tu pastel	 <b>Instrucciones</b> para preparar tu pastel	 <b>Instrucciones</b> para preparar tu pastel

*Nota.* Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG, (2024).

## 8.4. Plan de distribución

### 8.4.1. Pre-Evento

- **Selección de proveedores**

Para realizar las compras de materias prima se puso a cargo a los estudiantes de Quinto ciclo de Gastronomía, para ello se organizaron grupos de dos estudiantes, donde cada uno debía cotizar precios en distintos puntos de venta como Decorcake, Frutería al paso, Los Paisas, Bodegas, entre otros. Posterior a ello, se realizó el análisis de los resultados para así hacer el pedido de las cantidades necesarias donde fuese más conveniente. El almacenaje de estas materias primas se hizo en el aula magistral.

**Tabla 2**

*Encargados para la compra de materia prima*

<b>Distribución de las compras de materia prima</b>		
Grupo 1	-Flor Paqui	-Nueces
	-Yeny Velásquez	-Harina de todo uso -Azúcar Morena -Naranjas
Grupo 2	-Stefany Torres	-Café soluble -Bicarbonato de sodio
		-Chispas de chocolate (rojas, blancas, chocolate)
Grupo 3	-Leslie Merizalde	-Galleta oreo
	-Johan Zeas	-Polvo de Hornear -Colorante en polvo rojo. -Hilo de paja

*Nota.* Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

- **Proceso de compra:**

Posterior a ello, se realizó el análisis de los resultados de la receta estándar para así realizar el pedido de las cantidades necesarias donde fuese más conveniente. El almacenaje de estas materias primas se hizo en el aula magistral.

- **Organización de los equipos de trabajo.**

Para los grupos de trabajo, los estudiantes de quinto ciclo se encargaron de dividir el total de estudiantes de Gastronomía, en estos se incluyen estudiantes de primero, segundo tercero y cuarto ciclo, tanto de la sección diurna como nocturna, los resultados fueron:

**Tabla 3**

*Encargados de la distribución de personal y adquisición de implementos*

<b>ENCARGADOS</b>	
<i>Katherine Herrera</i>	-Recepción de las botellas -Administración del capital. -Distribución del personal
<i>Ana Yaguana</i>	-Distribución del personal -Recepción de etiquetas y códigos QR.

*Nota.* Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

**Tabla 4**

*Integrantes para cada laboratorio y envase de las premezclas*

<b>RED VELVET</b>	<b>CHOCOLATE</b>	<b>NARANJA</b>
<i>Lideres:</i>	<i>Lideres:</i>	<i>Lideres:</i>
Chamba Joselyn	León Lidia	Merizalde Leslie
Herrera Katherine	Paqui Flor	Pucha Jessica
Ortega Elsa	Silva Mahili	Yaguana Ana
Quizhpe Amawta. Torres Stefany	Velásquez Yenny	Zeas Johan



<i>Personal:</i>	<i>Personal:</i>	<i>Personal:</i>
Albito Geovanny	Alvarado Rossebelth	Chalan Dany
Aldaz Melany	Castillo Pablo	Cisneros Pablo
Allasiche Carmen	Cedillo Alfonso	Cueva José
Andrade Maritza	Celi Hernando	Faicán Lenin
Andrade Sisa	Contreras Erick	Gómez Darwin
Angamarca Jenny	Daniel Camacho	González Daniel
Beltrán Nuria	Espinoza Jefferson	Guerrero Marlon
Carrión Marcos	Fajardo Diego	Jumbo Karen
Carrión Oscar	González Joel	Moncayo Jonny
Cedillo Alfonso	González Roberth	Orellana Yandri
Celi Ariel	Guarnizo Nohelia	Palacios María
Chamba Petroba	Guerrero Marlon	Picoita María
Coronel Santiago	Labanda Tamia	Ramírez Juan
Espinoza Jefferson	Morocho María	Romero Roger
Gonzaga Gianella	Quizpe Patricia	Saldarriaga Marino
Gualán Kevin	Rivera José	Silverio Stefany
León Ana	Román Jhostyn	Torres Daniela
Llvischusca Jordy	Sarango Karol	
Mancino Andrés	Serrano Diana	
Ortiz Maribel	Tinisaray Kevin	
Patiño Wendy	Valarezo Josué	
Requelme John	Vega Cristian	
Romero César		
Silvia Paqui		
Toro Jenifer		
Torres Jessica		

*Nota.* Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG. (2024)

#### **8.4.2. Desarrollo del Proyecto**

En el transcurso de la ejecución de este proyecto, se dispone la obligatoriedad del uso del uniforme de Gastronomía dentro de los laboratorios, siendo este verificado al momento de la entrada por parte de los líderes designados para cada grupo. Se procedió a la distribución equitativa

de las materias primas necesarias para cada equipo de trabajo, siendo entregados al equipo de líderes respectivos para iniciar los procesos de montaje correspondientes.

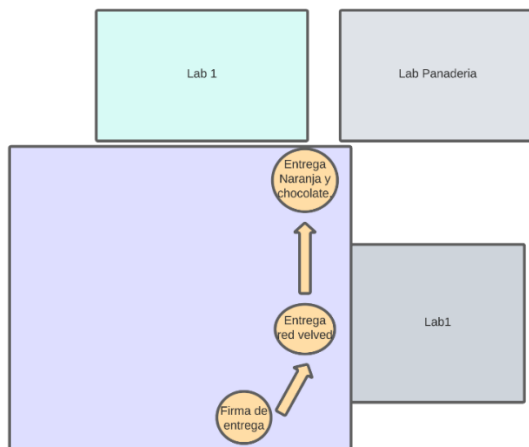
Cada líder asumió la responsabilidad de mantener la secuencia y eficiencia de los procedimientos dentro de su laboratorio asignado. Una vez culminados los montajes, se inició la distribución de etiquetas y logotipos correspondientes a cada premezcla. Posteriormente, tras completar el montaje, se llevó a cabo el almacenamiento del producto y se procedió a realizar la limpieza exhaustiva de los laboratorios de cada grupo de trabajo.

### 8.4.3. *Post-Evento*

Los docentes responsables llevaron a cabo la distribución de los productos elaborados a cada estudiante, de la siguiente forma: Una botella de cada sabor, totalizando tres unidades por participante. Este proceso se llevó a cabo mediante listas preestablecidas, las cuales requirieron la firma de cada estudiante como constancia de la recepción de cada premezcla. Las mermas o excedentes resultantes fueron debidamente inventariados y almacenados por los estudiantes pertenecientes al 5° ciclo.

**Figura 17**

*Flujo de entrega del producto a los estudiantes*



Nota: Elaborado por Estudiantes 5to nivel TSG, (2024).

## 8.5. Plan de comercialización

El presente proyecto se encuentra bajo la responsabilidad de destacados docentes y estudiantes pertenecientes a la carrera de gastronomía. Esta iniciativa no solo busca consolidar los conocimientos adquiridos en las aulas sino también fomentar la responsabilidad y la creatividad.

Una parte esencial de este proyecto integrador consiste en la capacitación del branding que se desarrolló en las instalaciones de dicha institución a todos los estudiantes de la carrera de gastronomía. La capacitación se llevó a cabo bajo la dirección de la Lic. Brigitte Obando, Mgs. Docente de la carrera de Diseño Gráfico y encargada de la materia de marketing gastronómico.

### Figura 18

*Capacitación del branding*



*Nota.* Capacitación a los estudiantes de la carrera de TSG. (2024)

Este proceso de capacitación se centra específicamente en el conocimiento del branding del producto que se realizara en las instalaciones de salón de uso múltiple institucional. Es

fundamental que los educadores transmitan a los alumnos no solo las técnicas culinarias, sino también la importancia de construir y consolidar una marca.

En la fase inicial, se estableció la marca MIX CAKE como el nombre que identificará el producto resultante de este proyecto gastronómico. Este proceso de definición de marca no solo implica la elección de un nombre atractivo, sino también la creación de una identidad visual y conceptual que transmita los valores y la calidad del producto. La marca MIX CAKE busca no solo ser reconocida por la excelencia en sabor, sino también por la innovación y creatividad que ofrece a su audiencia.

Posteriormente se desarrollará el análisis de mercado mismo que desempeña un papel clave en este proyecto. Se llevó a cabo una exhaustiva investigación para identificar el público objetivo. Este paso crítico permitió definir con precisión las características y preferencias del mercado, proporcionando así una base sólida para el desarrollo del producto gastronómico como fue el sabor de cada premezcla. El conocimiento detallado del público objetivo se convierte en un elemento esencial para el éxito del proyecto, ya que garantiza que el producto final se alinee de manera efectiva con las expectativas y necesidades de los consumidores.

**Figura 19**

*Aplicación de Branding*



*Nota.* Publicidad para cada sabor de premezclas, Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG. (2024)

En la ejecución de este proyecto, se implementaron efectivas estrategias de marketing que aprovecharon el alcance de las redes sociales, en particular, Facebook e Instagram. Las páginas oficiales de la institución educativa y de la carrera de gastronomía se convirtieron en plataformas clave para la promoción del producto. A través de estas redes sociales, se logró llegar de manera directa al público objetivo, generando interacción, despertando interés y creando expectativas en torno a la marca MIX CAKE.

La distribución del producto se llevó a cabo de manera estratégica, involucrando tanto a estudiantes como a docentes en este proceso. Esta decisión no solo contribuyó al desarrollo de habilidades prácticas para los alumnos, sino que también fortaleció la conexión entre la comunidad educativa y el proyecto en sí. La participación activa de estudiantes y docentes en la distribución aseguró un manejo eficiente y un alcance amplio del producto en el mercado.

En cuanto a la fijación de precios, se estableció una estrategia que equilibra la accesibilidad para el público con la valorización de la calidad y exclusividad del producto. Cada precio asignado refleja la dedicación y el esmero invertidos en la creación de MIX CAKE, garantizando que los consumidores perciban el producto como una oferta atractiva y justa. Esta decisión estratégica no solo impulsa las ventas, sino que también construye una percepción positiva en la mente de los clientes.

Para facilitar el proceso de venta, se asignó a cada estudiante la responsabilidad de comercializar tres botellas del producto. Esta asignación individual no solo promueve la participación activa de cada estudiante en la fase de comercialización, sino que también distribuye de manera eficiente la carga de trabajo entre los participantes. Para lograr una colaboración coordinada que favorece el éxito general del proyecto.

## 8.6. Informe de inventario

Para la ejecución del proyecto integrador, se desarrollaron tres premezclas con distintos sabores: Mix Cake de naranja, Mix Cake de chocolate, Mix Cake Red Velvet.

Dentro de la carrera de gastronomía se cuenta con 78 estudiantes, donde se estableció la entrega de una botella de cada sabor por estudiante, sumando un total de 240 botellas distribuidas en tres botellas por alumno y dando un sobrante de 6 botellas. La distribución se lleva a cabo de la siguiente manera:

**Tabla 5**

*Distribución de las pre mezclas*

Primer ciclo diurno	63 botellas
Segundo ciclo diurno	24 botellas
Tercer ciclo diurno	45 botellas
Tercer ciclo nocturno	33 botellas
Cuarto ciclo diurno	27 botellas
Quinto ciclo diurno	21 botellas
Quinto ciclo nocturno	21 botellas
<b>Total</b>	234 botellas
<b>Excedente</b>	6 botellas

*Nota.* Entrega desarrollada por estudiantes del 5° Ciclo TSG, (2024).

## 8.7. Evaluación de satisfacción

### 8.7.1. Justificación

Considerando que esto es un proyecto académico, y las ventas se hicieron a licenciados, familiares o amigos cercados de cada estudiante, nos da la facilidad de entrevistar a muchos clientes para tener una información más amplia y certera al evaluar la satisfacción de las premezclas en sus consumidores. Considerando esto lo ideal sería seleccionar un grupo de estudiantes, que tenga comunicación con los compradores de las premezclas y realizar la entrevista rápida de satisfacción, vía online y así facilitar el proceso. Las mismas que deben ser grabadas

para su análisis y documentación. Con estos resultados conseguiremos distintos puntos de vista sobre las premezclas y podremos conocer los puntos fuertes y débiles que tuvieron las premezclas Mix Cake.

Se presenta el cuestionario a realizar durante la entrevista:

### **Encuesta de Evaluación del Evento del Proyecto Integrador - Premezcla de Pasteles**

¡Gracias por participar en la evaluación de nuestro evento! Tu opinión es fundamental para mejorar y ofrecer experiencias aún mejores. Por favor, responde a las siguientes preguntas con honestidad y detalle.

#### **Información Demográfica**

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Cómo te describirías en términos de experiencia en repostería?

#### **Presentación del Producto**

3. ¿Cómo calificarías la presentación visual de las premezclas de pasteles?
4. ¿Qué opinas sobre la información proporcionada sobre los sabores y formatos disponibles?
5. ¿Hubo elementos creativos que captaron tu atención?

#### **Experiencia Sensorial**

6. Evalúa la calidad de la degustación de las premezclas de pasteles.
7. ¿Hubo suficiente variedad de sabores para satisfacer tus preferencias?

#### **Interacción con el Público**

8. ¿Participaste en las actividades propuestas durante el evento?
9. ¿Cómo calificarías la interacción del equipo del proyecto con el público?

### **Impacto Visual y Estético**

10. ¿Cómo evaluarías el diseño y la presentación visual del área del evento?
11. ¿Consideras que la presentación fue coherente con la identidad de marca del proyecto?

### **Logística del Evento**

12. ¿Cómo calificarías la organización y ejecución del evento?
13. ¿Hubo suficientes premezclas de pasteles disponibles para todos los asistentes?

### **Feedback Adicional**

14. Proporciona cualquier comentario adicional sobre tu experiencia en el evento.

*Agradecemos tu participación. ¡Tu opinión es invaluable para nosotros!*

#### **8.7.2. Análisis y Reporte**

Una vez finalizada la etapa de producción, distribución y comercialización de las premezclas de torta, los resultados de la encuesta aplicada para medir la satisfacción de los consumidores indican un alto nivel de satisfacción entre los mismos. La observación más representativa, fue que las pre mezclas son fáciles de usar, tienen un buen sabor y textura, y se presentan de manera atractiva.

Estos resultados fueron obtenidos de una entrevista aplicada a 4 grupos objetivos principales: estudiantes, docentes, familiares de los estudiantes y público externo en general.

En cada grupo dado, se consideró a dos representantes para la aplicación de la encuesta y están entre unos 25 a 45 años de edad; de este grupo, un 60% corresponde a mujeres y el otro 40% a hombres. La preferencia de sabores predominó con un 40% la



premezcla de chocolate, un 30% la premezcla red velvet, un 20% por la premezcla de naranja y un 10% indicó que le gustaron los tres sabores.

De este grupo objetivo, es importante recalcar que el 90% de ellos, indicó que su intención de compra a futuro es muy probable; esto debido a que calificaron al producto como fácil de usar, muy bueno en sabores y texturas, con presentaciones que marcan una diferencia entre las ofertas del mercado y un precio accesible y con una coherente relación entre calidad-precio.

Como parte del feedback obtenido, indicaron ampliar la campaña de marketing en redes sociales para poder llegar a más personas que si se encuentran dentro del público objetivo. Debido a su gran acogida, también recalcaron la importancia de ampliar la gama de sabores disponibles para futuras compras.


## 9. Transversalidad

### 9.1. Transversalidad interna

La Tecnología Superior en Diseño Gráfico jugó un papel muy importante a lo largo de las etapas iniciales de *Mix Cake*, ayudando a los estudiantes de la carrera de Gastronomía con una capacitación completa sobre Branding; lo cual fue fundamental para elaborar la marca desde cero y recopilar información para conocer más las preferencias del mercado objetivo.

**Tabla 6**

*Transversalidad interna del Proyecto integrador*

CARRERA	TEMA	PARTICIPANTES	HORAS	CAPACITADOR	EVIDENCIA
T.S. en Diseño Gráfico	Capacitación a estudiantes sobre el branding	Estudiantes de T.S. en Gastronomía	1 hora	Lic. Brigitte Obando	

*Nota.* Transversalidad interna, desarrollado por 5 ciclo TSG.

### 9.2. Transversalidad externa

Para el desarrollo del proyecto integrador se trabajó con varias empresas de manera externa que apoyaron al desarrollo del mismo en varios aspectos como descuentos especiales en la compra de materia prima y en logística como la entrega de los productos al lugar de producción para garantizar un buen traslado evitando golpes u otros daños que se pudieran presentar.

**Tabla 7***Transversalidad externa en materia prima*

<b>Nombre del</b>	<b>Empresa</b>	<b>Dirección</b>	<b>Cantidad adquirida</b>	<b>Precio</b>
<b>Distribuidor</b>	<b>a Castro.</b>	Aceitunos N68-56 y calle E-9, Quito	240 botellas de 1000 ml	\$139.89.
		Lauro Guerrero 341-81y	Azúcar morena 50 kilos	\$53.
<b>Distribuidora</b>	<b>Román.</b>	Miguel Riofrio	Harina 60 kilos	\$ 51.48
<b>Visionarte</b>		110102 Sucre entre, Catacocha Loja	3 planchas	\$ 40.50

*Nota.* Desarrollo de Transversalidad de la materia prima del Proyecto Integrador. Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG. (2024).

## 10. Presupuesto

### 9.3. Costos varios que intervienen en el proyecto

Los costos generales de fabricación, son aquellos gastos fijos que no tienen relación con los costos de materia prima, pero son igual de importantes para el desarrollo de la producción de las pre mezclas. Una vez calculados de manera general, se dividirá el valor para el número total de botellas elaboradas y que suman 240 unidades.

Del total de las botellas generadas, 234 serán distribuidas entre los estudiantes de la carrera y las otras 6 botellas estarán disponibles para una venta y distribución dentro o fuera de la institución.

**Tabla 8**

*Desglose de Costos Generales de Fabricación (CGF)*

DETALLE DE COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
MATERIAL	CANTIDAD	UNIDAD	PROVEEDOR	FACTURA	VALOR INCLUIDO IMPUESTO
Botellas	240	Unidad	ICC International	F# 001-005-000020701	\$ 139,89
Envío de las botellas	1	Unidad	Cooperativa de transportes pesados CITAL	F# 003-005-000071169	\$ 25,00
Stickers	3	Unidad	VISIOONART	F# 001-001-000001096	\$ 40,50
Etiquetas	280	Unidad	VISIOONART	F# 001-001-000001099	\$ 20,00
Rollo de yute	1	Unidad	VALDIVIESO RUIZ JENNIFER ANDREA	F# 004-002-000032717	\$ 4,80
Papel encerado	7,5	Unidad	GALTOR	F# 001-004-000027177	\$ 7,50
Socialización del PI	1	Unidad	Coordinación de carrera		\$ 40,00
<b>Costos generales de fabricación</b>					<b>\$277.69</b>
<b>Costos generales de fabricación unitario</b>					<b>\$1.16</b>

*Nota.* Los valores detallados están respaldados con el documento de compra que se generó. Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.

## 9.4. Determinación del costo unitario de producción

Para la determinación del costo total de materia prima, se realizó el cálculo total de la cantidad que se necesitó por cada ingrediente para posterior realizar los procesos de compra según las asignaciones antes mencionadas.

**Tabla 9**

*Detalle de Gastos en Materia prima*

<b>DETALLE DE MATERIA PRIMA</b>					
<b>INGREDIENTE</b>	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>Unidad</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FACTURA</b>	<b>VALOR incl. Imp.</b>
Azúcar morena	50	Kg	ROMAN	F# 001-200-000011886	\$ 53,00
Harina todo uso	132	Lb	ROMAN	F# 001-200-000011887	\$ 51,48
Cacao en polvo	6	Kg	PUERTA DEL SOL	F# 001-003-000140501	\$ 10,60
			JV ESPECIAS Y FRUTOS SECOS	F# 002-001-000013503	\$ 42,50
Polvo de hornear	5,00	Kg	GOMEZ ZULUAGA DIDIER ALEJANDRO	F# 015-101-000002079	\$ 18,50
Bicarbonato de sodio	3	Lb	MINGA VILLA JIMMY CRISTIAN	F# 003-001-000000015	\$ 5,30
Galleta oreo sin crema	27	Lb	GOMEZ ZULUAGA DIDIER ALEJANDRO	F# 015-101-000002081	\$ 82,50
Café instantáneo Nescafé	1,6	Kg	GALTOR SUPERMERCADO	F# 001-001-000003778	\$ 32,15
Chispas de chocolate blanco	3,632	Kg	DECORCAKE	F# 005-002-000073578	\$ 22,72
Mini chispas de chocolate	29,4	Lb	GOMEZ ZULUAGA DIDIER ALEJANDRO	F# 015-101-000002083	\$ 76,44
	1,816	Kg	DECORCAKE	F# 005-002-000073806	\$ 11,40
Mini chispas rojas	1,816	Kg	DECORCAKE	F# 005-002-000073555	\$ 15,37
Colorante en polvo rojo	350	G	DECORCAKE	F# 005-002-000073555	\$ 6,93
	300	G	FRUTERIA AL PASO	F# 001-001-000001077	\$ 26,40
Nueces	17	Kg	JV ESPECIAS Y FRUTOS SECOS	F# 001-001-000013503	\$ 120,00
Naranjas	162	Unidad	JIMENEZ FRUITS	F# 001-001-000009400	\$ 19,44
	23		ZERIMAR	F# 004-019-000669896	\$ 1,92
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>\$596.65</b>
<b>Costo unitario de materia prima</b>					<b>\$2.49</b>

*Nota.* Los valores detallados están respaldados con el documento de compra que se generó. Desarrollado por

estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.

## 9.5. Proyección de ventas

Tabla 10

*Cuota única de aporte*

CUOTA ÚNICA DE APORTE		
Detalles	Cantidad Unitaria	Total
Aporte por estudiante (78 estudiantes)	\$18.00	\$1404.00
Pre mezclas disponibles para la venta (6 botellas)	\$6.00	\$36.00
	<b>Total a recibir</b>	<b>\$1440.00</b>

*Nota.* Cada estudiante de la carrera realizó un único pago por adelantado de la venta de tres pre mezclas en distintos sabores, adicional, se dejó una cantidad de botellas libres para la venta en general. Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.

## 9.6. Distribución de la utilidad económica

Tabla 11

*Resumen de Ingresos, Egresos y Utilidad resultante*

CUADRO RESUMEN		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Ingresos (+)	\$ 1440.00	100%
Costos de materia prima (-)	\$ 596.65	42%
Costos generales de fabricación (-)	\$ 277.69	19%
UTILIDAD	\$ 565.66	39%
<b>Utilidad por estudiante</b>	<b>\$ 7.25</b>	

*Nota.* El cuadro refleja la utilidad que le corresponde a los 78 estudiantes de la carrera que participaron en el desarrollo del proyecto integrador. Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.

## 11. Cronograma y responsables

N°	OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESPONSABILIDAD	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Capacitar a los estudiantes en Branding Gastronómico para fomentar en ellos las habilidades de comercialización y espíritu emprendedor.	Planificación de temática y material necesario para el desarrollo de la capacitación.	Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía		x																		
		Ejecución de la capacitación.	Transversalidad: Diseño Gráfico – Lic. Brigette Obando				x																
2	Planificar y ejecutar los procesos de logística, preproducción, producción y comercialización de premezclas de torta, empleando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por los estudiantes en el currículo oficial de la carrera, para garantizar un producto de calidad.	Aplicación, tabulación de encuestas y análisis de resultados para determinar factores de promoción y comercialización del producto.	Lic. Brigette Obando Estudiantes 5° ciclo de Gastronomía							x													
		Rediseño de marca, diseño de packaging.	Ing. Salomé Martínez							x	x	x	x	x	x								
		Promoción y publicidad en redes sociales	Lic. Brigette Obando Estudiantes 5° ciclo de Gastronomía							x	x	x	x	x	x								

	Experimentación de la fórmula de premezclas de torta.	Ing. Karla Carrión - Repostería Estudiantes 1º ciclo de Gastronomía	x	x		
	Estandarización de receta de producción y ficha de costos.	Ing. Karla Carrión – Costos de producción Estudiantes 2º ciclo de Gastronomía	x	x		
	Socialización y capacitación con estudiantes de toda la carrera	Tutores de curso Ing. Karla Carrión Estudiantes 5º ciclo de Gastronomía			x	x x
	Recolección del capital inicial	Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía Estudiante Katherine Herrera			x	x
	Producción y comercialización de las premezclas de torta	Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía				x x x
3	Evaluar la satisfacción de los clientes del proyecto integrador mediante herramientas de recolección de información, para valorar su pertinencia.	Aplicación de encuestas para conocer el grado de satisfacción de los clientes.  Análisis de encuestas y entrega de resultados de la pertinencia del proyecto integrador	Lic. Briggette Obando Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía			x x
		Lic. Briggette Obando Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía				x x



---

4	<p>Socializar los resultados del proyecto integrador del periodo académico octubre 2023 – febrero 2024 a los estudiantes de la T.S. en Gastronomía, para transparentar la gestión de los recursos utilizados.</p>	<p>Exposición de resultados del proyecto integrador.</p>	<p>Docentes y estudiantes de la Carrera de Gastronomía</p>	<p>x x</p>
---	---	--	--	------------

---

## 12. Conclusiones y recomendaciones

### 12.1. Conclusiones

- El objetivo de capacitar a los estudiantes en Branding Gastronómico ha demostrado ser una herramienta eficaz para cultivar habilidades de comercialización y espíritu emprendedor en ellos. A través de este proceso, los estudiantes han adquirido un profundo conocimiento de cómo posicionar y promover sus productos y servicios gastronómicos en un mercado competitivo, así como la capacidad de identificar oportunidades de negocio y desarrollar estrategias innovadoras. Esta capacitación no solo les proporciona las herramientas necesarias para tener éxito en la industria gastronómica, sino que también les infunde la confianza y la visión necesarias para enfrentar los desafíos futuros con creatividad y determinación.
- La planificación y ejecución de los procesos de logística, preproducción, producción y comercialización de las premezclas de torta, utilizando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por los estudiantes en el currículo oficial de la carrera, ha demostrado ser fundamental para asegurar la calidad del producto final. A través de este objetivo, los estudiantes han aplicado sus habilidades técnicas y su comprensión profunda de los procesos involucrados en la fabricación y distribución de las premezclas de torta. Como resultado, se ha garantizado un producto final de alta calidad que cumple con los estándares exigidos por los consumidores y el mercado. Este proceso no solo refuerza los aprendizajes obtenidos en el aula, sino que también prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo laboral con confianza y competencia.
- La evaluación de la satisfacción de los clientes del proyecto integrador a través de herramientas de recolección de información ha sido crucial para valorar su pertinencia.

Este objetivo ha permitido recopilar retroalimentación directa de los clientes, lo que a su vez ha proporcionado una comprensión clara de sus necesidades, expectativas y niveles de satisfacción. Al analizar esta información, se pueden identificar áreas de mejora y fortaleza del proyecto, lo que facilita la toma de decisiones informadas para optimizar su eficacia y relevancia. Además, esta evaluación continua contribuye al desarrollo de una cultura organizacional orientada al cliente y promueve la mejora continua en la entrega de productos y servicios. En última instancia, la evaluación de la satisfacción del cliente es un componente esencial para garantizar la calidad y el éxito a largo plazo del proyecto integrador.

- La socialización de los resultados del proyecto integrador del periodo académico octubre 2023 - febrero 2024 con los estudiantes de la T.S. en Gastronomía ha cumplido con el objetivo de transparentar la gestión de los recursos utilizados. Al compartir los resultados obtenidos, se ha fomentado la transparencia y la rendición de cuentas en el uso de los recursos, permitiendo a los estudiantes comprender plenamente cómo se han empleado los recursos asignados y los logros alcanzados durante el proyecto. Esta práctica no solo promueve una cultura de responsabilidad y eficiencia en la gestión de proyectos, sino que también proporciona una oportunidad invaluable para el aprendizaje y la retroalimentación entre los estudiantes y el equipo involucrado en el proyecto. En última instancia, la socialización de los resultados fortalece la comunidad académica al fomentar la colaboración, el intercambio de conocimientos y la mejora continua en la ejecución de proyectos futuros.

## 12.2. Recomendaciones

Las recomendaciones corresponden a eventos suscitados dentro de la ejecución del proyecto integrador en relación a cada actividad de cumplimiento de los objetivos específicos.

- Los conocimientos en branding fueron de gran ayuda para los estudiantes de la carrera de gastronomía, pero sería interesante complementar los conocimientos con estrategias de ventas o neuromarketing aplicado a productos gastronómicos.
- Brindar a los estudiantes la oportunidad de desarrollar más proyectos integradores de esta índole para que puedan ampliar su campo de conocimiento en temas que no solamente implique la producción de alimentos; sino también, la comercialización, logística, costeo e inserción en el mercado según las necesidades del público objetivo.
- Trabajar con resoluciones de casos reales en las materias pertinentes, para que los estudiantes tengan mayores herramientas para crear instrumentos de medición de satisfacción alineados a los productos que desarrollan.
- Considerar el cronograma institucional cuando se genere el cronograma de actividades del proyecto integrador para no coincidir en fechas y no frenar la logística planificada.

### 13. Bibliografía

- BLASCO, L. S. (14 de 03 de 2011). *cosasdearquitectos.com*. Obtenido de cosasdearquitectos.com: <https://www.cosasdearquitectos.com/2011/03/metodologia-proyectual-por-bruno-munari/>
- Fernandez, F. J. (27 de 04 de 2017). *books.google.es*. Obtenido de books.google.es: [https://books.google.es/books?id=yuskDwAAQBAJ&dq=un+estudio+de+mercado&lr=&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.es/books?id=yuskDwAAQBAJ&dq=un+estudio+de+mercado&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Granollers, T. (01 de 07 de 2014). *mpiua.invid.udl.cat*. Obtenido de mpiua.invid.udl.cat: <https://mpiua.invid.udl.cat/observacion-de-campo/>
- Grasso, L. (2016). Encuestas : elementos para su diseño y análisis. En L. Grasso, *Encuestas : elementos para su diseño y análisis* (pág. 12). Córdoba–Argentina: ENCUENTRO.
- Merino Isuiza, R. A. (15 de 05 de 2021). *repositorio.une.edu.pe*. Obtenido de repositorio.une.edu.pe: <https://repositorio.une.edu.pe/items/d7f03853-649f-426f-9d56-f550ebb24a62>
- Parra, K. (2017). Aplicación del Método Fenomenológico para comprender las reacciones emocionales de las familias con personas que presentan necesidades educativas especiales. En K. Parra, *Aplicación del Método Fenomenológico para comprender las reacciones emocionales de las familias con personas que presentan necesidades educativas especiales* (pág. 102). Caracas, Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Sánchez, A. M. (29 de mayo de 2020). *Se han perdido 169.000 empleos en restaurantes y alrededor de 700.000 en el turismo*. Obtenido de La República:

<https://www.larepublica.co/economia/se-han-perdido-169-000-empleos-en-restaurantes-y-alrededor-de-700-000-en-el-turismo-3011750>

## 14. Anexos

### 14.1. Formato de técnica de investigación aplicada

☰

¿Con qué frecuencia hornea pasteles en casa?

1 vez por semana

1 vez al mes

No los preparo en casa

¿Estaría dispuesto/a a utilizar una premezcla para pasteles en lugar de preparar la masa desde cero?

Si

No

¿Qué sabores de pasteles le gustaría encontrar en una premezcla?

Texto de respuesta corta  
.....

¿Cuál sería su rango de precio aceptable para una premezcla de pastel de buena calidad?

4-5 dólares

7-8 dólares

9-10 dólares

¿Cuáles son los factores más importantes para usted al elegir una premezcla para pastel?

- Precio
- Sabor
- Facilidad de preparación
- Otra...



## 14.2. Acta de Cierre de Proyecto Integrador



En la ciudad de Loja, siendo las 15:00 horas del día jueves, 24 de enero de 2024, se reúnen autoridades, docentes y estudiantes que conforman la Tecnología Superior en Gastronomía, del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, con el propósito de tratar el siguiente orden del día:

1. Socializar resultados del proyecto integrador periodo octubre 2023 – febrero 2024.
2. Firma de acta, estableciendo el cierre del proyecto integrador del semestre octubre 2023 - febrero 2024.
3. Clausura

**PUNTO UNO:** El coordinador de la carrera de Gastronomía del ISTS, Ing. René Jaramillo Gamboa procede a socializar los proyectos elaborados, dando a conocer los resultados obtenidos en los servicios ofertados en el semestre octubre 2023 - febrero 2024.

**PUNTO DOS:** Tanto docentes, como alumnos, de acuerdo al informe presentado acuerdan que el cierre del proyecto integrador el mismo que se ha cumplido al 100% en sus objetivos.

**PUNTO TRES:** Una vez presentados los resultados y realizado el cierre del proyecto integrador del semestre, se procede a la clausura de la reunión.

Para constancia de lo antes mencionado firman en unidad de acto, docentes y presidente de la carrera.



Ing. René Jaramillo. Mgs.

1104210867

**COORDINADOR TECNOLOGÍA SUPERIOR  
EN GASTRONOMÍA**

Ing. Salomé Martínez, Mgs.

1104703887

**SECRETARIA T.S. GASTRONOMÍA**

Lic. David Ródas

1104868466

**DOCENTE T.S. GASTRONOMÍA**

Lic. Nancy Guzmán, Mgs.

0605176387

**DOCENTE T.S. GASTRONOMÍA**

Ing. Karla Carrion, Mgs.

1104498066

**DOCENTE T.S. GASTRONOMÍA**

### 14.3. Matriz de Seguimiento Proyecto Integrador



**Tema del Proyecto Integrador:** Elaboración de pre mezclas de tortas “Mix Cake”.


**Docentes Responsables:**

- Ing. René Jaramillo
- Ing. Karla Carrión
- Ing. Salomé Martínez
- Lic. David Rodas
- Lic. Nancy Guzmán

ACTIVIDAD		REVISIÓN				
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA	AVANCE %	RESPONSABLE	FECHA	FIRMA
Determinación del Problema	Ing. René Jaramillo Ing. Salomé Martínez	16/05/2023	100%	Ing. René Jaramillo	19/10/2023	
Planteamiento de la Problemática	Ing. René Jaramillo Ing. Salomé Martínez	20/05/2023	100%	Ing. René Jaramillo	23/10/2023	
Elaboración de la Justificación	Ing. René Jaramillo Ing. Salomé Martínez	13/06/2023	100%	Ing. René Jaramillo	16/11/2023	
Plantecamiento de Objetivos	Ing. René Jaramillo Ing. Salomé Martínez	20/06/2023	100%	Ing. René Jaramillo	23/11/2023	
Recopilación del Marco Teórico	Ing. Karla Carrión	11/07/2023	100%	Ing. René Jaramillo	14/12/2023	
Formulación de Metodología	Ing. Karla Carrión	18/07/2023	100%	Ing. René Jaramillo	21/12/2023	
Propuesta de Acción o Desarrollo	Ing. Karla Carrión	31/07/2023	100%	Ing. René Jaramillo	12/01/2024	
Elaboración del Presupuesto	Ing. Karla Carrión	03/08/2023	100%	Ing. René Jaramillo	18/01/2024	
Presentación final del Proyecto	Equipo de carrera	05/08/2023	100%	Ing. René Jaramillo	03/02/2024	
<b>PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO</b>				100%		


**COORDINACIÓN**  
 Ing. René Jaramillo Gamboa

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE T.S. GASTRONOMÍA**

  
 Jackson Michael Quevedo, Mgs.

**COOR. DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y DESARROLLO**

  
 Ing. Patricia Viquez  
**VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**  
 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO

**INNOVACIÓN**  
 SUDAMERICANO  
 DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN  
 COORDINACIÓN

## 14.4. Matriz Resumen Evaluativa



**Semestre:** octubre 2023 – febrero 2024

**Carrera:** Tecnología Superior en Gastronomía

**Tema del proyecto integrador:** Elaboración de premezclas de tortas “Mix Cake”

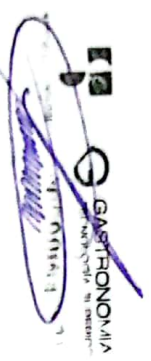
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGÍA	PROPUESTA DE ACCIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS
Capacitar a los estudiantes en Branding Gastronómico para fomentar en ellos las habilidades de comercialización y espíritu emprendedor.	Método Fenomenológico	Elaboración de pre mezclas de tortas “Mix Cake”	Entrevistas aplicadas con cuatro variables: estudiantes, docentes, familiares y particulares.	Venta de pre mezclas de tortas en tres sabores: chocolate, naranja y red velvet. Un total de 240 botellas de pre mezclas vendidas.
Planificar y ejecutar los procesos de logística, pre producción, producción y comercialización de las premezclas de torta, empleando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por los estudiantes en el currículo oficial de la carrera, para garantizar un producto de calidad.	Método Práctico Proyectual			

Evaluar la satisfacción de los clientes del proyecto integrador mediante herramientas de recolección de información, para valorar su pertinencia.

Método  
Fenomenológico

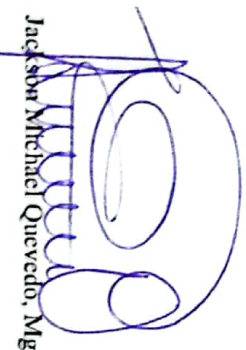
Socializar los resultados del proyecto integrador del periodo académico octubre 2023 – febrero 2024 a los estudiantes de la T.S. en Gastronomía, para transparentar la gestión de los recursos utilizados.

Método  
Hermenéutico



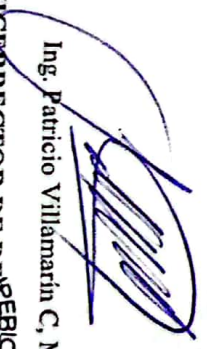
Ing. René Jaramillo Gamboa

COORDINADOR DE LA CARRERA DE T.S. GASTRONOMÍA



Jackson Michael Quevedo, Mgs.

CODR. DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y DESARROLLO



Ing. Patricio Villamarín C, Mgs.

VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA



## 14.5. Acta de Informe Final Económico con las correspondientes firmas

### INFORME FINAL ECONÓMICO

En la ciudad de Loja, siendo las 18:00 horas del día jueves 9 de febrero se reúnen, docentes y estudiantes que conforman la carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, con el propósito de brindar el informe económico del proyecto integrador octubre 2023- febrero 2024 por parte del coordinador de carrera el Ing. René Jaramillo Gamboa.

El detalle de inversión y gastos se detallan en las siguientes tablas:

**Tabla 12**

*Desglose de Costos Generales de Fabricación*

DETALLE DE COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
MATERIAL	CANTIDAD	UNIDAD	PROVEEDOR	FACTURA	VALOR INCLUIDO IMPUESTO
Botellas	240	Unidad	ICC International	F# 001-005-000020701	\$ 139,89
Envío de las botellas	1	Unidad	Cooperativa de trasportes pesados CITAL	F# 003-005-000071169	\$ 25,00
Stickers	3	Unidad	VISIOONART	F# 001-001-000001096	\$ 40,50
Etiquetas	280	Unidad	VISIOONART	F# 001-001-000001099	\$ 20,00
Rollo de yute	1	Unidad	VALDIVIESO RUIZ JENNIFER ANDREA	F# 004-002-000032717	\$ 4,80
Papel encerado	7,5	Unidad	GALTOR	F# 001-004-000027177	\$ 7,50
Socialización del PI	1	Unidad	Coordinación de carrera		\$ 40,00
Costos generales de fabricación					<b>\$277.69</b>
Costos generales de fabricación unitario					<b>\$1.16</b>

*Nota.* Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.

**Tabla 13**

*Desglose de Materia Prima Directa*

<b>DETALLE DE MATERIA PRIMA</b>					
<b>INGREDIENTE</b>	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>Unidad</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>FACTURA</b>	<b>VALOR incl. Imp.</b>
Azúcar morena	50	Kg	ROMAN	F# 001-200-000011886	\$ 53,00
Harina todo uso	132	Lb	ROMAN	F# 001-200-000011887	\$ 51,48
Cacao en polvo	6	Kg	PUERTA DEL SOL	F# 001-003-000140501	\$ 10,60
			JV ESPECIAS Y FRUTOS SECOS	F# 002-001-000013503	\$ 42,50
Polvo de hornear	5,00	Kg	GOMEZ ZULUAGA DIDIER ALEJANDRO	F# 015-101-000002079	\$ 18,50
Bicarbonato de sodio	3	Lb	MINGA VILLA JIMMY CRISTIAN	F# 003-001-000000015	\$ 5,30
Galleta oreo sin crema	27	Lb	GOMEZ ZULUAGA DIDIER ALEJANDRO	F# 015-101-000002081	\$ 82,50
Café instantáneo Nescafé	1,6	Kg	GALTOR SUPERMERCADO	F# 001-001-000003778	\$ 32,15
Chispas de chocolate blanco	3,632	Kg	DECORCAKE	F# 005-002-000073578	\$ 22,72
Mini chispas de chocolate	29,4	Lb	GOMEZ ZULUAGA DIDIER ALEJANDRO	F# 015-101-000002083	\$ 76,44
	1,816	Kg	DECORCAKE	F# 005-002-000073806	\$ 11,40
Mini chispas rojas	1,816	Kg	DECORCAKE	F# 005-002-000073555	\$ 15,37
Colorante en polvo rojo	350	G	DECORCAKE	F# 005-002-000073555	\$ 6,93
	300	G	FRUTERIA AL PASO	F# 001-001-000001077	\$ 26,40
Nueces	17	Kg	JV ESPECIAS Y FRUTOS SECOS	F# 001-001-000013503	\$ 120,00
Naranjas	162	Unidad	JIMENEZ FRUITS	F# 001-001-000009400	\$ 19,44
	23		ZERIMAR	F# 004-019-000669896	\$ 1,92
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>\$596.65</b>
<b>Costo unitario de materia prima</b>					<b>\$2.49</b>

*Nota.* Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.



**Tabla 14***Desglose de Ingresos*

<b>CUOTA ÚNICA DE APORTE</b>		
<b>Detalles</b>	<b>Cantidad Unitaria</b>	<b>Total</b>
Aporte por estudiante (78 estudiantes)	\$18.00	\$1404.00
Pre mezclas disponibles para la venta (6 botellas)	\$6.00	\$36.00
	<b>Total a recibir</b>	<b>\$1440.00</b>

*Nota.* Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.

**Tabla 15***Cuadro Resumen*

<b>CUADRO RESUMEN</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Ingresos (+)	\$ 1440.00	100%
Costos de materia prima (-)	\$ 596.65	42%
Costos generales de fabricación (-)	\$ 277.69	19%
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 565.66</b>	<b>39%</b>
<b>Utilidad por estudiante</b>	<b>\$ 7.25</b>	

*Nota.* Desarrollado por estudiantes del 5° Ciclo TSG, 2024.

Cada estudiante aportó con \$18.00 dólares para la realización del evento dando un total de \$1404.00 dólares y quedando un adicional de 6 botellas para vender como elementos adicionales; estas se valoran en un total de \$36.00. El total de ingresos recaudados suman un total de \$1440.00 dólares.

Los gastos en materia prima suman un total de \$596.65, y este valor representa lo utilizado para la realización de las 240 pre mezclas de tortas en los tres sabores comercializados. Por otra parte, la sumatoria de gastos generales de fabricación sumaron un total de \$277.69.

La utilidad resultante de la comercialización de las 240 botellas de pre mezclas de tortas dio un total de \$565.66 dólares y repartidos entre los 78 estudiantes participantes en el proyecto integrador, dio como resultado una utilidad por estudiante de \$7.25 dólares.

Para constancia de lo antes mencionado firman en unidad de acto, docentes y presidente de la carrera.



**COORDINACION**  
Ing. René Jaramillo, Mgs.  
**COORDINADOR TECNOLOGÍA SUPERIOR  
EN GASTRONOMÍA**

Ing. Salomé Martínez, Mgs.  
**SECRETARIA T.S. GASTRONOMÍA**

Lic. David Rodas  
**DOCENTE T.S. GASTRONOMÍA**

Lic. Nancy Guzmán, Mgs.  
**DOCENTE T.S. GASTRONOMÍA**

Ing. Karla Carrión, Mgs.  
**DOCENTE T.S. GASTRONOMÍA**

### 14.5.1. Actas de devolución de ganancias

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA**

Loja, 30/01/2024

**ENTREGA DE GANANCIAS PROYECTO INTEGRADOR  
Octubre 2023 - Febrero 2024**

TUTOR: RENÉ JARAMILLO GAMBOA

NIVEL: PRIMERO

JORNADA: DIURNO

No.	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA DE ENTREGA
1	1108068180	ALBITO CASTRO GEOVANNY ALEJANDRO	\$ 7.25
2	1105800971	ANGAMARCA ANGAMARCA JENNY ALEXANDRA	\$ 7.25
3	1105227489	CARRION CABRERA OSCAR ALEJANDRO	\$ 7.25
4	195005825	CARRION COBOS MARCOS FABRICIO	\$ 7.25
5	1150665774	CHALAN PUCHAICELA DANNY MARCELO	\$ 7.25
6	1105758963	CHAMBA CARRION PETROBA ANTONIA	\$ 7.25
7	1900889609	CISNEROS MERINO PABLO MATEO	\$ 7.25
8	1150600243	CONTRERAS NAVARRETE ERICK PAUL	\$ 7.25
9	1105897480	FAICAN PULLAGUARI LENIN DAVID	\$ 7.25
10	1105594982	GODOY SARANGO MANUEL AGUSTIN	No aplica
11	1104846074	GONZALEZ GONZALEZ ROBERTH ARMANDO	\$ 7.25
12	1150241121	GONZALEZ UCHUARI DANIEL ISAIAS	\$ 7.25
13	1105180574	GUJALAN GUALAN KEVIN AMAWTA	\$ 7.25
14	1106644981	GUARNIZO BALCAZAR NOHELIA MARCELA	\$ 7.25
15	1105538084	LABANDA JAPON TAMIA PAKARINA	\$ 7.25
16	1150687820	PATIRO SANCHEZ WENDY PAMELA	\$ 7.25
17	1105205957	PICOITA RAMÓN MARIA FERNANDA	\$ 7.25
18	1150596638	RIVERA VASQUEZ JOSE DANIEL	\$ 7.25
19	1311311284	SALDARRIAGA VERGARA MARINO SEBASTIAN	\$ 7.25
20	1900806330	SARANGO CALVA KAROL YHULIZA	\$ 7.25
21	1105873523	VALAREZO AGILA JOSUE RODRIGO	\$ 7.25
22	0107153702	VEGA ROBLES CRISTHIAN ALEXANDER	\$ 7.25

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

Loja, 30/01/2024

ENTREGA DE GANANCIAS PROYECTO INTEGRADOR

Octubre 2023 - Febrero 2024

TUTOR: SALOMÉ MARTÍNEZ MORALES

NIVEL: SEGUNDO

JORNADA: DIURNO

No.	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA DE ENTREGA
1	1105868341	CASTILLO REQUENA PABLO DAMIAN	\$ 7.25 
2	1105857418	CUEVA CARMEN JOSE ALDAR	\$ 7.25 
3	1725738678	GÓNZAGA JARAMILLO GIANELLA ALEXANDRA	\$ 7.25 
4	1150407060	JUMBO IÑAHUAZO KAREN JULIANA	\$ 7.25 
5	1105706350	LEÓN BELCUMA ANA NOEMI	\$ 7.25 
6	1150185674	PAQUI GUALAN SILVIA LUCIA	\$ 7.25 
7	1105079204	ROMAN ERAZO JHOSTYN SAAID	\$ 7.25 
8	1150107181	TINISARAY TORRES KEVIN GERARDO	\$ 7.25 

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA**

Loja, 30/01/2024

**ENTREGA DE GANANCIAS PROYECTO INTEGRADOR**

Octubre 2023 - Febrero 2024

TUTOR: DAVID RODAS MACAS

NIVEL: TERCERO

JORNADA: DIURNO

No.	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA DE ENTREGA	
1	1104769509	ALDAZ OCAMPO MELANY BERENICE		\$ 7,25
2	1900813054	ALLASICHE RAMON CARMEN DAYANA		\$ 7,25
3	1005456819	ALVARADO MEJIA ROSSEBELT MIGUEL		\$ 7,25
4	1105642662	CAMACHO VALDEZ DANIEL HERNAN		\$ 7,25
5	1108060682	CORONEL BERMEO SANTIAGO ALEJANDRO		\$ 7,25
6	1106246402	GOMEZ MASA DARWIN SANTIAGO		\$ 7,25
7	1401218084	GUERRERO PANDI MARLON ALEXANDER		\$ 7,25
8	1150706735	MOROCHO CASTRO ANDRÉS SEBASTIAN		\$ 7,25
9	1150236241	PALACIOS YUNGA MARIA GABRIELA		\$ 7,25
10	1105190225	RAMIREZ SUING JUAN PABLO		\$ 7,25
11	1105940181	REQUELME SONGOR JOHN ALEXANDER		\$ 7,25
12	1150555397	RODRIGUEZ GONZALEZ KEVIN JOEL		\$ 7,25
13	2100495023	SERRANO SOLANO DIANA GABRIELA		\$ 7,25
14	1150216131	TORO GUERRERO JENIFER LILIBETH		\$ 7,25
15	3050066966	TORRES RIVERA DANIELA ISABEL		\$ 7,25

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

Loja, 30/01/2024

ENTREGA DE GANANCIAS PROYECTO INTEGRADOR

Octubre 2023 - Febrero 2024

TUTOR: DAVID RODAS MACAS

NIVEL: TERCERO

JORNADA: NOCTURNO B

No.	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA DE ENTREGA
1	1900797034	BELTRÁN VALENCIA NURIA ANDREA	
2	1104476336	CEDILLO BALCAZAR ALFONSO JAMEL	
3	1150294799	CELI ZHINGRE ARIEL HERNANDO	
4	1150262929	ESPINOZA ROGEL JEFFERSON SEGUNDO	
5	1104453194	FAJARDO HURTADO DIEGO FABRICIO	
6	1105261554	ORTIZ CABRERA ROSA MARIBEL	
7	1401060049	PEÑALOZA FERNANDEZ BRYANA MICHELLE	
8	1103526693	ROMERO HERRERA CESAR AUGUSTO	
9	1150978607	SALAS BERMEO FELIPE SEBASTIAN	
10	1106068149	TORRES BALCAZAR JESSICA ELIZABETH	
11	1950112449	VILLAVICENCIO ACARO JORDAN ALEXIS	

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA**

Loja, 30/01/2024

**ENTREGA DE GANANCIAS PROYECTO INTEGRADOR**

Octubre 2023 - Febrero 2024

**TUTOR:** NANCY GUZMÁN VILLA

**NIVEL:** CUARTO

**JORNADA:** DIURNO

No.	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA DE ENTREGA
1	1105165824	ANDRADE ANDRADE SISA ELIZABETH	8725
2	1105145617	ANDRADE CHALÁN GLORIA MARITZA	8725 Pot sisa
3	1900574532	LLIMSCHUSCA CALVA JORDY ARTHUR	8725
4	1105266975	MONCAYO CORREA JONNY LEYDER	8725
5	1150139481	MOROCHO CUENCA MARÍA DEL CISNE	8725
6	1900685006	ORELLANA GONZALEZ JANDRY WANNER	8725
7	1105968778	QUIZPE CUEVA PATRICIA SALOMÉ	8725
8	1108003625	ROMERO CHIMBO ROGER BOLIVAR	8725
9	1150372272	SILVERIO CUENCA ESTEFANY LIZETH	8725

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

Loja, 30/01/2024

ENTREGA DE GANANCIAS PROYECTO INTEGRADOR

Octubre 2023 - Febrero 2024

TUTOR: KARLA CARRIÓN ROMÁN

NIVEL: QUINTO

JORNADA: DIURNO

No.	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES		FIRMA DE ENTREGA
1	1104890775	HERRERA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH	\$ 7.25	
2	1104625213	MERIZALDE JUAREZ LESLIE ROXANA	\$ 7.25	
3	1900695030	PAQUI FAREZ FLOR ANAYELI	\$ 7.25	
4	1150489837	TORRES RODRIGUEZ STEFANY ANAHI	\$ 7.25	
5	1105572307	VELASQUEZ IÑAHUAZO YENY MARISELA	\$ 7.25	
6	1106216898	YAGUANA QUSHPE ANA MARIA	\$ 7.25	
7	1729429082	ZEAS TACURI JOHAN RAMIRO	\$ 7.25	



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

Loya, 30/01/2024

ENTREGA DE GANANCIAS PROYECTO INTEGRADOR  
Octubre 2023 - Febrero 2024

TUTOR: KARLA CARRIÓN ROMÁN

NIVEL: QUINTO

JORNADA: NOCTURNO (S)

No.	CEDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA DE ENTREGA
1	1900798933	CHAMBA TORRES JOSELIN KATHERINE	
2	1105663205	LEON MEDINA LIDIA ESPERANZA	
3	1105189433	ORTEGA VILLAVICENCIO ELSA MARIA	
4	1150748000	PUCHA LOARTE YESICA KATHERINE	
5	1150595914	QUIZHPE LOZANO AMAWTA PACHAKUTI	
6	1900754522	SILVA CUMBICOS NAYELI MAHLI	
7	1150016440	SUQUILANDA PINEDA JUDITH DEL CARMEN	

## 14.5.2. Acta Cesión de derechos



### ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

**PRIMERA.** - Actuando en pleno uso de sus derechos, Docentes del Equipo de Carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, como creadores del proyecto integrador de carrera, junto con los estudiantes de la misma carrera, también autores del proyecto y legalmente adultos, firman este documento para oficializar la cesión de derechos.

**SEGUNDA.** - La Carrera de Gastronomía, realizó la Investigación titulada: Elaboración de pre mezclas de tortas “Mix Cake” durante el periodo académico octubre 2023 – febrero 2024.

**TERCERA.** - Es política del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano que los proyectos integradores de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

**CUARTA.** - Por este medio, los firmantes, en su rol de creadores, generosamente transfieren sin costo alguno sus derechos sobre el proyecto integrador de carrera denominado: *Elaboración de pre mezclas de tortas “Mix Cake”* durante el periodo académico octubre 2023 – febrero 2024, 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 problema alguna.

**QUINTA.** - Aceptación. - Las partes expresan su conformidad y aceptación inequívoca de todos los términos y condiciones establecidos en esta sesión de derechos

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de febrero del año 2024.



GASTRONOMIA  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

COORDINACIÓN

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'René Jaramillo', written over the 'COORDINACIÓN' stamp.

---

**Ing. René Jaramillo, Mgs**  
COORDINADOR DE CARRERA  
CI: 1104210867

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Katherine Judith Herrera', written over the 'COORDINACIÓN' stamp.

---

**Srta. Katherine Judith Herrera**  
Valladares  
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL  
CI: 1104890775

---

## 14.6. Evidencias estadísticas de redes sociales en cuanto a la promoción y aceptación de los productos y/o servicios

Para promocionar la marca de premezcla "Mix Cake", se implementaron estrategias de publicidad en diversas plataformas, incluyendo Facebook e Instagram.



## 14.7. Evidencias fotográficas





## 14.8. Facturas y/o comprobantes de ventas



COMERCIALIZADORA RAMIREZ GALVAN CIA. LTDA.

RUC: 1191729486001  
Direcc.: ANCON TENA 13-82 Y AV GRAN COLOMBIA

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD  
email: info@zerimar.com.ec  
Telf.: 072588083  
Contribuyente Especial Nro. 00290

FACTURA Nro. 004-019-000669896



Aut. Nro. 1412202301119172948600120040190006698961234567811 Ambiente: PRODUCCIÓN  
Fecha: 2023-12-14T17:21:35-05:00 Tipo Emisión: NORMAL  
RUC/CI: 1104890775 FECHA DE EMISIÓN: 14/12/2023  
CLIENTE: VALLADARES KATHERIN  
DIRECCIÓN: LA ARGELIA  
TELÉFONO: 09981171805 E-MAIL: kathii2606@gmail.com  
CIUDAD: Loja CÓDIGO:

Código	Descripción	Cant.	PVP \$	Desc. \$	Suman	
015653	NARANJA UNIDAD	23.00	0.1000	0.35	1.95	
<b>INFORMACIÓN ADICIONAL:</b>					<b>Subtotal 12%</b>	<b>0.00</b>
FORMA DE PAGO:					<b>Subtotal 0%</b>	<b>1.95</b>
01 OTROS SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO \$ 1.95 Plazo 0 dias					<b>Subtotal sin Impuestos</b>	<b>1.95</b>
FRUTAS 15 0.34					<b>Total Descuento</b>	<b>0.35</b>
Usuario: 18 DE NOVIEMBRE 14					<b>IVA 12%</b>	<b>0.00</b>
Clave de Acceso: 1412202301119172948600120040190006698961234567811					<b>TOTAL \$</b>	<b>1.95</b>

VisualPlus 2020 © www.tecsicom.net



IMPORTACIONES CASTRO CRESPO INTERNATIONAL  
COMPANY S.A  
AGENTE DE REPRESENTACION: NAC-DNCRASC20-00000001  
Dir. Matriz: CARCELEN, DE LOS ACEITUNOS N68-56  
Y CALLE E7  
Teléfonos: 022805080 022474665  
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD SI

R.U.C.: 1791413474001  
**FACTURA ELECTRONICA D**  
Nº 001 - 005 - 000020701  
NUMERO DE AUTORIZACION  
1212202301179141347400120010050000207011234567813  
FECHA Y HORA DE AUTORIZACION  
2023-12-12T10:03:41-05:00  
AMBIENTE: Producción  
EMISIÓN: NORMAL  
CLAVE DE ACCESO  
  
1212202301179141347400120010050000207011234567813

Razón Social/Nombres y Apellidos: HERRERA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH RUC/CI: 1104890775  
Fecha Emisión: 12/12/2023

Cod. Principal	Molde	Cant.	Descripcion	P. Unit	P. Total
12020495-1	EJC-613	10	*1000 ML. S-BOTL JUGO STOCK (CAJA X 24)	10.81	108.10
T38RTB62650-99		240	*38 MM. TAPA TWIST-OFF BOTON DORADA (UNIDAD)	0.07	16.80

**INFORMACION ADICIONAL**  
Dirección: LA ARGELIA, CALLES ALBERT EINSTEIN Y  
TEODORO WOLF  
Teléfono: 0981171805  
E-mail: kathii2606@gmail.com  
Observac: LOJA X CITAL  
**FORMA DE PAGO**  
20 OTROS CON UTILIZACION DEL SIST. FIN 139.89  
CREDITO POR COBRAR

SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	124.90
DESCUENTO	0.00
SUBTOTAL 12%	124.90
SUBTOTAL 0%	0.00
IVA 12%	14.99
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>139.89</b>

Verificador: VERONIKA NEGRETE

Página web [www.icc.com.ec](http://www.icc.com.ec)

Cualquier duda o consulta puede escribirnos al correo electrónico [ventas1@icc.com.ec](mailto:ventas1@icc.com.ec)



GRANDAVILLEGAS CIA. LTDA.  
 RUC: 1191795558001  
 Direcc.: 18 DE NOVIEMBRE Y ENTRE COLON Y, JOSE ANTONIO EGUIGUIERE  
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD  
 email: puertadelsolcia@gmail.com  
 Tell.: 072584135



FACTURA No. 001-003-000140501

Aut. No. 1412202301119179555800120010030001405011234567811 Ambiente: PRODUCCIÓN  
 Fecha: 2023-12-19T22:56:31-05:00 Tipo Emisión: NORMAL  
 RUC/I: 1104890775 FECHA DE EMISIÓN: 14/12/2023  
 CLIENTE: HERRERA VALLADAREZ KATHERINE  
 DIRECCIÓN: LA ARGELIA E-MAIL: kathii2606@gmail.com  
 TELEFONO: 2696448  
 CIUDAD: LOJA VENCIMIENTO: 14/12/2023

Código	Descripción	Cant.	P.Unit.	Desc. \$	Suman
24554	*COCOA SIN AZUCAR ALCALIN 1LB	4.00	2.3661	0.00	9.46
<b>Subtotal 12%</b>					<b>9.46</b>
<b>Subtotal 0%</b>					<b>0.00</b>
<b>Subtotal sin Impuestos</b>					<b>9.46</b>
<b>Total Descto.</b>					<b>0.00</b>
<b>ICE</b>					<b>0.00</b>
<b>IVA 12%</b>					<b>1.14</b>
<b>TOTAL \$</b>					<b>10.60</b>

\*SRI - Declare a tiempo sus impuestos\* VisualPlus © 2023 www.teccicom.net



MORA RODRIGUEZ DIEGO NICOLAS  
 Dir Matriz: SUCRE Y LOURDES ESQUINA.  
 Correo: info@decorcake.com.ec  
 Telefono/Celular: 0997880524 /  
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD : SI

R.U.C.: 1105963639001  
 F A C T U R A  
 No. : 005-002-000073806  
 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN  
 151220230111059636390012005002000073806000000611  
 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN  
 2023-12-15T12:28:22-05:00  
 AMBIENTE : PRODUCCION  
 EMISIÓN : NORMAL  
 CLAVE DE ACCESO  
  
 151220230111059636390012005002000073806000000611

Razón Social / Nombres y Apellidos: KATHERINE HERRERA BALLADARES Identificación: 1104890775  
 Fecha Emisión: 15/12/2023 Guía Remisión:

Cod. Principal	Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
2756	4.00	CBA-003 CHISPAS BAKERS NEGRO 454GR NO FUNDIR		2.54	0.00	10.18
<b>Información Adicional</b>						
SUBTOTAL 12 %						10.18
SUBTOTAL 0%						0.00
SUBTOTAL NO objeto de IVA						0.00
SUBTOTAL Exento de IVA						0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS						10.18
TOTAL Descuento						0.00
ICE						0.00
IVA 12 %						1.22
VALOR TOTAL						11.40

Dirección: LOJA  
 Teléfono :  
 Email: kathii2606@gmail.com  
 OBSERVACIONES:  
 TIPO: EFECTIVO  
 Forma de Pago : sin utilización del sistema financiero  
 Valor : 11.40



VIVANCO OBANDO JORGE GABRIEL  
 Dir. Matriz: LOJA / LOJA / EL SAGRARIO / MANUEL AGUISTIN AGUIRRE 345-33 Y AZUAY  
 Dir. Sucursal: LOJA / LOJA / EL SAGRARIO / MANUEL AGUISTIN AGUIRRE 345-33 Y AZUAY  
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: NO  
 CONTRIBUYENTE RÉGIMEN RIMPE

RUC: 1100432903001  
 F A C T U R A  
 No. 002-001-000013503  
 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:  
 1312202301110043290300120020010000135030133649314  
 FECHA Y HORA AUTORIZACIÓN: 2023-12-13T15:42:48-05:00  
 AMBIENTE: PRODUCCIÓN  
 EMISIÓN: NORMAL  
 CLAVE DE ACCESO:  
  
 1312202301110043290300120020010000135030133649314

Razón Social / Nombres y Apellidos: HERRERA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH Identificación: 1104890775  
 Fecha Emisión: 13/12/2023 Guía Remisión:  
 Dirección: LA ARGELIA CALLES ALBERTH EINSTEIN Y TEODORO WOLF

Código	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Descuento	Precio Total
0005	NUECES LB	37.50	\$ 3.20	\$ 0.00	\$ 120.00
0103	CHOCOLATE POLVO 250G	17.00	\$ 2.50	\$ 0.00	\$ 42.50
Subtotal IVA 0%					\$ 162.50
Subtotal					\$ 162.50
DESCUENTO					\$ 0.00
TOTAL					\$ 162.50

Información adicional  
 Email: kathii2606@gmail.com  
 Teléfono: 0981171805  
 Forma de Pago: SIN UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO  
 Valor: 162.50  
 Plazo: 0  
 Tiempo:



**RECIBO DE PAGO**  
**Nº 0001099**  
 Celular: 0980914560  
 Loja - Ecuador

**Visiónart**  
 Diseño & Rotulación

FECHA: Día 15 Mes 12 Año 2023

Por \$ 20.00  
 Nombre: Katherine Judith Herrera Valladares  
 Recibo la cantidad de: veinte  
 Por concepto de: 200 dólares en efectivo

**Visiónart**  
 Diseño & Rotulación  
 RUC: 1104883614001

**TOTAL: 20.00 ABONO: SALDO:**

FIRMA AUTORIZADA: *[Firma]* FIRMA CLIENTE: \_\_\_\_\_

Corre ZULUAGA DIDIER ALEJANDRO  
 Obligado a Llevar Contabilidad: SI  
 No: T76019393834831  
 No: 0943190038001 EMISION: NORMAL FACTURA 015-101-000002081  
 Llave de Acceso: NUMERO DE AUTORIZACION:  
 141220230109611893800120131010000020811214947816

Nombre del cliente: HERRERA VALLADARES KATHERINE JUDITH Fecha Creación: 14/12/2023 16:21:50  
 Nombre comercial: Dirección: LOJA ARGELIA, CALLES ALBERT EINSTEIN Y TEOGRO RUC: 1104890775  
 Referencia: AMBIENTE: PRODUCCION  
 Teléfonos: -0981171805- F. PAGO: Efectivo

Cantidad	Descripción	Precio	Desc.	Total
27,50	GALLETA ORO X LB	2,678571	0,00	73,6607
Forma Pago		Subtotal		73,6600
SRZ,50		Subtotal IVA 0%		0,0000
		Descuento		0,0000
		Subtotal Iva 12%		73,6600
		IVA 12%		8,84
		VALOR TOTAL		82,50

INFORMACIÓN ADICIONAL  
 vendedor : ALMACEN LOJA  
 correo : kathi12406@gmail.com  
 Teléfono : +0981171805-  
 ciudad : LOJA  
 ruta : MAYORISTA

RECIBO CONFORME ENTREGA CONFORME

**JIMENEZ FRUITS**  
 VENTA AL POR MAYOR DE FRUTAS.  
 De: Julio Patricio Jiménez Yepes  
 DIRECCIÓN: Central 18 de Noviembre s/n y 10 de Agosto  
 Celular: 098 046 2187 \* LOJA - ECUADOR

R.U.C. 1103212328001  
 AUT.SRI.Nº 1131170990

"CONTRIBUYENTE RÉGIMEN RIMPE"  
**FACTURA 001-001-00 Nº 0009400**

SEÑORES: Katherine Judith Herrera Valladares  
 RUC: C.I. 1104890775  
 DIRECCIÓN: La Argelia, Alberth Einstein y Teodoro

FECHA: Día 14 Mes 12 Año 2023

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	VALOR TOTAL
162	Naranjas Costeñas	0.12	19.44

Son: Diecinueve con 44/100 Dólares

FORMA DE PAGO: EFECTIVO 19.44  
 SUBTOTAL 12% 19.44  
 SUBTOTAL 0% 19.44  
 DESCUENTOS  
 SUBTOTAL \$  
 IVA 12% \$  
 TOTAL 19.44

Original - Adquirente  
 Copia - Emisor

**MINGA VILLA JIMMY CRISTIAN**  
 VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS.  
 Dirección: Guaranda s/n y Machala Cel: 0978194570 Loja - Ecuador  
 (CONTRIBUYENTE NEGOCIO POPULAR REGIMEN RIMPE)

RUC: 1103745673001  
 Aut. SRI. 1131706223

NOTA DE VENTA 003-001- 000000015

SEÑORES: Katherine Judith Herrera Valladares  
 RUC: C.I. 1104890775  
 DIRECCIÓN: La Argelia

FECHA: Día 14 Mes 12 Año 2023

CANT	DETALLE	VALOR UNIT.	VALOR DE VENTA
3 lbs	petate hornear	1,766	5,30

FORMA DE PAGO: EFECTIVO 5.30  
 SUBTOTAL 12%  
 SUBTOTAL 0%  
 DESCUENTOS  
 SUBTOTAL \$  
 IVA 12% \$  
 TOTAL 5.30

Original - Adquirente  
 Copia - Emisor

1) Cliente 1) Autorizada

**GÓMEZ ESTUAGA DIBLER ALEJANDRO**  
 Obligado a Llevar Contabilidad SI  
 Tipo: Fono: 099383441  
 RUC: 11041990775 EMISSION: NORMAL FACTURA 015-01-00002093  
 CLAVE DE ACCESO: 1412202301110207837300120012000000118861234567815 NUMERO DE AUTORIZACION:  
 Nombre del Cliente: HERRERA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH  
 Nombre Comercial: Fecha Creacion: 14/12/2023 09:23:45  
 Direccion: LOJA ANGELIA, CALLES ALBERT EINSTEIN Y TEDORO RUC: 1104890775  
 Referencia: AMBIENTE: PRODUCCION  
 Telefono: -0981171805 P. PAGO: Efectivo

Cantidad	DESCRIPCION	Unidad	Precio Unitario	Total
29,40	CHOCOCITO NEGRO Y LINA		2,311429	68,2500
				Subtotal
				Subtotal IVA 0%
				Descuento
				Subtotal Iva 12%
				IVA 12%
				TOTAL TOTAL

FORMA PAGO: 576,44  
 INFORMACION ADICIONAL:  
 vendedor : KATHERINE LOJA  
 correo : kathi12606@gmail.com  
 telefono : -0981171805  
 ciudad : LOJA  
 ruta : MAYORISTA

RECIBI CONFORME ENTREGA CONFORME

**ENCARNACION MOCHA LUZ AMERICA**  
 RUC: 1102078373001  
 FACT.N. 001-200-000011886  
 NUMERO DE AUTORIZACION:  
 1412202301110207837300120012000000118861234567815  
 FECHA AUTORIZACION: / / HH:mm SS  
 AMBIENTE: PRODUCCION  
 EMISION: NORMAL  
 CLAVE DE ACCESO:  
 1412202301110207837300120012000000118861234567815  
**ENCARNACION MOCHA LUZ AMERICA**  
 Direccion Matriz: Lauro Guerrero 341-81 y Miguel Riofrio  
 Telefono: 1-0988-13900  
 Correo: comercialroman997@hotmail.com  
 Obligado a Llevar Contabilidad: SI  
 Agente de Retención: No Resolución 1  
 Nombres: HERRERA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH  
 Direccion: LOJA  
 RUC: 1104890775  
 Fecha: 14/12/2023  
 Fecha Creacion: 14/12/2023 09:23:45

CANT	DETA	COD	V	UNI	V TOT
1,00	00008	53,000000	53,00000		
132,00	1291	0,390000	51,4800		

AZUCAR 2 KG MORENA  
 HARINA DE TRIGO LB  
 FORMA PAGO: 104,48  
 SIN UTILIZACION: 104,48  
 DEL SISTEMA: 0,00  
 FINANCIERO: 0,00  
 104,48  
 INFORMACION ADICIONAL:  
 vendedor: Vendedor  
 correo: kathi2606@gmail.com  
 ciudad: LOJA

V TOTAL 104,48

**FRUTERIA AL PASO** Direccion: 18 de Noviembre 208-14 y Anaya y Mercadillo  
 • Def. 2do MT - LEJA - ECUADOR  
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE FRUTAS  
 De: Rengel Aguilar Juan Fernando  
 RUC: 1104759608001  
 N° de Aut. SRI: 1131651411  
 \*Contribuyente Negocio Popular - Régimen Rango\*  
 NOTA DE VENTA 001-001-00 0001077  
 FECHA: 14-12-2023  
 SR. SR.: Katherine Judith Herrera Villadarez  
 RUC: 1104890775 telefono: 0981171805  
 Direccion: La Angelia, calles Albert Einstein y Tedoro Wolf

Cantidad	DESCRIPCION	P. Unitario	Valor de Venta
300g	Pan de azucar		26,40

VALOR TOTAL \$ 26,40  
 IMPORTE A PAGO: 26,40  
 Forma de Pago: EFECTIVO  
 ORIGINAL: Adquiriente COPAR linear

**COMERCIAL Román**  
**ENCARNACION MOCHA LUZ AMERICA**  
 Direccion Matriz: Lauro Guerrero 341-81 y Miguel Riofrio  
 Telefono: 1-098813900  
 Correo: comercialroman997@hotmail.com  
 Obligado a Llevar Contabilidad: SI  
 Agente de Retención No. Resolución: 1

RUC: 1102078373001  
 FACTURA N. 001-200-000011886  
 FECHA AUTORIZACION: 14/12/2023 13:14:41  
 AMBIENTE: PRODUCCION  
 EMISION: NORMAL  
 NUMERO DE AUTORIZACION:  
 1412202301110207837300120012000000118861234567815  
 CLAVE DE ACCESO:  
 1412202301110207837300120012000000118861234567815

Nombres: HERRERA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH  
 Direccion: LOJA  
 RUC: 1104890775 Fecha Emision: 14/12/2023 Vence: 14/12/2023 Telefono: -0981171805-

Código	Descripción	Med.	Cantidad	Precio Unitario	Dto.	Total
0000889	AZUCAR 2 KG MORENA	AZUCAR 2K SACO	1,00	53,000000	0 %	53,00
1291	HARINA DE TRIGO LB	Unidad	132,00	0,390000	0 %	51,48

Forma Pago: Sin Utilización Del Sistema Financiero 104,48  
 Subtotal: 104,48  
 Descuento: 0,00  
 Subtotal Neto: 104,48  
 Subtotal Con Impuestos: 0,00  
 Subtotal Sin Impuestos: 104,48  
 Subtotal No Objeto IVA: 0,00  
 Subtotal Exento IVA: 0,00  
 ICE: 0,00  
 IVA 12%: 0,00  
 Propina: 0,00  
**VALOR TOTAL 104,48**

**RECIBO DE PAGO**

Nº 0001096  
 Celular: 0980914560  
 Loja - Ecuador

**Visiónart**  
 Diseño & Rotulación

FECHA: 13/12/2023

Por \$ 40.50  
 Nombre: Katherine Judith Herrera Valladarez  
 Recibo la cantidad de: Cuenta 50/100  
 Por concepto de: 3 planchas sticker

**Visiónart**  
 Diseño Gráfico & Rotulación  
 RUC: 1104883674001

**TOTAL: 40.50 ABONO: SALDO:**

FIRMA AUTORIZADA: [Firma] FIRMA CLIENTE: [Firma]

VALDIVIESO RUIZ JENNIFER ANDREA

HERREÑA VALLADAREZ KATHERINE

LA ARGELIA

RUC: 1104880775 Telefono: 2696443

Loja

300 PA...

**ERINE JUDITH**

**TRANSPORTE**

COOPERATIVA TRANSPORTES EL PASADO CITIAL  
 RUC: 11002185801

1212202301179141347400120010000022721234567819

**QUITO**

01 Punto de partida: CARCELIN DE LOS ACEITUNOS NBR-16 Y CALLE E7  
 1 VENEZIA CARLOS ANDRAL  
 Fecha fin de transporte: 12/12/2023  
 Documento Aduanero: Placa: PCT1 8981

01 - 005 - 00020701  
 23 10 84 23 Motivo Traslado: Venta  
 ELIA C MILES ALBERT EINSTEIN Y TEODORO WOLF  
 LA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH  
 Idem/Destinatario: 1104890775

Cant.	Tipo	Precio	Valor
5.00	CAJA	\$5.00	\$25.00
Subtotal:			\$25.00
Iva:			\$6.00
<b>Total:</b>			<b>\$31.00</b>

5. Litos 22

Recibido por: [Firma]

Nombre/Apellido: [Firma] C.I./R.U.C. [Firma] Firma [Firma] Fecha [Firma]

Información Adicional

Por favor Cliente por favor revisar que el material detallado en esta guía está completo y que cumple con la solicitud tanto en cantidades como en especificaciones, ya que una vez firmado se dará por aceptada la mercancía y no se podrá objeción a reclamos posteriores. Gracias

RUC: 1104371297001

**FACTURA**

Nro: 004002000032717

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:  
 141220230110437129700120040020000327171234567811

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN:  
 2023-12-14T11:02:51-05:00

AMBIENTE: PRODUCCIÓN  
 EMISIÓN: NORMAL

**CLAVE DE ACCESO:**

141220230110437129700120040020000327171234567811

VALDIVIESO RUIZ JENNIFER ANDREA

Dir. Matriz:  
 18 DE NOVIEMBRE 10-67 Y AZUAY

Dir. Establecimiento:  
 Loja, Lourdes 152-24 Y 18 De Noviembre

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: NO

CONTRIBUYENTE RÉGIMEN RIMPE

RAZÓN SOCIAL CLIENTE: HERRERA VALLADAREZ KATHERINE JUDITH C.I/RUC: 1104890775  
 FECHA EMISIÓN: 14/12/2023 Guía Remisión:  
 Dirección: LA ARGELIA

**DETALLES**

Cod. Principal	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
786113982636	1.00	ROLLO DE YUTE 2MM*50MT	1.6071	0.00	1.61
7861139811317	1.00	ROLLO HILO DE YUTE 2MM*100MT CELINA	2.6786	0.00	2.68
SUBTOTAL 0%					0.00
SUBTOTAL 12%					4.29
DESCUENTO					0.00
IVA 12%					0.51
<b>VALOR TOTAL</b>					<b>4.8</b>

Información Adicional

DIRECCION DEL ADQUIRENTE: LA ARGELIA  
 TELEFONO DEL ADQUIRENTE: 0981171805  
 EMAIL DEL ADQUIRENTE: kathi2606@gmail.com

**Formas de pago**

Descripción	Total	Plazo	Unidad de Tiempo
SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO (Efectivo)	4.8		

# IMPORTADORA Decorcake®

MORA RODRIGUEZ DIEGO NICOLAS  
Dir Matriz: SUCRE Y LOURDES ESQUINA.

Correo :info@decorcake.com.ec  
Telefono/Celular:0997880524 /

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD : SI

R.U.C.: 1105963639001

F A C T U R A

No. : 005-002-000073578

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN

1412202301110596363900120050020000735780000000317

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN

2023-12-14T12:30:46-05:00

AMBIENTE : PRODUCCION

EMISIÓN : NORMAL

CLAVE DE ACCESO



1412202301110596363900120050020000735780000000317

Razón Social / Nombres y Apellidos: KATHERINE HERRERA BALLADARES	Identificación: 1104890775
Fecha Emisión: 14/12/2023	Guía Remisión:

Cod. Principal	Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
2757	8.00	CBA-004 CHISPAS BAKERS BLANCO 454GR NO FUNDIR		2.54	0.00	20.29
<b>Información Adicional</b>						
SUBTOTAL 12 %						20.29
SUBTOTAL 0%						0.00
SUBTOTAL NO objeto de IVA						0.00
SUBTOTAL Exento de IVA						0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS						20.29
TOTAL Descuento						0.00
ICE						0.00
IVA 12 %						2.43
VALOR TOTAL						22.72

Dirección: LOJA

Teléfono :

Email: kathii2606@gmail.com

OBSERVACIONES:

TIPO: EFECTIVO

Forma de Pago : sin utilización del sistema financiero  
Valor : 22.72



# IMPORTADORA Decorcake®

MORA RODRIGUEZ DIEGO NICOLAS  
Dir Matriz: SUCRE Y LOURDES ESQUINA.

Correo :info@decorcake.com.ec  
Telefono/Celular:0997880524 /

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD : SI

R.U.C.: 1105963639001

F A C T U R A

No. : 005-002-000073555

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN

1412202301110596363900120050020000735550000000818

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN

2023-12-14T12:38:36-05:00

AMBIENTE : PRODUCCION

EMISIÓN : NORMAL

CLAVE DE ACCESO



1412202301110596363900120050020000735550000000818

Razón Social / Nombres y Apellidos: KATHERINE HERRERA BALLADARES	Identificación: 1104890775
Fecha Emisión: 14/12/2023	Guía Remisión:

Cod. Principal	Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
3761	4.00	CHG-454GR CHISPAS COLORES ENTERO ROJO 454GR		3.43	0.00	13.72
5625	7.00	CP-50-ROJ COLORANTE EN POLVO HIDROSOLUBLE ROJO INTENSO 50GR		0.88	0.00	6.19
<b>Información Adicional</b>						
SUBTOTAL 12 %						19.91
SUBTOTAL 0%						0.00
SUBTOTAL NO objeto de IVA						0.00
SUBTOTAL Exento de IVA						0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS						19.91
TOTAL Descuento						0.00
ICE						0.00
IVA 12 %						2.39
VALOR TOTAL						22.30

Dirección: LOJA

Teléfono :

Email: kathii2606@gmail.com

OBSERVACIONES:

TIPO: EFECTIVO

Forma de Pago : sin utilización del sistema financiero  
Valor : 22.30

## **14.9. Manual de usuario del producto**

### **Premezcla de red velvet**

#### **Ingredientes**

- 200ml de leche
- 1 limón
- 4 huevos
- 100 ml de aceite tipo girasol
- 1 cucharadita de esencia de vainilla
- 1 botella de premezcla de Red Velvet

#### **Procedimiento**

1. Disponer un bowl, combine leche y el zumo de un limón, permitiendo que repose durante 5 minutos antes de iniciar el proceso de preparación.
2. En un bowl, disponga 4 huevos, seguidos de esencia de vainilla y aceite, procediendo a batir la mezcla.
3. Introduzca una premezcla en conjunto con la leche preparada anteriormente.
4. Finalmente, bata la mezcla hasta obtener una homogeneidad completa.

#### **Instrucciones para hornear**

Rinde:

En molde de 14cm de diámetro, rinde 2 tortas/ hornear por 15 minutos.

En molde de 22 cm de diámetro, rinde 1 torta / hornear por 25 cm.

### **Premezcla de naranja**

#### **Ingredientes**

- 4 huevos
- 100 g de mantequilla fundida
- 120 ml de yogurt natural
- 80 ml jugo de naranja

1 botella de pre mezcla de naranja

### **Procedimiento**

1. En un bowl, disponga 4 huevos y proceda a batirlos.
2. Incorpore mantequilla fundida y azúcar al mismo recipiente, llevando a cabo un proceso de batido meticuloso.
3. Integre la premezcla, acompañada del jugo de naranja, a la preparación en curso.
4. Adicione esencia de vainilla y realice un nuevo batido.
5. En la fase final, añada yogurt al recipiente y continúe batiendo hasta alcanzar una mezcla homogénea.

### **Instrucciones para hornear**

Rinde:

En un molde de 14 cm de diámetro, rinde 2 tortas / hornear por 15 min.

En un molde de 22 cm de diámetro, rinde 1 torta / hornear por 25 min.

### **Premezcla de chocolate**

#### **Ingredientes**

- 6 huevos

- 120 g de mantequilla fundida
- 144 ml leche
- 1 cucharadita de esencia de vainilla
- 1 cucharadita de vinagre blanco
- 1 botella de pre mezcla de chocolate

### **Procedimiento**

1. En un bowl, disponer de 6 huevos, y proceda a batirlos meticulosamente durante un lapso de 50 segundos.

2. Antes de iniciar el proceso, en un recipiente aparte se mezcla el vinagre con la leche, permitiendo que repose durante 5 minutos. Posteriormente, esta preparación se incorpora al recipiente de los huevos batidos, logrando una integración uniforme.

3. Se introduce esencia de vainilla al compuesto, continuando con el proceso de batido de manera prolija.

4. La mantequilla fundida se incorpora a la mezcla, asegurando una distribución homogénea de los ingredientes.

5. El azúcar se agrega al compuesto, manteniendo el batido para alcanzar una consistencia adecuada.

6. En la etapa final, se procede a batir de manera continua hasta obtener una mezcla homogénea, concluyendo así el proceso de preparación bajo las indicaciones del responsable.

### **Instrucciones para hornear**

Rinde:

En molde de 14 cm de diámetro, rinde 2 tortas / hornear por 15 min.

En molde de 22 cm de diámetro, rinde 1 torta / hornear por 25 min



## 14.10. Poster Científico

ELABORACION DE PRE MEZCLAS DE TORTAS "MIX CAKE"

Periodo octubre 2022 - febrero 2024

RA JARAMILLO GAMBOA, KV CARRIÓN ROMÁN, DG RODAS MACAS, ES MARTÍNEZ MORALES, NM GUZMÁN VILLA

### INTRODUCCIÓN

Existe relación intrínseca entre el desarrollo laboral y la educación de una nación, teniendo como propósito principal la instrucción y formación de emprendedores que aporten favorablemente al progreso, razón por la cual el proyecto se enfoca en la elaboración y comercialización de pre mezclas de tortas en tres sabores, direccionadas a todo público y específicamente para acompañar las fiestas navideñas. Esta actividad de emprendimiento fue desarrollada con el fin de que los estudiantes del ISTS adquirieran conocimientos en torno a producción en línea y comercialización de productos ya elaborados, como también los elementos de costos y administrativos que envloba esta actividad.

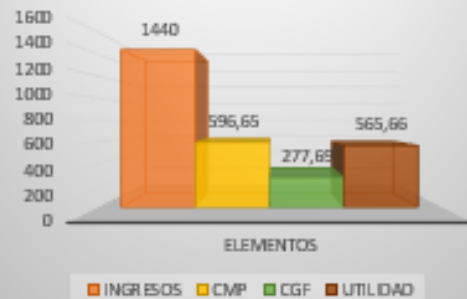
### METODOLOGÍA

En la Planificación, desarrollo y ejecución del proyecto integrador se empleó el diseño metodológico basado en ejes específicos de investigación, como el fenomenológico, hermenéutico, práctico proyectual. El fenomenológico aportó en la elaboración, análisis de encuestas y estudio de mercado, mediante el método hermenéutico se recopiló información de sitios bibliográficos para la formulación de las recetas en los sabores identificados, además el método práctico proyectual aportó con la aplicación de las fórmulas en cada una de las presentación de las pre mezclas, como el diseño del packaging para la comercialización de las mismas.

### RESULTADOS



### Distribución de la Utilidad económica



### OBJETIVOS

#### GENERAL

Desarrollar un producto alimenticio (premezclas de torta) a través de la aplicación de conocimientos, habilidades y destrezas de los estudiantes de primero a quinto ciclo de la Carrera de Gastronomía para fortalecer competencias en gestión de emprendimientos gastronómicos.

#### ESPECÍFICOS

- Capacitar a los estudiantes en Branding Gastronómico para fomentar en ellos las habilidades de comercialización y espíritu emprendedor.
- Planificar y ejecutar los procesos de logística, pre-producción, producción y comercialización de las premezclas de torta, empleando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por los estudiantes en el currículo oficial de la carrera, para garantizar un producto de calidad.
- Evaluar la satisfacción de los clientes del proyecto integrador mediante herramientas de recolección de información, para valorar su pertinencia.
- Socializar los resultados del proyecto integrador del período académico octubre 2023 - febrero 2024 a los estudiantes de la T.S. en Gastronomía, para transparentar la gestión de los recursos utilizados.

### CONCLUSIÓN

- La capacitación en Branding Gastronómico ha potenciado habilidades comerciales y emprendedoras en estudiantes, dotándolos de conocimientos profundos sobre posicionamiento y promoción en mercados competitivos. Además, les ha capacitado para identificar oportunidades y desarrollar estrategias innovadoras, brindándoles confianza y visión para enfrentar desafíos futuros con creatividad y determinación, fortaleciendo así su preparación para la industria gastronómica.
- La aplicación de conocimientos teóricos y prácticos en logística, producción y comercialización de premezclas de torta, basada en el currículo oficial, garantiza la calidad del producto final. Los estudiantes aplican habilidades técnicas para asegurar estándares de calidad, preparándolos para desafíos laborales con confianza y competencia.
- Evaluar la satisfacción del cliente en el proyecto integrador es crucial para comprender sus necesidades y expectativas. Al recopilar retroalimentación directa, se identifican áreas de mejora y fortalecer, facilitando decisiones informadas para optimizar su eficacia.