

Tecnológico
Internacional

ITiNNOVA

Primer Emprendimiento para la Innovación Educativa • N°3 • Octubre 2017 • Publicación Semestral



Mirada Histórica de las Artes Plásticas en Quito

Publicidad
Artesanal

Estrategias
Motivacionales

Revenue
Management

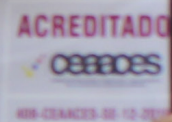


Nuestras carreras
significan,
Mayores oportunidades.



Tecnológico
Internacional

www.iti.edu.ec



Diseño Gráfico - Industrial / Estudios Ambientales / Gastronomía / Guía Nacional de Turismo / Hotelería / Turismo

Créditos

CONSEJO EDITORIAL

Lcda. Natalia Díaz
MSc. Betty Gordón
Ing. Jacqueline Montesdeoca
MSc. Noemy Sandoval

REVISIÓN

MSc. Betty Gordón
MSc. Noemy Sandoval

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Ing. Jacqueline Montesdeoca

FOTOGRAFÍAS

Banco de Imágenes ITI
Docentes y estudiantes
Foto Portada: Jesús Herrera



2017

Foto: Jesús Herrera

• Editorial.....	6
• Wacs.....	7
• Un Análisis de la Sociedad Moderna....	8
• Mirada Histórica de las Artes Plásticas en Quito.....	10
• Reflexiones sobre la Minería en Ecuador	16
• Publicidad Artesanal	18
• Estrategias Motivacionales y su influencia en el desempeño, aplicado a establecimientos gastronómicos.....	21
• Maquillaje no invasivo de alimentos en el ITI	25
• Revenue Management El Tema Pendiente de los Administradores de A&B.....	28

• Cine Ecuatoriano	31
• Adivinanzas.....	34
• Canción de Moda.....	35
• Coctel Clima de Quito 2.0.....	36
• Coconut Sun.....	37
• ¿Sabías que?	38
• Galería de fotos.....	39
• Cursos de Capacitación.....	51

Editorial

LA FORMACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA

Y las reformas a la Ley Orgánica de Educación Superior

Las actuales autoridades de la Educación Superior y del Gobierno Nacional, han planteado la necesidad de fortalecer la formación técnica y tecnológica en el País, posición que ya en la campaña política en la carrera por la Presidencia de la República, se constituyó en uno de los argumentos fuertes para alcanzar el beneplácito de los votantes, formulándose la oferta de la creación de 40 "Universidades Tecnológicas".

Desde de nuestro modesto criterio, que se basa en años de experiencia tanto en la docencia como en la gestión de la formación técnica y tecnológica, nos permitimos manifestar que consideramos un acierto, el que desde la cúpula política tanto del gobierno central como desde la asamblea nacional, se esté buscando fortalecer la formación técnica y tecnológica, en lo que no podemos estar de acuerdo, es en que dicho fortalecimiento se pretenda basarlo en entregar a las Universidades la facultad de ofertar carreras técnicas y tecnológicas, desviándolas de su objetivo fundamental que es formar profesionales, de tercer nivel, licenciaturas, ingenierías, etc. y de cuarto nivel, que corresponden a especialidades, maestrías y doctorados, que dicho sea de paso, en algunos campos del conocimiento, hacen tanta falta.

Creo necesario aclarar que no tenemos ninguna duda de que las Universidades puedan realizar la oferta con solvencia, sin embargo, de acuerdo a la normativa nacional dicha oferta le corresponde a los Institutos Técnicos y Tecnológicos como es



lógico y obvio, pues caso contrario no tendría sentido haber establecido constitucionalmente que el sistema de educación superior está constituido por "...universidades y escuelas politécnicas; **institutos superiores técnicos, tecnológicos** y pedagógicos; y conservatorios de música y artes, debidamente acreditados..".

Los institutos técnicos y tecnológicos particulares, aplaudimos la intención de fortalecer la formación tecnológica pero proponemos que la misma sea consolidada a través de las instituciones tecnológicas existentes y las que puedan crearse en el futuro, puesto que ya existe una infraestructura montada y toda una estructura perfectamente operativa, funcionando y generando resultados de calidad, lo que se prueba con los logros del proceso de evaluación y acreditación que el CEAACES realiza a los institutos técnicos y tecnológicos pues el 80% de los institutos acreditados corresponden a institutos particulares.

Fortalecer la formación técnica y tecnológica no se logrará si desde las autoridades nacionales se desconoce la labor de los institutos particulares y se privilegia a las universidades, es por ello que solicitamos se revise la propuesta de reformas a la Ley Orgánica de Educación Superior y se considere nuestro pedido que es por demás justo y basado en derecho.

Saludos cordiales,
MSc. Mario Román Albuja
Rector ITI



La **WACS, World Association of Chefs' Societies**, es una sociedad de cocineros a nivel mundial. Fue fundada en 1928 en París y su primer presidente honorario fue August Escoffier.

Su finalidad es ser una organización profesional no política, dedicada a mantener y mejorar los estándares culinarios globales, siendo líderes en opiniones sobre alimentación y todos los temas relacionados con la profesión culinaria.

El Tecnológico Internacional ITI, en sus esfuerzos de posicionar la carrera de Gastronomía como una de las mejores a nivel nacional, tuvo un reto a partir de enero 2017.

La carrera fue inscrita directamente en la página oficial de la asociación

WACS con el afán de ser miembro activo de esa prestigiosa institución.

Para febrero 2017, todos los requisitos necesarios para la aplicación estaban listos y se asumió el reto para cumplir con doce estándares de calidad culinaria internacional. Aproximadamente un mes tomó la aplicación, todos los documentos solicitados fueron subidos a la plataforma WACS. Cabe aclarar que en algunos ítems el ITI superaba los estándares culinarios internacionales.

El 5 de marzo del 2017, se recibió una carta del Comité de Educadores de WACS en la que se especificaba la aceptación del ITI a la organización. Se mencionaba que la solicitud del ITI

para la certificación había sido revisada y aceptada puesto que bajo el Programa de Reconocimiento de Educación Culinaria de Calidad de la WACS encontraron que la Carrera de Gastronomía del ITI cumplía con los doce estándares de la WACS para la Educación Culinaria de Calidad.

Al cabo de unos días, llegó una carta oficial del Director de Educación de la WACS, John Clancy, notificando formalmente el reconocimiento al ITI como parte de la organización.

En abril 2017 llegó la placa de WACS desde Francia y fue ubicada en las instalaciones del Campus Tres, compartiendo este reconocimiento con toda la comunidad ITI. ★



Por: Lic. María Teresa Becerra
Master Cuisine LCB



UN ANÁLISIS DE LA SOCIEDAD MODERNA

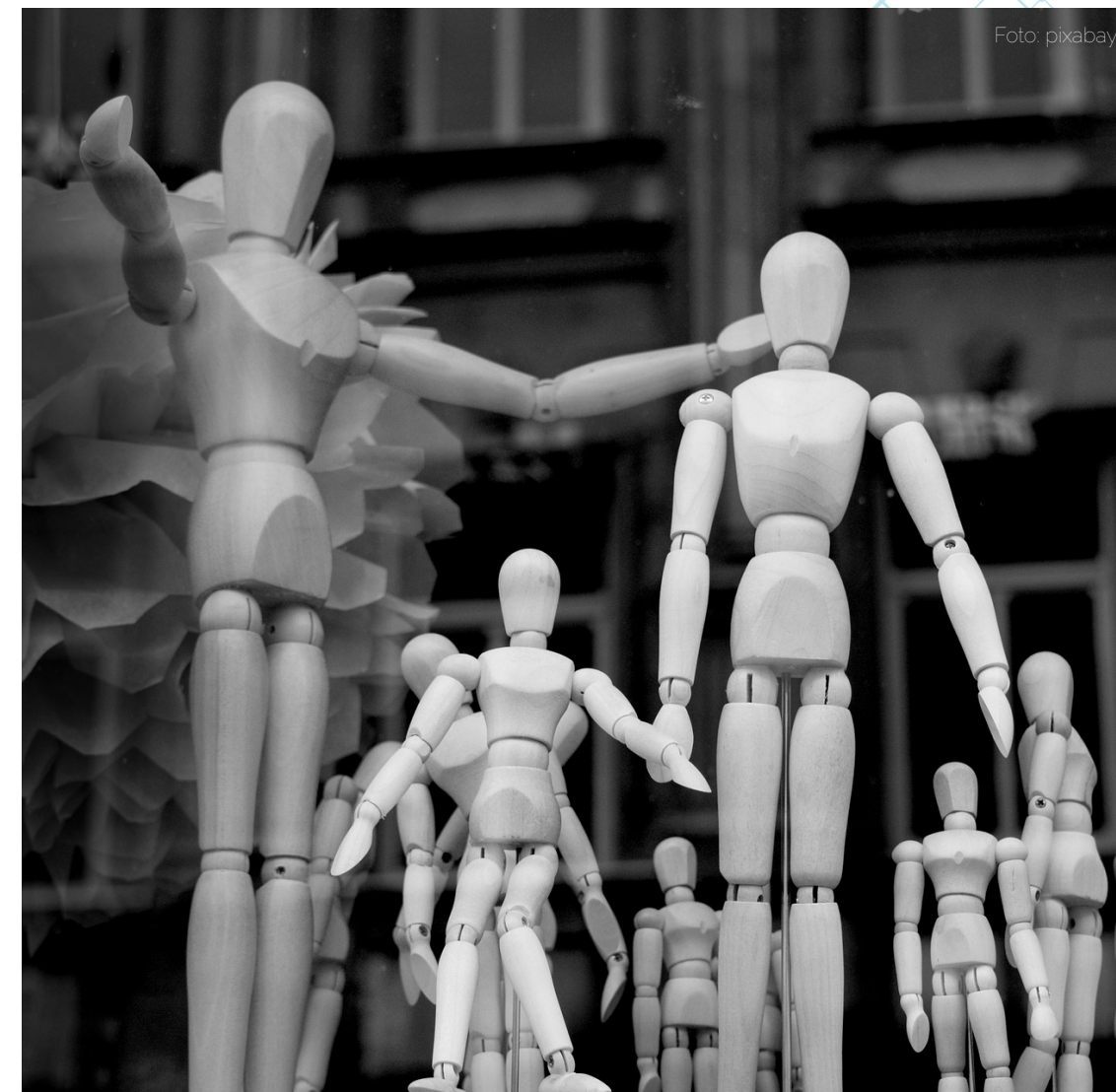
Por: Cynthia Vilatuña
Estudiante del ITI

Es preciso aceptar que el cambio existe desde la verdadera educación en una sociedad donde cada persona es constantemente bombardeada de falsa información, falsos sueños, falsas expectativas, mentiras, manipulación, egocentrismo, miedo. Todos...derrotados y vencidos, pobres, ricos y muy ricos que solo quieren más dinero, no importa de qué clase sean, porque el dinero significa poder, el poder de vivir mejor y más cómodamente durante más tiempo. Una sociedad dispuesta a tener miedo de estar en la calle o ser otro ser humano diferente o algún otro tipo de personaje excluido socialmente por el sistema, ya que no entra en los dogmas del escape constante, escape al sufrimiento, a los miedos de la realidad que no se quiere afrontar.

Cuando surge en el pensamiento una idea clara sobre algo que no se debió haber hecho y que sin embargo se hizo, los humanos se dan cuenta y se avergüenzan de eso que los iluminó en un momento determinado. La estrategia, resguardarse en el ego pretendiendo ser más razonable de lo que se puede aceptar. No se puede ser lo que se dice porque el consciente/inconsciente lo sabe; sabe que no solo se apoya lo que se quiere que cambie, por lo que se censura hasta enviarlo a los más recóndito de la conciencia para no derrumbar lo único que nos da el estado de no-conciencia, de escape, de evasión, de miedo a sufrir.

En una sociedad en la que cada individuo debería respetar las libertades del otro pero sin saber siquiera cuales son esos límites que delimitan las libertades individuales fomentando así el egocentrismo, la mentira y la hipocresía...como se debe respetar al otro, no puedo decirle lo que pienso.

En una sociedad en la que se acumulan beneficios materiales como ropa, tecnología, dinero, comida, joyas y otras cosas superfluas fomentando el individualismo y el consumismo continuamente sin importar como se obtengan las cosas.



¿Acaso se puede decir con orgullo que son “seres”?

Aquellos seres que no piensan y actúan en libertad y siguen acumulando beneficios sin importar que los demás se pudran por dentro al envidiar los beneficios que han obtenido. La sociedad actual no tiene conciencia, pensamiento, criterios... es una sociedad a la que pertenecen las personas pero que está deshumanizada porque lo

importante es cuanto se tiene y no quién se es.

De esa manera engañan los medios de comunicación, vendiendo la idea de perfección en la silueta, en la posesión, en la familia, en los sentimientos que son falsos, egoistas y desleales.

Cuando los humanos cumplan su rol en la sociedad y derriben el esquema dictado por el consumismo se llegará a una sociedad en la que no habrá etiquetas, ni excluidos, ni ile-

galidades, ni manipulaciones o manipuladores ni más pensamientos o ideales lógicos y directamente relacionados con la involución, represión y autodestrucción.

Es solo ahí cuando la sociedad será libre... se puede empezar a construir esa nueva sociedad logrando que el ego individual se quede en el camino para olvidar el cómo me quieren y empezar a dar más sin esperar recibir recompensa alguna a cambio. ✨

MIRADA HISTÓRICA DE LAS ARTES PLÁSTICAS EN QUITO

Por: Tlgo. Juan Luis Sigüenza Pardo

La creencia de los pueblos americanos en el alma de los elementos físicos, favoreció el desarrollo de un pensamiento, que interpreta y conceptualiza el mundo que los rodea.

A la llegada de los españoles en el siglo XVI, Quito era un territorio habitado por diversas culturas vernáculas. Su nivel de desarrollo se dio de acuerdo a un proceso de evolución que dependía de sus necesidades. Son grandes observadores de su entorno e interpretan la naturaleza, en que se desarrolla su "cosmovivencia sagrada" de un contenido simbólico, relacionado con su entorno terrenal (Kay Pacha), celestial (Hanan Pacha) y del inframundo (Uku Pacha). Además apare-

1 Cosmovisión: La manera o forma de comportamiento de los seres humanos, creencia en deidades sobrenaturales y la religiosidad humana es tan antigua que se remonta a los propios comienzos de la historia, ante el miedo y reverencia a lo sobrenatural y desconocido, en un comienzo lo sobrenatural era la vida y la muerte, el nacer y el morir, las fuerzas naturales de la naturaleza, como el rayo, la lluvia, el fuego, los terremotos, maremotos e inundaciones, tornados, truenos, la erupción de volcanes, las auroras boreales, los arcoíris y otros efectos naturales, así como la eterna pregunta de saber si hay vida más allá de la muerte, de dónde se viene al nacer, si hay otros mundos aparte del nuestro, la cosmovivencia está presente en la vida social, religiosa, política y económica, organizada de los pueblos. Jym Qhapaq Amaru, Lima 2012



Las culturas que poblaron el territorio de Quito, al inicio desarrollaron varias técnicas de creación plástica con materiales del medio como: la arcilla, la piedra y la madera; luego se irán enriqueciendo con el uso de textiles, metales, semillas y el arte plumario.

cen las Hierofanías² o creencias presentes en la naturaleza como cascadas, ríos, montañas, aves, animales, astros y más elementos, representados en diversos materiales. Estas representaciones se mezclan con las que vienen en la cultura occidental, entre las dos manifestaciones dan paso al surgimiento de una nueva simbiosis cultural, manipulada por los misioneros de la religión católica que buscan la consolidación de nuevas creencias. En este proceso se desarrolla un arte nuevo, cuya creación se afianza en un proceso evangelizador para la implantación de una ideología, basada en el Teocentrismo occidental.

Las culturas que poblaron el territorio de Quito, al inicio desarrollaron varias técnicas de

2 Hierofanía: Es lo sagrado, es la esencia de lo religioso. La religión abarca el ámbito de las manifestaciones de lo sagrado, tomando como punto de partida las objetivaciones religiosas (de cualquier tipo, objetos, personas, animales, cerros, aves, monumentos, mitos, ritos, símbolos, espacios y tiempos), entendiendo que están vinculadas a una experiencia humana de carácter religioso. Y es una experiencia de carácter religioso porque, a través de esas mediaciones, manifestaciones de lo sagrado, la persona se comunica con algo distinto que está más allá de su manifestación, su interpretación llega hasta la hierofanía suprema occidental, que es, para un cristiano, la encarnación de Dios en Jesucristo. Mircea Eliade: Lo sagrado y lo profano, Madrid 1973.



creación plástica con materiales del medio como: la arcilla, la piedra y la madera; luego se irán enriqueciendo con el uso de textiles, metales, semillas y el arte plumario. Gracias a este proceso, actualmente se encuentra una herencia social y cultural con una gran riqueza material e inmaterial.

Las técnicas del arte precolombino con la conquista española fueron mejoradas, pero los temas trabajados cambiaron de manera drástica. Borraron y anularon las creencias ancestrales tildándolas de idolatrías, los materiales utilizados hasta el momento tendrían un significado y utilidad aparentemente diferente, pues todo lo existente estaría orientado a lo supremo, Cristo y María, santas y santos serían los protagonistas de grandes escenarios cerrados y abiertos.

El "descubrimiento de América" ocurre en el siglo XVI, llamado "siglo de oro"³, cuando los reyes Católicos Fernando de Aragón e Isabel de Castilla se encuentran en un proceso de conquista de nuevos territorios, europeos y americanos. Tanto el idioma castellano como la religión católica serían dos recursos importantes del reino español.

³ Llamamos "Siglo de Oro" al periodo de la Historia de España comprendido, aproximadamente, entre 1580 y 1680. En realidad, el nombre hace referencia a un periodo de difícil acotación cronológica que se mueve entre los siglos XVI y XVII y que se caracterizó por un espectacular esplendor de las letras y las artes hispánicas. (<http://fortheunofit.es/pdf/introduccion-historica.pdf>)

Gracias a este proceso, actualmente se encuentra una herencia social y cultural con una gran riqueza material e inmaterial.

Las órdenes religiosas buscaron la manera de llegar a todos los rincones del territorio.

Con la conquista llegan virreyes, religiosos y militares, presos, esclavos y maleantes. Todos cargados de codicia, ávidos por la riqueza material, desalmados ante la débil sociedad andina, entonces saquean espacios sagrados, destruyen sociedades y se apoderan del botín tan deseado.

Las órdenes religiosas buscaron la manera de llegar a todos los rincones del territorio con la misión de desechar las creencias de los pueblos americanos, trayendo libros sagrados y estampas, del nuevo Dios creador y dador de riqueza espiritual, para alcanzar el reino anhelado del paraíso de la resurrección; con este propósito es necesaria la implantación de espacios dedicados al evangelio, aprovechando el conocimiento y sabiduría en el manejo de materiales locales se utiliza a los indígenas en la construcción de espacios arquitectónicos donde se encuentran los templos y conventos religiosos, casas de retiro, con el uso de materiales

pétreos, adobe, cabuya, ladrillo, tapial y madera local; en estos espacios se crean escuelas y talleres de enseñanza, la mayoría de exclusividad para españoles o sus descendientes.

De las cuatro congregaciones religiosas llamadas "mendicantes", la franciscana, bajo la dirección del Fraile flamenco Jodoco Ricke, es quien instala la Escuela de Artes y Oficios en 1549 llamada San Juan Evangelista, que años más tarde tomaría el nombre de San Andrés, abierta a todo público incluidos los indígenas. En este lugar se enseña el idioma foráneo, religión, formas de labrar y hacer arados, tañer instrumentos musicales, así como la pintura, la arquitectura y la escultura con lineamientos occidentales.

Así se inicia la denominada "Escuela Quiteña" que se establece a partir del siglo XVII hasta las primeras décadas del siglo XIX. En los centros de enseñanza se forman artífices de gran talla como Pedro Bedón, Andrés Sán-



chez Gallque, Padre Carlos Chacón, Hernando de la Cruz, Miguel de Santiago, Isabel de Santiago su hija, mujer pintora de la época que destaca y tiene la oportunidad de desarrollar una profesión destinada a los hombres para entonces, Nicolás Javier Goribar, Bernardo de Legarda, muy conocido por la llamada "Virgen de Quito", Manuel Chili, artífice que envuelve la escultura barroca con la línea aserpentinada para dar paso al estilo rococó, Bernardo Rodríguez que junto a su hermano Manuel Samaniego, cierran el barroco pictórico que su policromía en sus últimos años se enmarca en la estética rococó y más representantes anónimos que trabajan técnicas exquisitas, presentes en la pintura y escultura: esgrafados, chinescos, estofados, encarnes, ojos de vidrio y cabello natural para conseguir el realismo en las imágenes. Es importante destacar que el material utilizado para la imaginería (escultura, marquetería, retablos) con mayor frecuencia es la madera de cedro, que se encontraba en los bosques de los alrededores de Quito.



Virgen de Quito
Foto: wikipedia.org

Es importante destacar que el material utilizado para la imaginería con mayor frecuencia es la madera de cedro, que se encontraba en los bosques de los alrededores de Quito.

4 El siglo XVIII europeo se inicia bajo la influencia de la Ilustración, movimiento intelectual renovador que, desde la perspectiva racionalista, hace una revisión crítica de las ideas y los valores imperantes hasta entonces; de ahí el término "Siglo de las Luces" con el que también es conocido, ya que se intenta acabar con el oscurantismo, con las creencias que no tienen una base racional y con ciertos privilegios políticos y religiosos. file:///C:/Users/Juan/Downloads/Dialnet-ElSigloDeLasLuces-136173%20(1).pdf



Madre y Niño
Foto: wikipedia.org

Para entonces las nuevas tendencias del arte universal que están de moda en el mundo occidental como el impresionismo, se hacen presentes en Quito.

arte", valores muy discutidos en este siglo⁵. Se crea el Liceo de Pintura Miguel de Santiago⁶ y la Escuela Democrática entre 1849 y 1852 (Salvat II 1976, p.211); destacan en este periodo los artistas Antonio Salas, Rafael Salas, Luis Cadena, Joaquín Pinto, Juan Manosalvas, entre otros pintores quiteños.

Por otro lado, la escultura en este siglo, se desplaza al austro con Gaspar Zangurima⁷, José Miguel Vélez y Daniel Alvarado en la ciudad de Cuenca. En este proceso histórico, García Moreno en 1873 crea la Escuela de Bellas Artes en la ciudad de Quito, que se suspende con su asesinato y se reabre en 1904 en el periodo liberal (Salvat II 1976, p.210-217). Para entonces las nuevas tendencias del arte universal que están de moda en el mundo occidental como el impresionismo, se hacen presentes en Quito, con el regreso de artistas becados a Europa por los gobiernos de turno y los maestros que vienen de afuera para fortalecer la enseñanza en la escuela. Surgen

artistas como Camilo Egas, Pedro León, Eduardo Kingman, Oswaldo Guayasamín, y más destacados precursores del movimiento indigenista ecuatoriano, junto a jóvenes artistas que plantean las nuevas propuestas, que se van integrando al arte contemporáneo. ✦

5 Juan León Mera, Ojeada histórico-crítica sobre la poesía ecuatoriana desde su época más remota hasta nuestros días Vols: 1, 2 (Guayaquil: Ediciones Ariel, s. f. [1868]); "Conceptos sobre las artes", reeditado por Edmundo Ribadeneira, introd., Teoría del arte en el Ecuador Vol: 31 de la Biblioteca Básica del Pensamiento Ecuatoriano (Quito: Banco Central del Ecuador / Corporación Editora Nacional, 1987 [1894]), 291-321.

6 Ver José Gabriel Navarro, La pintura en el Ecuador..., 1991: 167, 231; Alexandra Kennedy, "Del taller a la Academia...": 124-125.

7 Ibid., 231

REFLEXIONES SOBRE LA MINERÍA EN ECUADOR

Por: Ec. Marcelo Almeida

En los últimos diez años, varias empresas nacionales y extranjeras se han dedicado a actividades de exploración en zonas mineras nacionales. Algunas de ellas han dejado el país, sea por la baja del precio internacional del oro o por conflictos con poblaciones locales lo cual hace difícil delimitar las fronteras exactas del problema. Además existen áreas de la legislación ecuatoriana con implicaciones ambientales como las referentes al derecho minero y la planificación del uso de los recursos.

La escasez próxima de los yacimientos petroleros, ha situado al sector minero como la nueva opción de desarrollo en el país. En este marco se han suscitado algunos eventos de carácter político, social, legal y económico que vale la pena analizar para tener una idea fundamentada de lo



Foto: Pixabay

que significaría para el Ecuador una actividad minera bajo las circunstancias actuales.

En este contexto, la minería tiene que articularse a un conjunto de disposiciones legales que deben intervenir en la solución de conflictos que se van a presentar por las inevitables consecuencias que la minería conlleva sobre el uso de los recursos naturales, el ambiente y las personas.

Dicho de otra manera, para un desarrollo

de la minería tiene que contarse con un marco legal apropiado que sea capaz de garantizar que los derechos ciudadanos, tales como el acceso al agua, a la soberanía alimentaria, a la propiedad, a la consulta previa, al ambiente sano y los derechos de la naturaleza no sean vulnerados.

La extracción minera es una fuente complementaria de las empresas de la construcción por lo que pasa desapercibida. En con-

secuencia, se puede afirmar que la Constitución no ha contemplado las acciones conjuntas con otros Estados para propender a la conservación de áreas ecológicas fronterizas por lo que se hace imprescindible poner en práctica todos y cada uno de los dictámenes internacionales con el afán de proteger el medio ambiente.

La legislación ambiental aborda los principios según los cuales quien daña el ambiente queda sometido al pago de compensaciones, así como sobre quién puede solicitar una acción legal ante los tribunales.

La Constitución ecuatoriana permite a cualquier persona natural o

jurídica, colectividad o grupo humano, ejercer las acciones legales y acudir a los órganos judiciales y administrativos, con la finalidad de lograr que se restituya el daño ocasionado. (Constitución de la República del Ecuador, Art. 397, numeral 1)

Sin embargo es preciso que se organice un conjunto de disposiciones legales para encontrar la solución de conflictos que se van a presentar por el inevitable impacto que la destrucción del ambiente traerá sobre los recursos naturales, el ambiente y las personas.

La realidad concreta de las normas está cimentada en el derecho positivo que rige la vida no solo de los ecuatorianos sino de los ciudadanos del mundo. Estos valores comprenden el derecho a la vida, a la seguridad y al Sumak Kawsay o Buen Vivir.

El art. 14 de la Constitución de la República del Ecuador reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantiza la sostenibilidad y el buen vivir.

Es necesario corregir y frenar las afectaciones ambientales, sociales y culturales, con regulaciones seguras y eficientes, acordes al nuevo modelo de desarrollo con preponderancia del recurso humano por encima del recurso económico. ✦



Foto: Pixabay

Bibliografía:

- Acción Ecológica. 1999. Entre principios y derechos. Alerta Verde N°74. Boletín de Acción Ecológica. Quito. Octubre. www.uasb.edu.ec/padh/revista16/articulos/planpais.htm
- Constitución 2008, Registro Oficial el 20 de octubre de 2008. Págs.31.
- EL AMBIENTE COMO OBJETO DEL DERECHO www.contralorianaguanagua.gob.ve/LEYES/LeyesMercantil/nda.pdf.
- LEYDEMINERÍADELECUADORYREGLAMENTOS www.tobarybustamante.com/.../14005.Ley_de_mineria_del_Ecuador...
- MESA Gregorio, "Derechos ambientales en perspectiva de integralidad. Conceptos y fundamentación de nuevas demandas y resistencias actuales hacia el Estado Ambiental de Derecho", primera edición, editorial Universidad Nacional de Colombia, Bogotá D.C., 2007
- PÉREZ Efrain, DERECHO AMBIENTAL, McGraw-Hill Interamericana, S.A., Santafé de Bogotá, Colombia 2002.

PUBLICIDAD ARTESANAL

Por: Nancy Quinatoa
Estudiante del ITI



Foto: Nancy Quinatoa



Foto: Nancy Quinatoa



La Publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros con la finalidad de atraer a posibles espectadores, usuarios, seguidores u otros. (Beatriz Tagle, 2015). Además utiliza diferentes estrategias para que sean conocidos los productos.

La publicidad artesanal o publicidad hecha a mano se ha convertido en una nueva tendencia ya que al ser original, económica y de alto agrado visual, sirve para promocionar diferentes productos y servicios y así poder enganchar a los posibles clientes.

Estrategias de marketing actual

En la actualidad se proponen diferentes estrategias de marketing con el fin de diferenciarse de la competencia, y acaparar propuestas de valor o ventajas de competitividad.

La proposición de valor debe cumplir los siguientes criterios según Yuste, 2015:

Ser Importante: la diferencia debe proporcionar un beneficio altamente valorado por un número suficiente de clientes.

Ser Distintiva: la diferencia no debe ser ofrecida por la competencia, a no ser que la compañía la ofrezca de forma particular.

Ser Superior: la diferencia supera a otros medios que podrían proporcionar el mismo beneficio.

Ser comunicable: debe ser visible para los compradores.

No ser imitable: no debe ser fácilmente reproducible por la competencia.

Ser costeable: el comprador debe tener poder adquisitivo para pagar la diferencia.

Ser rentable: La compañía debe encontrar beneficio para establecer la diferencia.

Las tecnologías digitales han dado un cambio a los diferentes procesos de comunicación, así como también a las rutinas diarias del ser humano y a los diferentes procesos de transformación para el

trabajo. Sus modelos que cada vez se tornan más exigentes, mantienen una competencia de cómo llegar más al público estableciendo patrones de consumo. Tiendas especializadas en realizar trabajos artesanales venden sus productos mediante tiendas online, promoviendo la filosofía DIY siglas que significan "do it yourself" o "hazlo tú mismo", produciendo calidad ante las producciones a gran escala.

El handmade o hecho a mano se ha puesto de moda en la actualidad y está marcando una nueva tendencia que recupera lo artesanal.

El diseño personalizado y la publicidad artesanal, consiguen construir imágenes personalizadas y popularizadas, brindando soluciones a las necesidades de promoción. Algo distinto como marca que requiere más horas de trabajo que el trabajo digital per se. Se pueden encontrar distintos sistemas de publicidad artesanal: arte

urbano, lettering, stop motion, bodypaint, rotulación, cartelería express, serigrafía.

Estas estrategias se basan en promocionar algo con originalidad para que sobresalga y produzca un consumo entre los espectadores. El objetivo principal: superar a su competencia en estilo al invertir más horas de trabajo, haciendo énfasis en la calidad.

Lettering

"Letras dibujadas, lo que entendemos por trabajos con un gesto manual y por lo tanto, por su imperfección y estilo libre. En la actualidad, está de moda debido al movimiento hecho a mano y el vintage". (Tomasalud, 2016)

El lettering es un gran elemento para publicidad porque personaliza un negocio de forma legible y creativa. Se

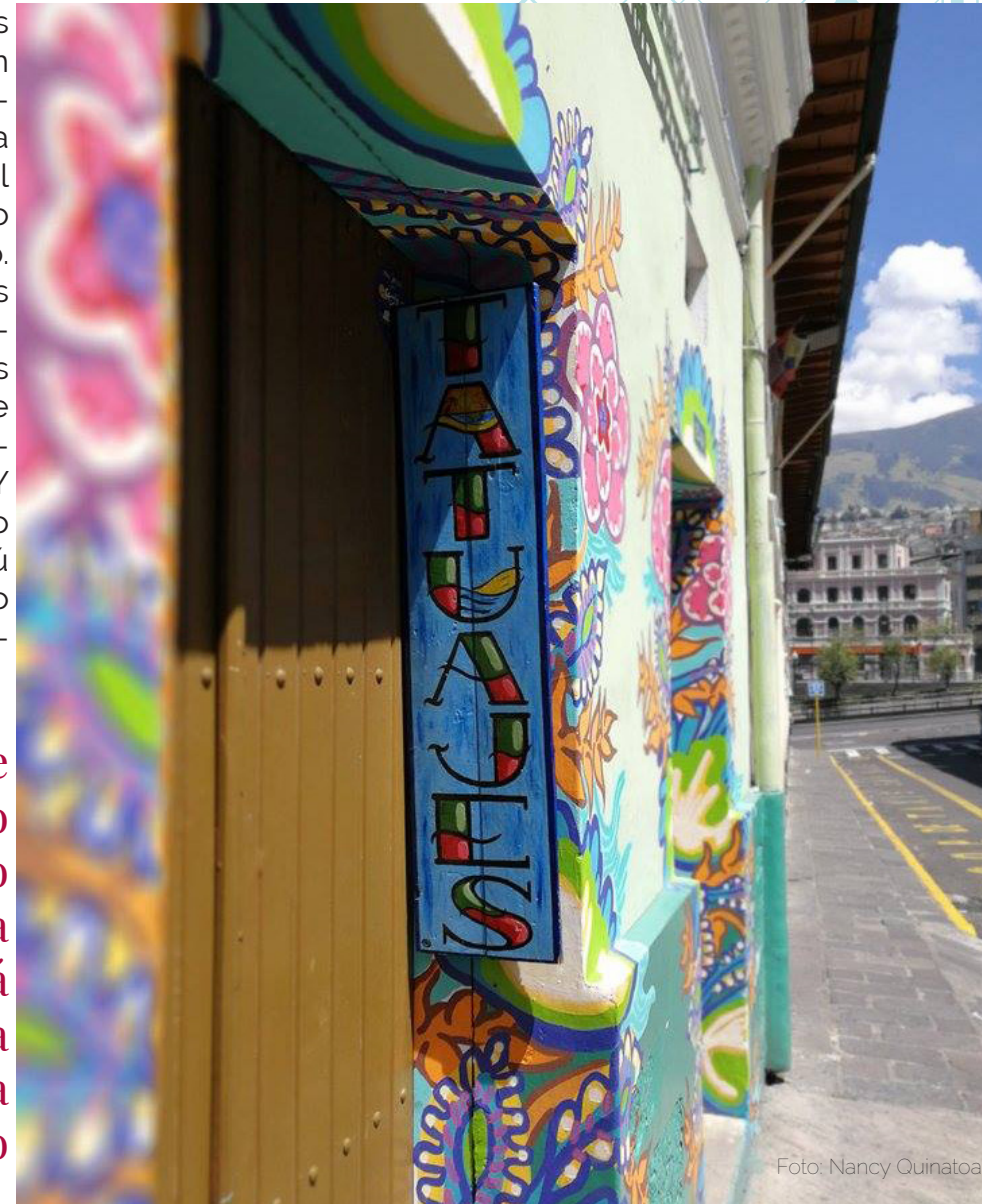


Foto: Nancy Quinatoa

combinan tipografías con líneas rectas y otras más orgánicas para dar un resultado más ameno. Además, también se pueden añadir ornamentaciones o texturas, alargar determinadas letras para dirigir la mirada del espectador o jugar con diferentes tamaños para focalizar la atención en una parte concreta del mensaje.

Muros pintados

Medio alternativo de transmitir un mensaje publicitario, el cual es pintado acorde a lo que se desee mostrar; puede, dependiendo de su estilo, embellecer el espacio en el que es utilizado y realzarlo. A pesar de que los murales pintados fueron olvidados, esta nueva tendencia genera un efecto viral que permite la fácil repercusión del mural.

Stop motion

Actualmente se ha convertido en una de las formas de publicidad más utilizadas, ya que se trata de la creatividad de animación de una serie de fotografías. Existen dos grandes tipos de animaciones: la animación de plastilina o cualquier material maleable y las animaciones de objetos más rígidos

Serigrafía

Es un método de impresión que permite reproducir una imagen en diferentes tipos de materiales, sin perder calidad pese a sus repeticiones en el estampado.

Bodypaint

Es un tipo de arte que consiste en pintar cuerpos, algo que transmita y logre captar la atención. Esta estrategia ha llegado a ser una de las más usadas para promocionar diferentes patrones de consumo.

Cartelera express

"Es un soporte plano sobre el que se fijan anuncios o carteles que contienen mensajes breves con la finalidad de captar la atención de los usuarios" (Grupographic, 2011). Por lo general es lo más utilizado ya que no se invierte mucho tiempo. ★



Bibliografía:

- Tomasalud. (22 de 10 de 2016). Obtenido de <http://tomasalud.com/archivos/30539>
- Grupographic. (27 de 10 de 2011). grupographic. Recuperado el 15 de 08 de 2017, de <http://grupographic.com/que-es-va-una-publicitaria/>
- Yuste, B. (2015). Barbara yuste. Recuperado el 04 de 07 de 2017, de <http://www.injuve.es/sites/default/files/14.%20Las%20nuevas%20formas%20de%20consumir%20informaci%C3%B3n%20de%20los%20j%C3%B3venes.pdf>

ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES y su influencia en el desempeño, aplicado a establecimientos gastronómicos

Por: Mgt. Guido Santamaría
Chef Asesor y Coaching

Introducción

En un mundo globalizado y moderno todo evoluciona; los negocios alimenticios como restaurantes también se incluye en esta evolución; tanto las técnicas de cocina como sus equipos y diseños son ahora más modernos. En ese entorno, los cocineros también necesitan actualizarse pero no solo en conocimientos sino además en una preparación para desenvolverse en niveles de presión constante y con resultados inmediatos. Para conseguir esto, es necesario que los cocineros estén motivados y que puedan lograr los resultados esperados por la administración.

Problema

Factores como: alta rotación, baja autoestima, desvalorización del cargo, clima laboral incompatible, salarios injustos e inseguridad pueden ser razones por las cuales deberían plantearse estrategias motivacionales que minimicen el efecto de agentes psicosociales y que puedan ser la causa de una posible baja en el desempeño.

¿Influye de alguna manera utilizar técnicas adecuadas de motivación en el desempeño laboral para propiciar un mejor ambiente en el personal de cocina y de esta manera lograr los objetivos planteados por la administración y aún más que los empleados se comprometan con la misión y visión organizacional?

La industria de la restauración alimenticia "Restaurantes" ha crecido notablemente gracias al incremento de turistas nacionales e internacionales que manejan una cultura de servicio y un conocimiento de la calidad lanzando el desafío por mejorar los niveles de gestión de eficacia y servicio. En ese contexto el talento humano de cocinas de restaurantes donde se encuentran profesionales como: chefs ejecutivos, cocineros polivalentes, chefs de partida, ayudantes de cocina, posilleros, pasteleros, panaderos, carniceros, bodegueros y personal de limpieza de áreas internas tienen el objetivo de ser más competitivos.

Las estrategias de la mayoría de administradores de negocios se

enfoca más en optimizar tiempos, procesos y recursos y para ello se contratan muchas veces capacitaciones pero ¿realmente se cumple con el objetivo?

El personal de cocinas debe permanecer en actividad física y mental durante ocho horas y a veces hasta 14 horas seguidas lo que le lleva a un desgaste fuerte y esta condición puede ser determinante en las últimas horas de trabajo porque el rendimiento no es el mismo y la capacidad creativa se ve disminuida. Se recomienda realizar pausas activas adaptadas para el medio o a su vez replantear los horarios para que no tengan mucha carga, el trabajar muchas veces más de 8 horas sin pausas provoca una decadencia en todo sentido.



Foto: Pixabay

Algunos datos

El nivel de rotación que existe en el personal de cocinas de muchos restaurantes en general, según estudios realizados por Quito Turismo y el Ministerio de Trabajo, es bastante preocupante sobre todo en trabajadores de menos de 30 años de edad; los que superan esa edad son más constantes y realmente valoran y cuidan mucho su trabajo. Además sumado a esto y debido a la falta de empleo y las circunstancias se valora y se defiende, si cabe el término el trabajo y la posibilidad de crecer en el mismo.

Las estrategias motivacionales que aplican los administradores en la mayoría de restaurantes son: capacitación, inducción, incentivos económicos por ventas en general del restaurante, 10% de servicio, reconocimientos por tiempo de trabajo o antigüedad.

El 40% del personal de restaurantes en el área de cocina son cocineros polivalentes y apenas el 17% son chefs profesionales.

Existe aún predominancia de personal masculino un 67%, porque aún se considera el trabajo fuerte y de resistencia.

Un alto porcentaje, 71% realmente se siente identificado con su actividad, su profesión y con el establecimiento. Es decir que valoran mucho el trabajar en un hotel o restaurante que tenga: categoría, prestigio, tradición y excelente infraestructura.

El personal de cocinas considera que no está dando un 100% de esfuerzo por tanto los factores motivantes pueden mejorar el desempeño, pero esto depende de que su remuneración sea justa a tiempo, de los reconocimientos económicos.

El clima laboral es un factor motivante determinante para un mejor desempeño, el 94% de la gente que trabaja en restaurantes considera que la relación con su jefe y compañeros es importante para mantener un buen ambiente laboral que repercute positivamente en el desempeño y la consecución de los objetivos planteados por la empresa o restaurante, razón por la que sería importante plantear una investigación sobre este tema.



Foto: ITI

Conclusiones

El desempeño de los trabajadores actualmente es valorado por los jefes y administradores como muy bueno, pero cabe destacar que no se hace evaluación del desempeño y tampoco hay evidencia de medición de resultados tangibles con o sin motivación.

Todos los años se abren nuevos restaurantes de diferentes categorías, muchas realidades en cada establecimiento pero muchas veces los factores motivantes no son los mis-

mos; cada restaurante es una persona viva y como tal tiene sus propias características y motivaciones.

El talento humano de cocinas es el alma de estos establecimientos y el principal motor que realmente determina el crecimiento o no del negocio. Las condiciones de trabajo en cocinas como: el alto nivel de exigencia física y mental, el peligro constante, la presión y la carga horaria hacen que muchas veces sea importante

la motivación a través de diferentes alternativas que los administradores, dueños y jefes puedan dar a sus colaboradores; Es por tanto importante tomarlo en cuenta para plantear estrategias motivacionales que dependen de circunstancias particulares de cada establecimiento, teniendo como objetivo pero el objetivo minimizar estos agentes psicosociales que pueden ser la causa de una posible baja en el desempeño. 📌



Foto: Pixabay

Bibliografía:

- Cook, M. - Coaching Efectivo "Como aprovechar la motivación oculta de su fuerza laboral" Editorial Mc Graw Hill
- Dressler, G., & Varela, R. (2011). Administración de Recursos Humanos, enfoque latinoamericano. México: Prentice Hall.
- Fernando Casanova Formación Boletín nº153 CinterforMintevideo 2002
- Gallego, J. F. - Hostelería y Productividad

MAQUILLAJE NO INVASIVO DE ALIMENTOS EN EL ITI

Por: MSc. Noemy Sandoval Ortiz

Hacer una sesión de fotos con seres humanos implica maquillaje, ropa bonita, una locación adecuada, iluminación controlada, un toque de sensualidad y un buen aparato fotográfico...

Para hacer publicidad de alimentos cualquier recurso es válido con tal de encontrar el ángulo justo para que el consumidor sienta deseo de comer aquello que estamos fotografiando, desde aceite para bebé, pegamento, laca para cabello, desodorante hasta crema para peinar pueden ser incluidos en las fotografías de alimentos... el objetivo: vender el producto...

La misión de un fotógrafo publicitario es capturar imágenes que provoquen un sabor apetitoso en el paladar de la persona que mira la imagen.

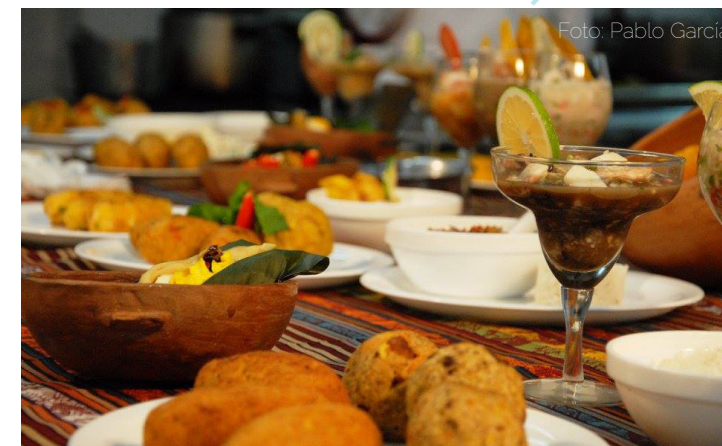


Foto: Pablo García



Foto: Pablo García



Foto: Pablo García

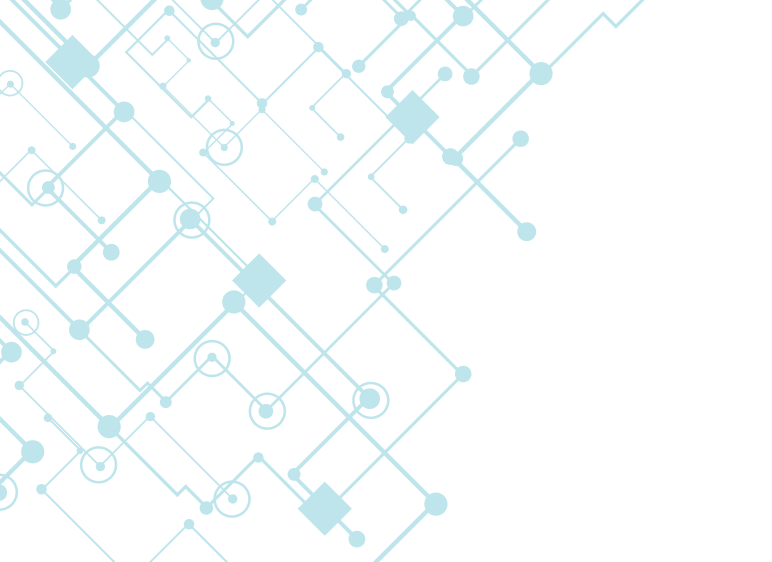


Foto: Pablo García

Si bien es cierto que para los alimentos algunos factores como el clima, la humedad, el calor y el tiempo transcurrido pueden ser determinantes, es indiscutible que con la cámara adecuada y la iluminación ideal se pueden realizar fotografías de ensueño.

Algunos de los secretos mejor guardados de los "fotógrafos de alimentos" se mencionan a continuación:

Para fotografiar la cerveza en forma apetitosa se usa la espuma del jabón líquido para que se mantenga más "apetecible"

Para la leche con cereal se suele reemplazar la leche con pegamento, crema de peinar, protector solar o grasa para evitar que la coloración original de la leche cambie o que el cereal pierda su aspecto crocante según afirma Denisse Stillman¹

¹ <http://www.deleitese.co/los-6-trucos-mas-usados-por-los-publicistas-de-comida-128>



Foto: Pablo García



Foto: Pablo García

Stillman afirma también que la crema de afeitar reemplaza eficientemente a la crema chantilly en los helados manteniendo su forma y consistencia y que los cubos de hielo hechos de plástico son perfectos al momento de fotografiar bebidas alcohólicas.

El vapor apetitoso de la comida caliente incluye el uso de incienso o de humo de tabaco para lograr el efecto de calidez en los sentidos

En Quito, Food Idea con Yolanda López², estilista de alimentos desde hace 26 años, afirma que los fundamentos para el maquillaje de alimentos son los mismos que en el ámbito internacional. Sin embargo, es un hecho innegable que algunos alimentos no requieren de maquillaje para lucir apetitosos, por ejemplo: las manzanas cuya cera natural les permite pre-

² <http://www.elcomercio.com/sabores/trucos-maquillaje-alimentos-gastronomia-publicidad.html>



Foto: Pablo García



Foto: Pablo García

Ahora, la norma suele ser recurrir a la creatividad del chef y a la del fotógrafo, combinadas para crear fotografías que por sí solas, sin invasión alguna de productos "no comibles", puedan resultar atractivas a los sentidos del consumidor.

sumir de brillo sin sustancias ajenas a la fruta, algo que no sucede con las peras las cuales requieren algo de laca para brillar.

El fotógrafo Marco Andino, de Food Idea, narra una singular manera de fotografiar helado. Puré de papa combinada con colorante y voilà helado de cualquier sabor. Un recurso muy útil si se toma en cuenta que la iluminación de las fotografías publicitarias utiliza reflectores con calor intenso.

Otra forma de engañar a la mente es utilizar el desodorante para darle a un vaso el aspecto de estar frío con gotas suspendidas en la superficie.

Ventajosamente, en la actualidad, se ha logrado racionalizar el uso de estos factores "ajenos" a los alimentos manteniendo una visión más realista de la comida pero guardando su cualidad de apetitosa...

Ahora, la norma suele ser recurrir a la creatividad del chef y a la del fotógrafo, combinadas para crear fotografías que por sí solas, sin invasión alguna de productos "no comibles", puedan resultar atractivas a los sentidos del consumidor.

Esa experiencia realística del maquillaje de alimentos se realizó en el ITI el semestre pasado de la mano del profesor de Fotografía³ y con el apoyo de alumnos de Diseño Gráfico e Industrial; combinando la creatividad de los alumnos de gastronomía y de la fotografía se consiguieron resultados muy apetitosos sin el uso de ninguna sustancia extraña salvo el desenfoque de la cámara, la iluminación cenital y los ángulos de ocultamiento.

Creatividad para ser originales... esa es la idea que comanda la innovación en el ITI! 🌟

³ Fotos cortesía del Ing. Pablo García Montenegro, profesor de Fotografía I y II, Semestre Abril-Septiembre 2016.

REVENUE MANAGEMENT: El Tema Pendiente de los Administradores de A&B

Por: Ing. Gustavo Valencia

El Revenue Management RM “vender el asiento correcto, al cliente correcto, al precio correcto, en el tiempo correcto”

El Revenue Management RM ha sido, sin duda alguna, un concepto innovador en la industria de los hoteles, pero sigue siendo la gran tarea pendiente en muchos establecimientos que brindan servicios de alimentos y bebidas. Es más que común pensar que el Revenue Management RM en restaurantes implica reducir costos y por ende la calidad del servicio.

Pero, ¿Qué entendemos como Revenue Management RM para restaurantes? Sheryl E. Kimes lo define cómo “vender el asiento correcto, al cliente correcto, al precio correcto, en el tiempo correcto” (Salvó, 2014). Su objetivo es maximizar los ingresos por asiento disponible/hora, gestionando correctamente el precio y la duración de la comida.

El RM no es solo hablar de ciertas operaciones matemáticas que nos permitirán tomar decisiones. Empieza desde el mismo diseño de todas las instalaciones del negocio y en particular las del comedor, el diseño y planificación del menú e incluso el tiempo que tarda la preparación de los alimentos en el área de cocina.

Los establecimientos de alimentos y bebidas en su origen u operatividad manejan siempre dos variables: la duración y el precio.

La clave principal para poner en marcha esta herramienta de gestión es crear un hábito de recolección de datos e información y por otra parte tener claro todos los procedimientos operacionales y administrativos mediante la estandarización de sus procesos.



Foto: Freepick

Los pasos para la implementación podemos resumirlos en los siguientes:

Estandarización de las recetas (los costos deben ser calculados de forma exacta),

Determinación de la nómina necesaria y exacta, distribuidos en los diferentes momentos de operación del restaurante (acomodación y bienvenida, toma del pedido, servicio y facturación),

Sistema para la recopilación de datos informativos (pronósticos

de ventas, popularidad y rentabilidad e incluso la tipología de los comensales),

Capacitación constante para el equipo del salón en ventas y persuasión al cliente.

Actualmente, los administradores de los negocios de A&B utilizan como única estrategia para abaratar costos a la reducción de personal, disminución de calidad en la materia prima, etc; sin pensar que, aplicando esta herramienta, podrán maximizar sus ingresos de una forma menos drástica.



Foto: Freepick

Al ser el RM una herramienta para maximizar ingresos, hay que tener en cuenta las siguientes tácticas que apoyaran a los administradores para obtener los resultados esperados:

- Tácticas vía/precio:
- Incrementos de los precios de la carta (cuando existen fechas especiales y la capacidad instalada al 100%),
- Eliminación de menús de precio reducido de acuerdo a temporada,
- Precios mínimos para grupos grandes, entre otros.
- Tácticas vía/tiempo:
- Reducción del tiempo de servicio,
- Mejora de las operaciones y procesos,
- Rediseño de la carta en función del tiempo de servicio,
- Adecuación del número de empleados suficiente a cada franja horaria,
- Eliminación de la venta sugestiva de extras que alarguen la estancia,
- Gestión eficaz de la lista de espera, gestión eficaz de las reservas.

En conclusión, el RM se ha discutido durante los últimos 15 años y representa un área fértil para la investigación futura. Es responsabilidad de los profesionales del sector conocer e implementar este tipo de estrategias necesarias para el éxito de este complejo y apasionado mundo de los alimentos y bebidas. 📌

Debe quedar claro que la implementación de estas tácticas de RM son aplicables en cada caso según las particularidades de cada establecimiento y, por supuesto, manteniendo siempre el nivel de consistencia del servicio.

Bibliografía:

- Salvó, J. R. (2014). Aplicación del Revenue Management en la Restauración. Valencia: Formahostel.

CINE ECUATORIANO

Por: MSc. Pablo García Montenegro



La Dinastía Cordero tiene un lugar bien ganado en la producción cinematográfica ecuatoriana desde los noventa. Viviana Cordero es escritora y directora de cine y de teatro. Ha sido autora de los guio-

nes de varias películas: Sensaciones, Un titán en el ring, Retazos de vida y No robarás... (a menos que sea necesario) y realizó una serie para televisión llamada El Gran Retorno. Para teatro su trabajo ha

sido muy comentado y como escritora tiene a su haber cinco novelas: El paraíso de Ariana, El teatro de los monstruos (tres ediciones cada una), Voces, Mundos Opuestos y Una pobre..., tan qué hace.

Viviana Cordero está catalogada como una de las directoras más influyentes de su generación a nivel nacional

Su quinta película es acerca del amor y el desamor, la discapacidad, la ternura y la superación. Temas olvidados en una realidad indiscutiblemente más consumista que humanista.

En palabras de la misma Viviana: "Cuando decidí aproximarme a intentar la quinta¹, aparecieron en mi vida Joaquín Wappenstein, quien sufre de epilepsia debido a un tumor cerebral, y Nicolle Herdoíza, quien tiene síndrome de Down. Al conocerlos, me percaté de que quería contar sus historias, no de manera documental, sino como yo escribo, con una dosis de ficción. Me di cuenta, también, que quería cuestionar lo que conocemos como la "normalidad", en contra-posición a la vida de las personas que enfrentan sus discapacidades".

Viviana Cordero afirma que en Ecuador es bastante complicado hacer una película por lo que ella considera una bendición haber podido crear y dirigir su quinta producción para estrenarla en el 2017

Viviana cree que es un reto mantener como hilo conductor de la historia a la enfermedad del protagonista pero está convencida que aquello que plantea es el cuestionamiento a la normalidad de una persona común. Cordero afirma que tanto Martina como Mateo tienen discapacidades pero eso no excluye a los demás "normales" de tener un cierto viso de anormalidad. La pregunta que surge en medio de la producción es ¿quién es verdaderamente normal?, sostuvo Cordero².

La totalidad del proyecto ha llevado cuatro años y aunque la filmación propiamente dicha estaba programada para tres meses, Cordero ha comentado que esta etapa de la película se hará siguiendo el ritmo de actuación de Mateo y Martina quienes no tienen experiencia en actuación aunque sí un gran talento.

¹ <http://www.soloesunamas.com>

² <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/10/06/nota/5839225/viviana-corderi-aborda-discapacidad-filme>



Foto: AyniMagazine2



Foto: Pablo García

SINOPSIS

Mateo tiene veinte años. Le gusta el fútbol, el cine clásico, las chicas y el café. Su único problema es la epilepsia por un tumor cerebral. Tiene casi a diario una convulsión a la cual él responde siempre "solo es una más" frase que dio título a la película. Cada ataque puede ser fatal y a pesar de su condición, cuando conoce a Natalia, su vida se llena de romance. Ella es hermosa, alegre y carismática.

Natalia ama la vida y siempre logra una sonrisa de la gente que conoce. Su problema es que en su cabeza tiene conflictos que no puede controlar llevándola a tomar decisiones extremas en un momento dado.

Martina tiene veinte años. Le gusta bailar y cantar. Su único problema es que nació con síndrome de Down.

Los tres personajes viven en medio de las crisis comunes a los adultos "normales": Julia, madre de Martina, no logra aceptar su divorcio, a pesar de estar separada hace ya 10 años. Esteban, padre de Mateo, aún no ha logrado superar la muerte de su esposa.

Ésa es la vida, con altos y bajos, con sueños y desilusiones, con amores y desamores. Todos la pelean a diario para sonreír y buscar su camino. Todos con su luz y con su sombra³. ↗

REPARTO

- MATEO (Joaquín Wappenstein)
- NATALIA (María Teresa Guerrero)
- MARTINA (Nicole Herdoíza)
- ESTEBAN y el SOMBRERERO (Pedro Saad)
- NADIA (Rebeca Salas)
- ANTONIO (Pablo Contreras)
- MUJER MEDIEVAL (María Gabriela Uribe)
- ARIANA (Irina Gamayunova)
- ARMADURA (Vicente Mejía)
- ENANA (Maritza Valarezo)



Foto: Acelerando.com



Foto: Facebook/Solo es Una mas

³ <http://www.soloesunamas.com>

ADIVINANZAS

Tan largo como un camino,
Proviene de vegeta,
Y a pesar de su extensión,
En un cesto puede estar.

Dicen que soy rey y no tengo reino;
Dicen que soy rubio y no tengo pelo;
Afirman que ando y no me meneo;
Arreglo relojes sin ser relojero.

Cuanto más se moja
Más te seca. ¿Qué es?

El pescador en la mar
Y el soldado en la garita:
Entre las dos hallarás
Una flor muy bonita.

Verde me crié,
Rubio me cortaron,
Maduro me molieron,
Blanco me amasaron.

Habla y no tiene garganta,
Entona y no tiene voz;
Si quieres que cante, canta
Y si no lo quieres, no.

Dos torres altas,
Dos miradores,
Un quitamoscas,
Cuatro andadores.

Foto: Freepick

(El Sol), (El Hilo), (La Toalla), (La Margarita), (El Trigo), (La Radio), (El Toro)

Canción de Moda 'SI TÚ LA VES (FT. WISIN)'

Y si tú la ves...
Ve y dile, vine a buscar lo que se
llevó...
Mi vida y felicidad
Digale, que esta frío el corazón
Desde que ella se marchó
Necesito de su amor
Pa' que sane este dolor

Y si tú la ves...
Ve y dile, vine a buscar lo que se
llevó...
Mi vida y felicidad
Digale, que esta frío el corazón
Desde que ella se marchó
Necesito de su amor
Pa' que sane este dolor

Aaaah!
Pa' que sane este dolor
Aaahh!
Doble!

Yo no funciono sin ella, recuerdo me
atropella
Se roba mi corazón, hay que hacer
una querella
Trato de borrar tu huella con un
cigarro y una botella

Tú eres la baby que me lleva a las
estrellas
Mi flan de coco, me pone visoroco
Me pongo nervioso de solo pensar
que te toco
Y va guiándome y llamaste y por
poco choco
A mi tú no me engañas, tú eres loca
con el loco

Tú quieres que me humille, tú quieres
que me arrodille
Pero cuidado con el guille porque a
la que te pille
Con besos mojados haré que te
maravilles
No estaré tranquilo hasta que en el
Ferrari te pille

Y si tú la ves...
Ve y dile, vine a buscar lo que se
llevó...
Mi vida y felicidad
Digale, que esta frío el corazón
Desde que ella se marchó
Necesito de su amor
Pa' que sane este dolor

Y si tú la ves...
Ve y dile, vine a buscar lo que se
llevó...
Mi vida y felicidad
Digale, que esta frío el corazón
Desde que ella se marchó
Necesito de su amor
Pa' que sane este dolor

Aaaah!
Pa' que sane este dolor
Aaahh!

Ahora una botella, es lo que ahora el
amor por ella
La estoy buscando, ya quiero verla
Estoy perdido y no sé qué hacer

Y me ha dejado una huella
Me paso hablándole a las estrellas
Ay que le digan que yo sin ella
Creo que voy a enloquecer

Quisiera saber, de una vez
Porque de mi ella se fue
Si un día la ves, preguntenle
Si conmigo quiere volver

Aaahh!
Si conmigo quiere volver...

Y si tú la ves...
Ve y dile, vine a buscar lo que se
llevó...
Mi vida y felicidad
Digale, que esta frío el corazón
Desde que ella se marchó
Necesito de su amor
Pa' que sane este dolor

Aaaahh!
Pa' que sane este dolor
Aaaaahh!

Auspiciado por el **Ministerio de Turismo** para promover la imagen del país en el mundo a través de la participación de diferentes artistas internacionales.

ALL YOU NEED IS ECUADOR .TRAVEL
ecuador love life

RECETA ESTÁNDAR DE CÓCTELES

CÓCTEL CLIMA DE QUITO 2.0

Por: Zayda Gissela Santamaría García
Estudiante del ITI

PREPARACIÓN

- Se empieza midiendo los ingredientes.
- En una coctelera se agregan tres hielos.
- Después se añade una cucharada y media de crema de leche.
- Se adiciona una onza y media de crema de menta.
- Se pone finalmente la media onza de Trópico, se vierte en la copa.
- Y se decora con una pajilla, una cereza y está listo para disfrutar.



Foto: Xavier Toapanta

HISTORIA

El cóctel clima de Quito 2.0 surge inspirado por el clima de la capital ya que en un solo día se pueden experimentar diferentes tipos de clima, desde el sol más sofocante hasta la lluvia más pertinaz.

PORCIONES: 1					Nº 032	
INGREDIENTES	MARCA	CANT. USADA	UNIDAD	COST. UNIT.	COST. PORCIÓN	COST. TOTAL
Crema de menta	Bols	1,0 oz	Botella	8,00	0,47	0,78
Crema de leche	Lechera	1, cda	Funda	1,50	0,10	0,09
Trópico		0,5 oz	Botella	10,60	0,17	1,00
SUBTOTAL						1,87
10% DECORACIÓN						0,19
TOTAL						2,06
UNIT. COST						6,18

Foto: Freepick

COCONUT SUN

Por: Johana Coyago
Estudiante del ITI

INGREDIENTES:

- Hielo
- 1 onza de tequila
- 4 onzas de jugo de mango
- ½ onza de triple sec
- 1 onza de Coconut Jac

PREPARACIÓN:

- En un vaso largo se pone hielo, 4 onzas jugo de mango, 1 onza de tequila, ½ onza de triple sec y 1 onza de Coconut Jac, se decora con una cereza roja y un sorbete

HISTORIA

Este cóctel fue creado para que las personas lo disfruten ya que en una playa no se encuentra muchas bebidas como esta.

Esta bebida es muy suave, no contiene mucho alcohol.



¿SABÍAS QUÉ?

¿Sabías que está comprobado que los hombres cambian de opinión dos a tres veces más a menudo que las mujeres?

¿Sabías que algunos estudios sugieren que el 70 % de nuestro estrés y la depresión son a menudo provocados por el exceso de simplemente pensar demasiado?

¿Sabías que Colón fue el primer europeo que conoció el árbol del cacao?

¿Sabías que el músculo más potente del cuerpo humano es la lengua?

¿Sabías que Sócrates enseñó a Platón, Platón enseñaba a Aristóteles, Aristóteles enseñó a Alejandro Magno?

¿Sabías que Thomas Edison tenía miedo a la oscuridad, por eso inventó la bombilla eléctrica. También inventó el fonógrafo, aparato para grabar sonidos?

¿Sabías que tú cerebro es más activo de noche que de día?

¿Sabías que las mujeres dicen más de 7000 palabras por día y los hombres solo 2000...?

¿Sabías que la Mona Lisa no tiene cejas ni pestañas?

¿Sabías que hay más organismos vivos en un ser humano, que seres humanos en la faz de la tierra?

¿Sabías que el color verde es tóxico y no ecológico?

¿Sabías que las pirañas ladran cuando cazan?

¿Sabías que el estrés continuo provoca la aparición de caries?

¿Sabías que en el Ecuador se hablan 14 lenguas ancestrales?

¿Sabías que el primer bolígrafo se fabricó en Argentina?

¿Sabías que el dolor viaja por nuestro cuerpo a una velocidad de 130 km/h?

¿Sabías que cuando el pelo está mojado se puede estirar hasta un 50%?



Foto: Freepick





Foto: Juan Toapanta

Sesión Solemne
2017 en el Salón de
los Próceres de la
Asamblea Nacional.



Foto: Juan Toapanta



Foto: Juan Toapanta



Foto: Juan Toapanta



Foto: Juan Toapanta



Foto: Juan Toapanta



Foto: Juan Toapanta



Foto: Juan Toapanta



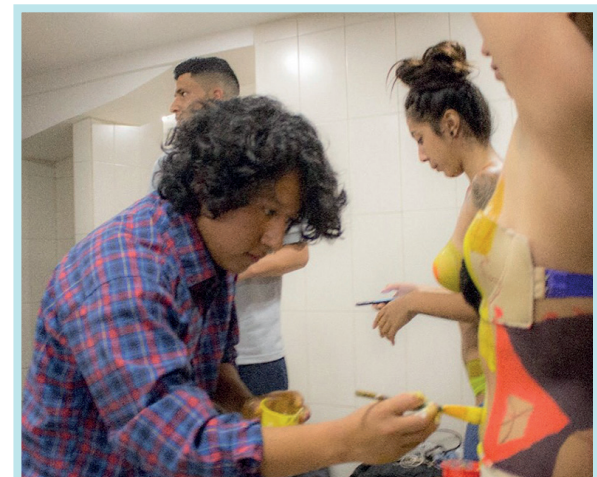
Foto: Juan Toapanta

Reconocimiento a
los estudiantes que
se han destacado
en cada una de las
carreras.

Sesión Solemne

Sesión Solemne





Exposición de trabajos de las diferentes carreras en el área de idiomas.



Foto: Jesús Herrera



Se hizo presente el Tecnológico Internacional ITI en la Casa Cultura Ecuatoriana, presentando el trabajo de sus estudiantes, body paint e información de las carreras.



El desfile partió desde el Centro Histórico hasta el sector La Mariscal, norte de Quito. El evento busca ser un conjunto de las diferentes fiestas de los diablos, celebradas durante todo el año en el país.

Diario EL COMERCIO
<http://www.elcomercio.com/actualidad/quito-preparativos-diablos-lamariscal-desfile.html>



Desfile, "Los Diablos se toman la Mariscal 2017". Participación de estudiantes y docentes de las carreras de: Guías Nacionales, Adm. Turístico y Diseño Gráfico

Fotos tomadas por: Jesús Herrera





La carrera de Diseño pudo realizar diferentes visitas a las instalaciones de canales de Televisión, Ferrero y Metálicas Sanguña.

Un semestre lleno de proyectos vinculados con la sociedad y el ambiente.

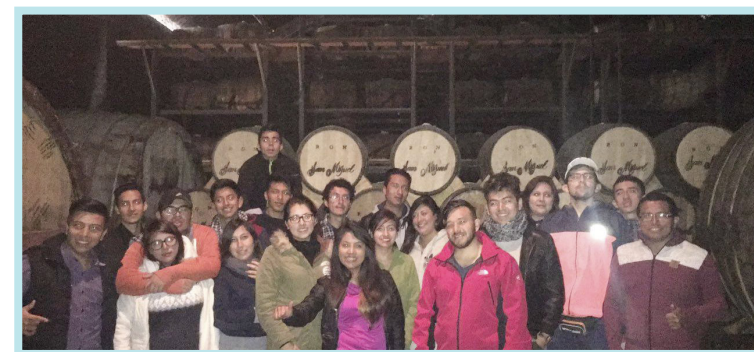
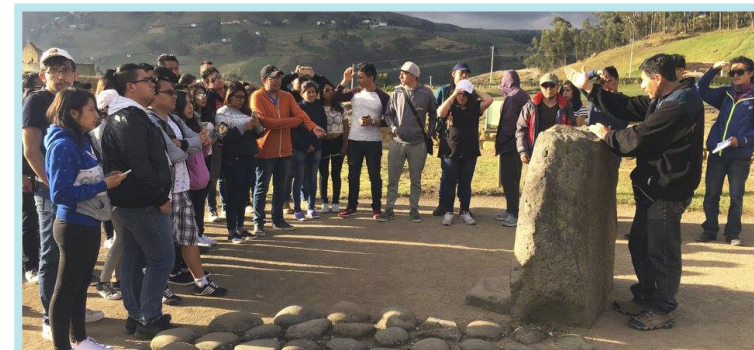




Foto: Jesús Herrera



Foto: Jesús Herrera



Foto: Jesús Herrera



Foto: Jesús Herrera



Foto: Jesús Herrera



Foto: Jesús Herrera



Foto: Jesús Herrera

CURSOS DE CAPACITACIÓN

Linked in. Coursequare YouTube Instagram Facebook

innoVa by ITI

Curso Community Manager

Semi presencial

Facilitador: Ing. Jorge Aguilar

20 Horas

Inversión 100,00 incluido IVA
Incluye: Material, certificado

innoVa by ITI

Curso Etiqueta y Protocolo Empresarial

Facilitadora: Msc. Pamela Ron

20 Horas

Inversión 47,00 más IVA
Incluye: Material, certificado

innoVa by ITI

Curso Primeros Auxilios

Semi presencial

Facilitador: Christian Celi

20 Horas

Inversión 40,00 más IVA
Incluye: Material, certificado

innoVa by ITI

Curso Seguridad y Salud Ocupacional

Semi presencial

Facilitador: Msc. Carlos Marcillo

20 Horas

Inversión: 100,00 incluido IVA
Incluye: Material, certificado



**Nuestras carreras
significan,
Mayores
oportunidades.**

Gastronomía
Estudios Ambientales
Guía Nacional de Turismo
Diseño Gráfico e Industrial
Hotelería
Administración Turística

• **Campus 1:** Av. 6 de Diciembre N25 y
Av. Colón • **Teléfonos:** (02) 2235831 /
2237664 / 2542540 / 2548987

• **Campus 2:** Av. 6 de Diciembre
N25-50 y Av. Colón • **Teléfonos:** (02)
2548940 / 2551725

• **Campus 3:** Ernesto Noboa Caamaño
E10-52 entre Av. 6 de Diciembre y
Coruña • **Teléfonos:** (02) 2543714 /
2527992 / 2548987

ACREDITADO



408-CEAACES-SE-12-2016

ITI Tecnológico
Internacional



@Institutoiti



Instituto Tecnológico
Internacional ITI



www.iti.edu.ec/
www.revistaitinnova@iti.edu.ec



iti.tecnologico