

REVISTA ACADÉMICA - 6TA. EDICIÓN



# PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

ABRIL - SEPTIEMBRE 2023



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO

## CRÉDITOS

Ing. Ana Cordero Clavijo, Mgs.  
**DIRECCIÓN GENERAL**  
Ing. María Cristina Moreria, Mgs.  
**DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
Instituto Superior Sudamericano  
**DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN**  
Ing. Verónica Paredes, Mgs.  
**COORD. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**  
Ing. Cristian Prieto, Mgs.  
**COORD. DESARROLLO AMBIENTAL**  
Ing. Sandra Barahona.  
**COORD. DESARROLLO DE SOFTWARE**  
Tigo. Pablo Duque  
**COORD. DISEÑO GRÁFICO**  
Ing. Leidy Mingo  
**COORD. ELECTRÓNICA**  
Lic. Mabel Serrano  
**COORD. ENFERMERÍA**  
Ing. René Jaramillo  
**COORD. GASTRONOMÍA**  
Ing. Luis Darío Granda  
**COORD. MECÁNICA AUTOMOTRIZ**  
Ing. Cristian Prieto  
**SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES**  
Lic. Johana Córdova  
**COORD. TALENTO HUMANO**

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

## ÍNDICE

PROYECTO <b>CAPACITARTE – CAJA DE AHORRO “UNIÓN ESTUDIANTIL”</b>	7
PROYECTO <b>AMACHAY FOMENTA TU FUTURO EN LA INFORMÁTICA</b>	13
PROYECTO <b>ESTOY CONTIGO</b>	19
PROYECTO <b>PHONE FUSION 3D</b>	27
PROYECTO <b>KALIKAI</b>	33
PROYECTO <b>“UMAMI”,</b>	41
PROYECTO <b>UTKANA</b>	47
PROYECTO <b>KIT BÁSICO DE SEGURIDAD PARA EL HOGAR</b>	53
PROYECTO <b>ACHIK - DESTELLOS PARA TU VIDA</b>	61



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

# PROYECTOS INTEGRADORES SUDAMERICANO

ABRIL - SEPTIEMBRE 2023

PROYECTO

## CAPACITARTE – CAJA DE AHORRO “UNIÓN ESTUDIANTIL”

*“DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES PARA EL  
CRECIMIENTO ACADÉMICO Y ECONÓMICO DE LOS ESTUDIANTES DE  
LA TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA – CONTABILIDAD Y  
ASESORÍA TRIBUTARIA”*



### Resumen

La marca INNOVA Y EMPRENDE en el semestre abril - agosto 2023 desarrolla dos ideas de negocio innovadoras: Capacitarte (taller de herramientas contables, financieras y administrativa - SOFIA) y la Caja de Ahorro “Unión Estudiantil” (desarrollo de operaciones de crédito, depósitos a la vista y plazo fijo, etc.) el objetivo de los proyectos es generar a través de la academia emprendimientos que sean sostenibles y rentables en el tiempo, mismos que responden a la problemática propia de las carreras y a las necesidades de la ciudadanía determinadas a través de las encuestas de aceptación y satisfacción.



### Estudio de Mercado

En el cumplimiento de los objetivos del presente proyecto se aplicaron técnicas de recolección de información donde a través de encuestas que se recolectó información para diagnosticar el nivel de aceptabilidad que poseen los demandantes de los productos y servicios de la marca

“InnovayEmprende”, permitiendo determinar: gustos, preferencias, necesidades y comportamiento de los consumidores frente a las ideas de negocio planteadas. Se aplicó un estudio de mercado a la ciudadanía de Loja teniendo una muestra de 385 personas para la idea de negocio CAPACITARTE mientras que para la CAJA DE AHORRO al ser cerrada se tomó como universo a toda la comunidad educativa del ISTS dando una muestra de 200 encuestados.

Figura 1

¿Estaría usted dispuesto a invertir en un curso que aporte a su formación académica?

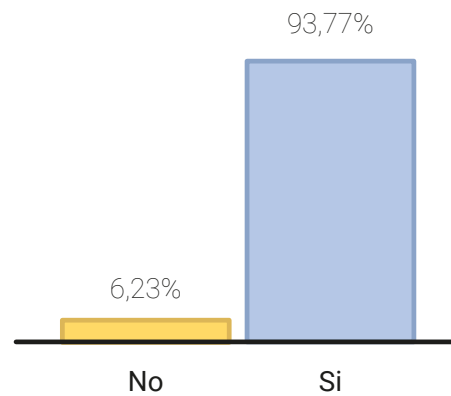
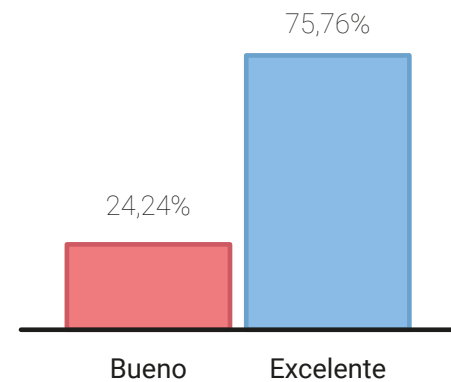


Figura 2

Satisfacción de Caja de Ahorro “Unión Estudiantil”



### Metodología

La metodología utilizada en el presente proyecto integrador fue de carácter cualitativa y cuantitativa no experimental es decir un enfoque mixto, en lo que se refiere a la parte cualitativa se recopiló información bibliográfica, diseño, elaboración, ejecución de encuestas de aceptación y satisfacción para comprender las opiniones o experiencias y así organizar la planificación, comercialización y venta del producto o servicio, en lo que concierne a la parte cuantitativa no experimental permitió conocer los resultados finales en términos monetarios, en otras palabras la utilidad obtenida en función del total de ventas y costo de producción para finalmente formular las conclusiones con un juicio de valor agregado propio de los autores.

### Objetivos General

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana – académica, obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

### Resultados destacados

Se implementó un proceso administrativo, contable y financiero en CAPACITARTE y la Caja de Ahorro “UNIÓN ESTUDIANTIL”, mismos que sirvieron para satisfacer la demanda generada en el mercado superando la planificación realizada obteniendo mejores resultados académicos y finalmente la presentación de resultados mediante un póster científico que permitió sintetizar la información generada en desarrollo del proyecto integrador, con los resultados de mayor importancia.





Se determinó la aceptación y satisfacción de los productos y servicios ofertados en la marca INNOVA Y EMPRENDE mismos que permitieron su posicionamiento en el mercado generando una ventaja competitiva y comparativa en el sector.

Los estudiantes adquirieron habilidades y destrezas necesarias para desarrollar el proceso administrativo es decir una planificación, dirección y control brindando servicios de calidad, con la capacidad de generar empresa y plasmar todos los conocimientos adquiridos en las aulas llevando la teoría a la práctica cumpliendo el modelo educativo del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.



**Listado de productos y servicios ofertados  
(Costos en Dólares y en Tasas )**

Nro.	Productos / Servicios Productos	Valor de Apertura \$	Costo/pasivo	Costo/Activo
1	Depósitos de ahorro	3,00	2,00	1,00
2	Depósitos a plazo fijo	100 - 200	12% anual	
3	Créditos de Consumo	20 - 100		0,25/\$5

**% DE UTILIDAD**

Ventas	Costos	Gastos	Utilidad en ventas
\$4500,00	100%	\$2340,20	52%
		\$540,00	12%
		\$1620,40	36%



**Transversalidad**

La diversidad de conocimientos que posee el Instituto Sudamericano (transversalidad entre carreras) dentro de su modelo educativo, fue de suma importancia para el desarrollo óptimo del proyecto debido a que permitió el mejoramiento de los productos y servicios que se ofertaron el presente semestre, se contó con el apoyo de la Carrera de Diseño Gráfico para la elaboración de imágenes publicitarias de la marca **INNOVA Y EMPRENDE** brindando a los demandantes productos de calidad; así también se brindó asesoría presupuestaria a la TS de Mecánica Automotriz, Desarrollo de Software, Diseño Gráfico y Desarrollo Ambiental.

**Conclusiones**

- Es preciso la aplicación de un estudio de mercado previo a ofertar un producto o servicio, con el fin de conocer la aceptación de la demanda local.
- Aplicar técnicas de comercialización para lograr expandirnos en el mercado y con ello maximizar ventas, optimizar recurso y asegurar una utilidad rentable en los emprendimientos.
- Presentar informes económicos razonables y detallados para demostrar ante los participantes del proyecto la veracidad de los resultados obtenidos.
- Seguir desarrollando proyectos integradores que tengan como fin complementar la teoría con la práctica y de esa manera cumplir con la filosofía institucional.





## EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



## AMACHAY FOMENTA TU FUTURO EN LA INFORMÁTICA



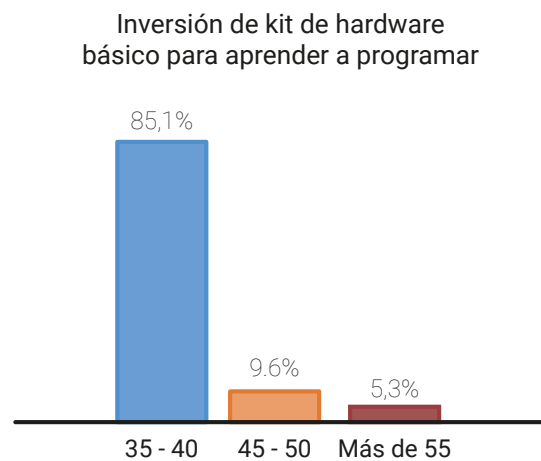
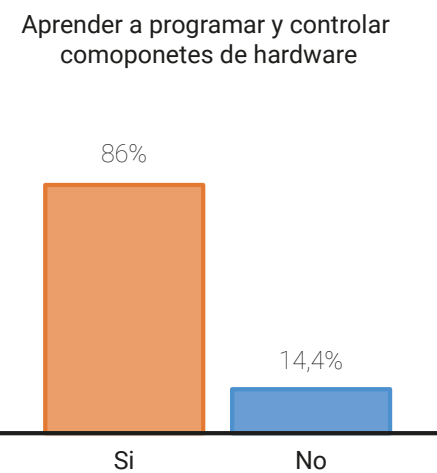
### Resumen

La Tecnología Superior en Desarrollo de Software forma parte de la oferta académica del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, como objetivo principal demostrar que los estudiantes de Tecnología Superior en Desarrollo de Software del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión, basada en principios y valores, aplicando la transversalidad con las diferentes áreas del conocimiento, en el emprendimiento denomina AMACHAY se actualiza con una versión del producto con la finalidad que permitirá el manejo del hardware básico y la programación que está dirigido para los niños y adolescentes, en la que les permitirá aprender a programar y armar el kit hardware mediante los manuales y videos interactivos.



### Estudio de mercado

el emprendimiento AMACHAY actualmente cuenta con productos elaborados y han salido al mercado, se actualiza un nuevo producto realizando el análisis del estudio antes de lanzar al mercado con el objetivo de comprobar si este puede ser rentable, se ha estimado en elaborar productos orientados al manejo del hardware básico y la programación, se elabora productos con las abreviaturas KH2 (Kit de Hardware básico 2), que permitirá a los niños y adolescentes armar el kit de hardware básico y programar, así mismo les permitirá aprender a programar y controlar el hardware; como emprendimiento permite incrementar productos nuevos y con proyecciones a la tecnología en Desarrollo de Software, la finalidad del estudio de mercado fue enfocada en elaborar productos en la programación y la electrónica básica; estuvo dirigido a la colectividad Lojana a fin de determinar la viabilidad del emprendimiento que asumirá el producto KH2, costos y presentación.



### Metodología

Método Fenomenológico: Hace referencia a los costos de inversión del proyecto AMACHAY en base a proformas; también aporta al estudio de mercado aplicado a la ciudadanía Lojana para determinar los productos y servicios a ofertar.

Método Hermenéutico: es aplicado en la comercialización de productos y/o servicios del emprendimiento AMACHAY con la abreviatura KH2 (Kit de hardware básico para aprender a programar), con la información del producto del kit KH2 se promociona mediante las redes sociales y otros medios de publicidad.

Método Práctico Proyectual: se orienta a la elaboración del kit, comercialización de los productos y valoración de resultados aplicado en capacitaciones personales y/o uso del canal de YouTube, asimismo haciendo uso de los manuales de la electrónica básica en la que les permite la programación básica y controlar el hardware mediante el producto KH2.

### Objetivos general

Demostrar que los estudiantes de Tecnología Superior en Desarrollo de Software del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

### Resultados destacados

en el desarrollo del proyecto integrador con nuestro emprendimiento AMACHAY del producto del kit KH1 se actualizo algunos elementos en el kit para mejorar las actividades prácticas en hardware, presentando un nuevo producto denominado como kit KH2 de hardware básico producto orientado para programar y controlar la electrónica básica.

El Kit de hardware y programación básica KH2 contiene los siguientes elementos: conectores, pulsadores, led, resistencias de 10 OHM, LDR 5mm, buzzer, sensor ultra sonido 4pin, wifi v3 CH340, protoboard 400 puntos el





elemento que se actualizo considerado como servo-motor de la misma manera contiene el manuales de usuario en la que le permitirá realizar 9 prácticas como: usabilidad, esquema lógico, simulación, procesos de programación, asimismo contiene un manual para realizar una práctica con Arduino haciendo uso de los elementos nuevos en la que le permite hacer uso el kit KH2.

Los estudiantes de Desarrollo de Software los capacitaron de forma personalizada como usar el kit y así mismo los manuales a los niños o adolescente a quienes hicieron la venta del producto. Los costos de producción del kit KH2, se logró el resultado con un promedio económico favorable como son los ingresos por ventas, el costo de producción está estrechamente relacionado con el sector tecnológico.

VENTAS TOTALES			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
19	Comercialización productos AMACHAY: Kits de hardware básico y programación KH2	\$35,00	\$665,00
<b>TOTAL, DE VENTAS</b>			<b>\$665,00</b>

\* El ingreso se definirá en función al número de kit vendidos por los estudiantes  
 \*\* Se está proyectando un mínimo de 1 kit por estudiante

### Transversalidad

Se trabaja con la Tecnología de Administración Financiera con la identificación de ingresos costos y gastos para determinar el precio de venta del producto KH2.

De la misma manera con la Tecnología Superior en Diseño Gráfico con la elaboración de material de la promoción publicitaria, marca del producto del kit KH2, en la que diseño la estructura del manual gráfico.

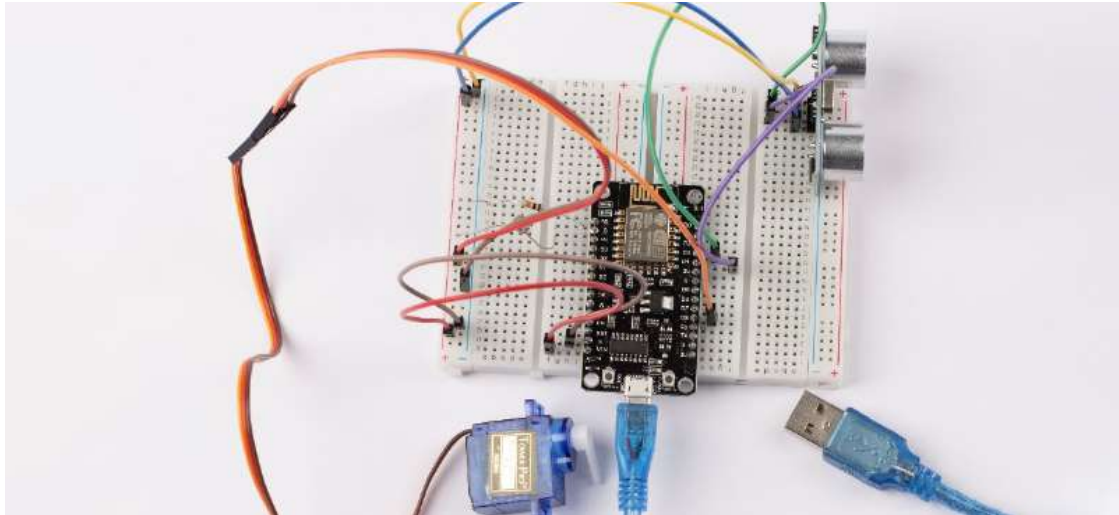


### Conclusiones

- De acuerdo al estudio de mercado se determina efectivamente los elementos que pueden contener el producto ofertado.
- Con la proyección de ingresos, costos y gastos se determina correctamente el nivel de utilidad en el ejercicio académico.
- La elaboración del kit de hardware KH2 y la producción de manuales, videos demostrativos y capacitación personalizada permitió presentar un producto competitivo y de calidad.
- El proceso de comercialización se ejecutó bajo una estricta planificación llegando a posicionar satisfactoriamente el Kit KH2.
- La socialización de proyecto permite transparentar y dar a conocer a los resultados del ejercicio académico.



## EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTO

## ESTOY CONTIGO



*DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE UN KIT PARA PROMOVER LA SALUD MENTAL EN LA CIUDAD DE LOJA, PERIODO ABRIL – AGOSTO 2023*

Estoy  
contigo

### Resumen:

El proyecto que se presenta busca abordar el importante tema de la salud mental en la ciudad de Loja, durante el periodo abril - agosto de 2023, basándose en un análisis exhaustivo, se han identificado fortalezas y oportunidades en este proyecto integrador académico.

Dentro de este proyecto se destacan las ideas innovadoras aportadas por los estudiantes, la ejecución de actividades prácticas que reflejan aprendizajes multidisciplinares y un enfoque colaborativo en el trabajo en equipo, al igual que la sensibilización hacia las personas



en crisis de salud mental, por ello se propone la creación de un kit que contribuya al bienestar emocional de la sociedad fundamentando la marca creada: "Estoy Contigo".

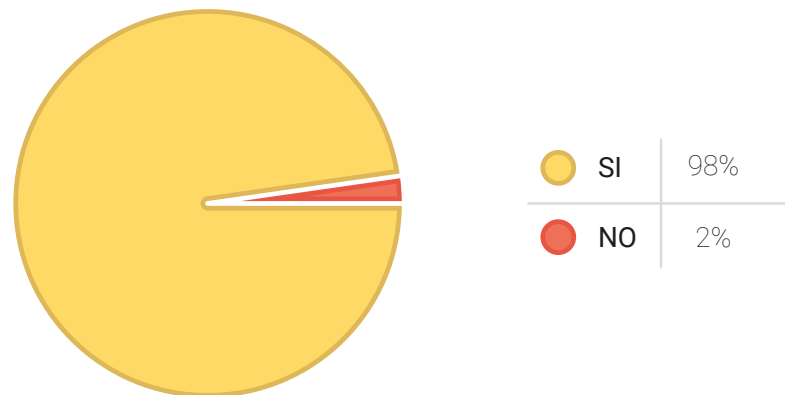
Este kit será promocionado en plataformas virtuales para ampliar su alcance. Aprovechando la experiencia previa en proyectos similares, utilizando estrategias previamente exitosas, reafirmando el compromiso de ser empáticos y contribuir al bienestar colectivo de la comunidad.

### Estudio de mercado

El mercado al cual se enfocó el estudio de mercado fue a la población económicamente activa de la ciudad de Loja, dando una muestra de 383 personas a las cuales se encuestó con la finalidad de definir por un lado la pertinencia del proyecto y por otro aquellos artículos que tendrían mejor acogida en el mercado así como los métodos de distribución y ventas, destacando de esta manera en los gráficos a continuación que la mayor parte de la población encuestada sí estarían dispuestos a fomentar la salud mental a través de la adquisición del kit de Estoy Contigo.

Figura 1

Promoción de la salud mental

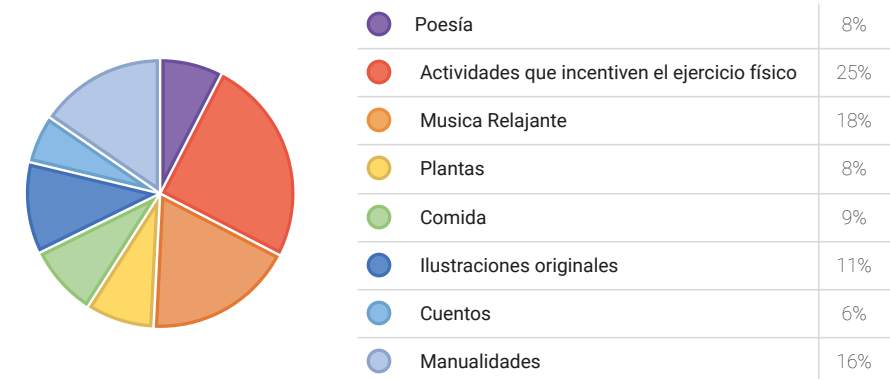


Nota: Población del cantón Loja. Elaborado por Estudiantes Diseño Gráfico – ISTS, 2023



Figura 2

Elementos del Kit.



Nota: Población del cantón Loja. Elaborado por Estudiantes Diseño Gráfico – ISTS, 2023.

### Metodología:

La metodología empleada en este proyecto se basa en una amalgama de métodos de investigación y técnicas específicas, convergiendo para abordar la empatía y conocimiento sobre la importancia de la salud mental en la ciudad de Loja. El proyecto utiliza una metodología multifacética, por lo cual se aplica el método fenomenológico para comprender la esencia de la experiencia, empezando con la identificación del problema hasta la descripción de resultados, enfocándose en la interpretación de los resultados obtenidos por observaciones y encuestas.

El método hermenéutico se centra en la integración y comprensión de conocimientos esenciales para el proyecto, como los fundamentos del dibujo, técnicas de ilustración digital, sublimado de productos, culminando en contenidos ajustados a las bases aprendidas dentro de las materias aprendidas en cada ciclo académico y en la presentación y redacción de acuerdo a las normas APA.

El método práctico proyectual busca soluciones innovadoras y prácticas a través de la observación, la identificación de problemas, la experimentación y las pruebas pertinentes, analizando la presentación de resultados a la comunidad lojana.

Finalmente se aplicó las técnicas de investigación, incluyendo la observación directa, que aporta claridad sobre el problema y el mercado, utilizando encuestas destinadas a la población de Loja, proporcionando datos sobre la aceptación y demanda del proyecto. Todo el enfoque metodológico se fundamenta en un enfoque cuantitativo, buscando determinar la pertinencia y acogida de los productos en el mercado.

### Objetivo General:

Elaborar un plan de marketing mix para la difusión y comercialización del proyecto Estoy contigo en la ciudad de Loja.

### Resultados:

Por medio de la investigación de mercado se logró obtener la información necesaria para determinar si el producto realizado sería aceptado en el mercado. Contando con los resultados favorables se propusieron varias ideas de productos con diferentes estilos, de las cuales se seleccionaron las opciones más adecuadas para un kit de salud mental, en dónde luego de realizar las encuestas aplicadas, se determinaron los diferentes productos que iba a contener este kit. Dentro del mismo se logró receptar artículos como: llavero, semillas de girasol, libreta, bolso, código QR de una playlist, manilla, en dónde cada uno de estos fue pensado y personalizado con distintas ilustraciones creadas por los estudiantes. Aplicando así, cada una de las materias aprendidas dentro de la carrera.

Adicionalmente, se logró capacitar a los estudiantes sobre técnicas de promoción, publicidad y comercialización a través de las asignaturas de marketing, emprendimiento y campañas publicitarias. De manera que la campaña elaborada fue el resultado del trabajo creativo de los estudiantes de quinto ciclo quienes definieron adecuadamente el público objetivo y las estrategias para distribuir contenido en redes sociales, implementando también material audiovisual en Instagram, Tik Tok y Facebook para elevar el alcance de la información. Por otra parte, a través del informe final se presentan los resultados del proyecto realizado, mismos que fueron presentados ante el consejo regente y toda la comunidad educativa.

**Tabla 1**

Resumen de ingresos y gastos

PROYECTO ESTOY CONTIGO	
INGRESOS	
CUOTA PROYECTO INTEGRADOR (131 ESTUDIANTES)	2620,00
VENTA KITS (\$10,00 POR UNIDAD)	3660,00
TOTAL INGRESOS	6280,00
EGRESOS	
COSTOS DE PRODUCCIÓN 368 KITS	2358,00
TOTAL EGRESOS	2358,00
INGRESOS	6280,00
EGRESOS	2358,00
UTILIDAD	3922,00
RESULTADOS DEL EJERCICIO	
INVERSIÓN INICIAL	2620,00
UTILIDAD VENTA DE KITS	1302,00
UTILIDAD POR ESTUDIANTE	9,94
<b>UTILIDAD INDIVIDUAL A ESTUDIANTES (131) (\$20,00 CAPITAL + \$9,94 UTILIDAD = \$29,94)</b>	

Nota: Elaborado por carrera de Diseño Gráfico – ISTS, 2023.

### Transversalidad:

La carrera de Diseño Gráfico realizó su proceso de transversalidad con la carrera de Administración Financiera con la finalidad de realizar el proceso de contabilidad e informe final del dinero invertido y las utilidades generadas en el presente proyecto.



## Conclusiones

- Mediante la investigación de mercado realizada se logró determinar el nivel de aceptación del producto que se desea elaborar.
- Se obtuvieron varias propuestas de diseño que dieron como resultado el desarrollo de una línea gráfica que pudo ser trabajada mediante fotografía, video, animación e ilustración.
- Los estudiantes fueron capacitados en técnicas de promoción, publicidad y comercialización durante dos jornadas con la finalidad de que apliquen sus habilidades dentro de la campaña publicitaria.
- Se logró llegar al público objetivo con la finalidad de promover el cuidado de la salud mental por medio de la publicidad difundida en redes sociales así como medios tradicionales.
- Se presentan los resultados del proyecto a los estudiantes inversores y las autoridades pertinentes.

## EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



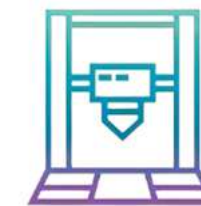




## PHONE FUSION 3D



*“DISEÑO E IMPRESIÓN 3D DE SOPORTES PERSONALIZADOS PARA EQUIPOS MÓVILES BAJO LA MARCA WASI – SMART”*



**PHONE FUSION  
3D**

### Resumen

El presente proyecto abordó la problemática de la falta de soportes para móviles personalizados que satisfagan las necesidades y preferencias de los usuarios. El objetivo principal fue diseñar y fabricar soportes para móviles personalizados utilizando tecnología de impresión 3D, ofreciendo una solución adaptada a cada usuario aplicando una metodología que comprendió varias etapas, en primer lugar, se realizó una investigación de las necesidades y preferencias de los usuarios, así como un análisis de modelos comerciales existentes.

Luego, se utilizó software de modelado 3D para seleccionar los soportes personalizados, teniendo en cuenta requisitos técnicos y estéticos. Posteriormente, se llevó a cabo la impresión 3D de los modelos utilizando materiales de calidad y ajustando los parámetros de impresión. Finalmente, se evaluaron la calidad y funcionalidad de



los soportes a través de pruebas de usuario. Los principales resultados obtenidos fueron la creación de diseños personalizados de soportes para móviles que cumplen con las necesidades y preferencias identificadas. Los prototipos impresos en 3D demostraron una calidad y funcionalidad óptimas, ofreciendo una sujeción segura y estable para los dispositivos móviles.

En conclusión, este proyecto ha demostrado que la combinación de tecnología de impresión 3D y diseño personalizado permite ofrecer soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades de los usuarios. Los soportes para móviles personalizados resultantes de este proyecto brindan comodidad, seguridad y estética, mejorando la experiencia de los usuarios. Estos resultados respaldan la importancia de la tecnología de impresión 3D como una herramienta versátil y efectiva en la creación de productos personalizados.

### Estudio de Mercado

El estudio de mercado desempeñó un papel fundamental en la comercialización exitosa de este proyecto. A través de la investigación de las necesidades y preferencias de los usuarios, así como del análisis de modelos comerciales existentes, se obtuvo una comprensión profunda del mercado y se identificaron oportunidades para desarrollar soportes para móviles personalizados que satisfacen las demandas del público objetivo. Esto permitió diseñar modelos que se adaptaran a las expectativas del mercado, brindando funcionalidad, estética y calidad. Además, el estudio de mercado también proporcionó información valiosa sobre los precios y la oferta actual de productos similares en el mercado, lo que permitió establecer una estrategia de precios competitiva y posicionar el producto de manera efectiva.

En última instancia, este estudio permitió ajustar el enfoque de comercialización y promoción del proyecto, destacando los aspectos diferenciadores y comunicando de manera efectiva los beneficios de los soportes para móviles personalizados a los potenciales clientes, gracias a esta información estratégica obtenida a través del estudio de mercado, el proyecto pudo ingresar al mercado de manera exitosa y captar la atención de los usuarios que buscaban soluciones personalizadas y de calidad para sus dispositivos móviles.



Figura 1

Gráfica de la adquisición de soportes personalizados para celulares

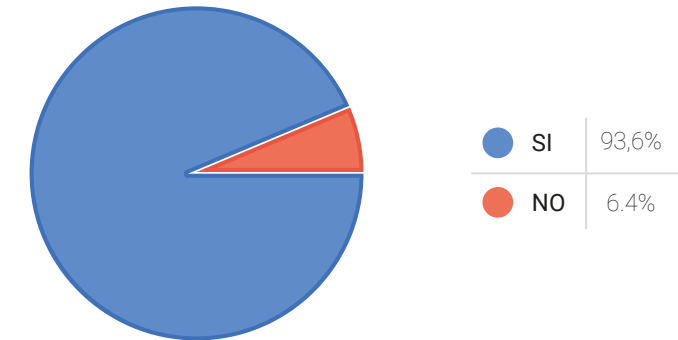
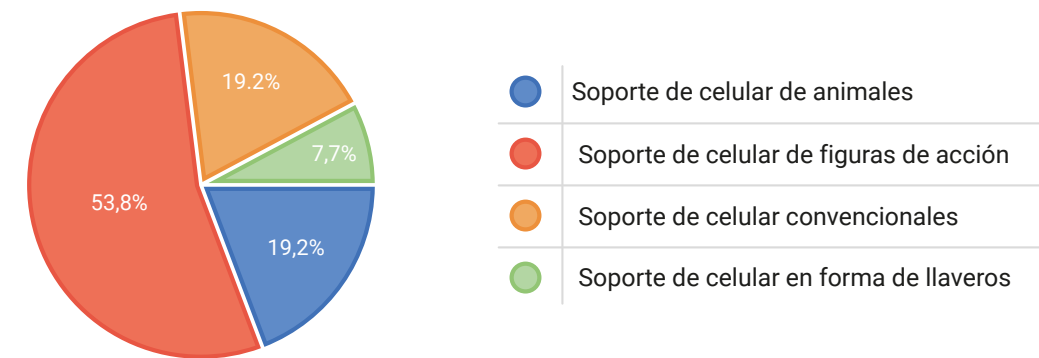


Figura 2

Gráfica de tipos de diseños personalizados que le interesaría al consumidor



### Metodología

En este proyecto, se siguió una metodología en varias fases. En la primera fase se definió el problema y se establecieron los objetivos de investigación. En la segunda se realizó una revisión bibliográfica para obtener información sobre el diseño e impresión 3D, el mercado de soportes para móviles personalizados y las tendencias actuales. La tercera fase consistió en identificar las necesidades y preferencias del mercado a través de un estudio de mercado, incluyendo precios y oferta de productos similares. En la cuarta fase, se diseñaron diferentes modelos de soportes y se imprimieron prototipos en 3D para evaluar su calidad y funcionalidad. En la quinta fase se realizan pruebas de usuario, se mejoraron los diseños y se imprimieron nuevos prototipos hasta obtener un producto final satisfactorio. Finalmente,



en la última fase se analizaron los resultados obtenidos y se evaluó la viabilidad comercial del producto, formulando recomendaciones para su lanzamiento al mercado.

### Objetivo General

Demostrar que los estudiantes de la Tecnología Superior en Electrónica están en condiciones de producir bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

### Resultados destacados

El proyecto logró diseñar soportes para móviles personalizados que cumplen con las necesidades y preferencias de los usuarios, estos diseños únicos ofrecen soluciones ergonómicas y funcionales, brindando comodidad y seguridad al utilizar los dispositivos móviles. Así mismo, la utilización de la tecnología de impresión 3D permitió la fabricación de los soportes personalizados de manera eficiente y precisa ya que se logró imprimir los modelos diseñados con materiales de calidad, obteniendo resultados con un acabado óptimo.

El proyecto se destacó por su enfoque innovador y la capacidad de ofrecer soportes para móviles personalizados, diferenciándose de los productos comerciales existentes en el mercado, esto proporcionó a los usuarios una alternativa única y adaptada a sus necesidades, generando un valor agregado significativo. Las pruebas de usuario realizadas con los prototipos impresos en 3D demostraron la funcionalidad y satisfacción de los usuarios, fueron evaluados positivamente en términos de facilidad de uso, comodidad y capacidad de adaptación a diferentes dispositivos móviles. El proyecto también demostró su viabilidad comercial, al identificar una demanda en el mercado de soportes para móviles personalizados y ofrecer una solución competitiva, esto abre oportunidades para su comercialización y crecimiento en el mercado, tanto a nivel local como potencialmente a nivel nacional.

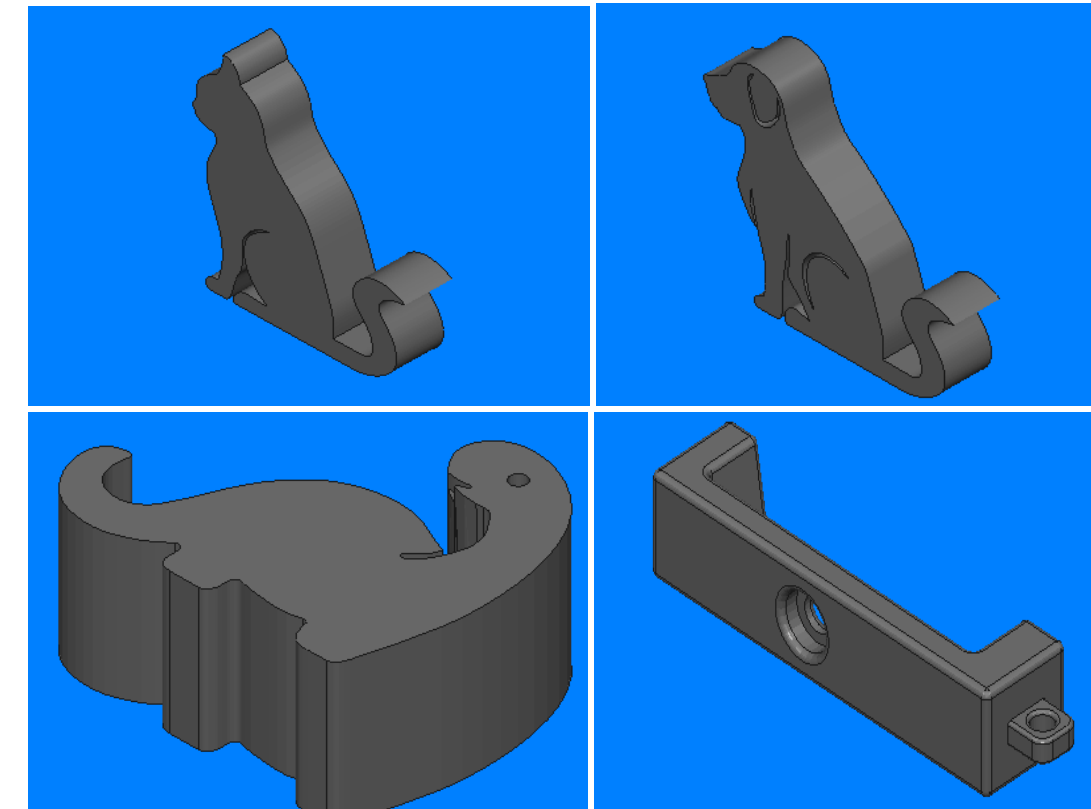
Finalmente, los estudiantes de la carrera tuvieron la oportunidad de aplicar sus conocimientos teóricos en un proyecto práctico y real ya que



la participación en el diseño y fabricación de los soportes para móviles les permitió desarrollar habilidades en el uso de software de diseño 3D, impresión 3D y electrónica aplicada, fortaleciendo su formación académica y preparándolos para enfrentar desafíos tecnológicos. En la figura 3 se muestran los diseños finales para su impresión en 3D.

Figura 3

Gráfica de los diseños finales (archivos .stl) para su impresión en 3D



### Transversalidad

El proyecto se desarrolló con el apoyo de la tecnología superior en Diseño Gráfico para la ejecución de la “Capacitación en ventas”, dicha transversalidad permitió tener una capacitación con todos los estudiantes de la carrera enfocada a vender, la forma en la que deben promocionar un producto, la manera en la que deben acercarse al cliente, el cómo explicar al cliente las bondades del producto y sobre todo a perder el miedo al rechazo del cliente y al expresarse ante los demás. Se capacitó a un total de 40 estudiantes que se encargaron de comercializar los dispositivos bajo el nombre PHONE FUSION 3D.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTO

## KALIKAI



*Elaboración y comercialización de un kit, que ayude a aliviar lesiones deportivas, desarrollado por los estudiantes del Nivel Técnico Superior de la Carrera de Enfermería del ISTS para el periodo Abril-Agosto 2023”.*

### Resumen

El nivel Técnico Superior en Enfermería, teniendo como objetivo primordial el cuidado integral de la salud en diversos contextos, nuestros estudiantes han desarrollado ideas innovadoras que proyectan buscar el beneficio de la comunidad, dando como origen a la marca KALYKAI, posteriormente se ideó un Kit orientado a aliviar las lesiones deportivas denominado “DEPORKIT”.

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

El presente proyecto consiste en la comercialización de un Kit deportivo que ayude a aliviar las lesiones deportivas, el mismo cuenta con los implementos necesarios de tratamiento e instrucciones



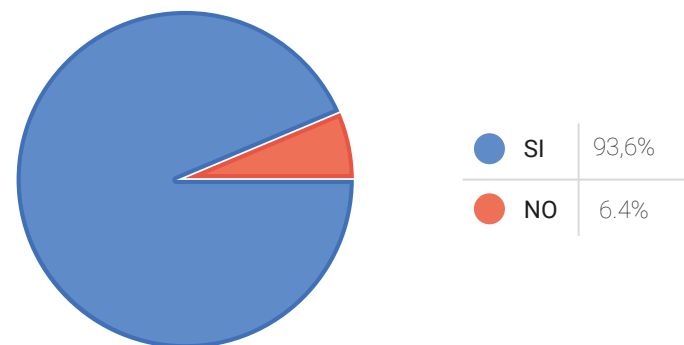
audiovisuales de cómo aplicar diversas técnicas de vendaje; el armado del kit se lo realizó fundamentándonos en la investigación de la sintomatología y farmacología.

### Estudio de Mercado

El estudio de mercado se aplicó a una muestra de 384 personas, de la cual la mayor parte de la población es una población relativamente joven; mediante la encuesta se observó que el 68% de las personas no conoce como tratar una lesión deportiva y que el 85% estarían dispuestos a adquirir un kit para el tratamiento de lesiones; en cuanto a los medios económicos para adquirir el kit deportivo el 82% coincidió con que pagarían de 5 a 10 dólares por el kit, y prefirieron que el kit sea entregado a domicilio mediante pago en efectivo o transferencia.

**Figura 1**

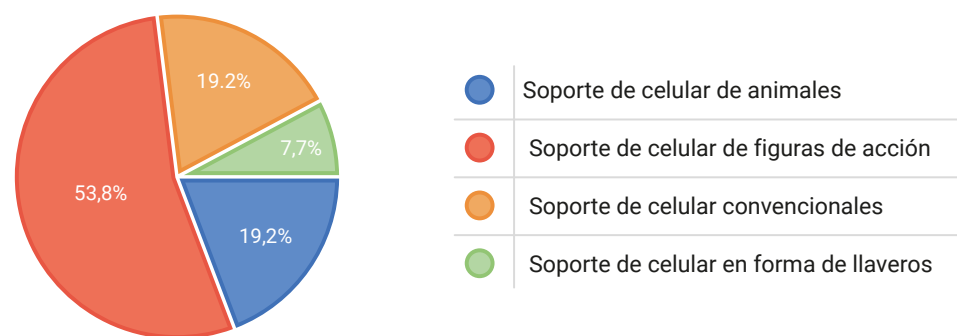
*Conocimiento sobre tratamiento de lesiones deportivas*



*Nota.* Encuestas realizadas por los estudiantes de Carrera de Enfermería ISTS

**Figura 2**

*Valor dispuesto a pagar por el producto*



*Nota.* Encuestas realizadas por los estudiantes de Carrera de Enfermería ISTS

### Metodología

En el proceso de investigación se desarrolló el método de investigación el fenomenológico a través de la técnica de investigación la encuesta, con una muestra de 384 personas de las diferentes parroquias de la ciudad de Loja, donde el objetivo fue de recolectar información sobre la aceptación de un producto para tratar lesiones deportivas.

Para la aplicación del método hermenéutico de la presente investigación, se fundamentó los principios y conceptos generales sobre las ventajas de ofertar un producto que se enfoque en el tratamiento y alivio de los síntomas de las lesiones ocasionadas por el deporte, a través de diferentes fuentes bibliográficas que respaldaron la validez de la investigación.

A través del método práctico proyectual, se utilizaron las estrategias de marketing para dar a conocer el producto novedoso a la población en general, que puede ser usado en todas las disciplinas deportivas.

### Objetivos

Realizar un estudio de mercado para evaluar la viabilidad comercial del DEPORKIT, enfocado en la salud, mediante la aplicación de una encuesta a la población con el fin de identificar las necesidades y preferencias de los potenciales clientes para ofrecer un producto que satisfaga sus demandas.

### Resultados destacados

Se determinó la necesidad de comercializar el DEPORKIT, mediante un estudio de mercado el cual según los resultados gran cantidad de la población aceptó la necesidad de este producto con el fin de tratar las lesiones deportivas, que así mismo contenga las instrucciones para su uso.

- Se implementó habilidades organizacionales, de ventas y marketing que permitió gran acogida por parte del público objetivo teniendo como resultado la venta de 266 kits, con una ganancia de 5,57 dólares por cada estudiante.





- Se aplicó estrategias de marketing audiovisual juntamente con otras carreras que permitió una difusión masiva del producto.
- Se obtuvo gran acogida del público hacia el producto gracias a las estrategias de marketing digital que se implementaron para la promoción del producto.

Cuadro de resumen: inversión, gastos, ventas, utilidades, ganancias netas:

**Inversión:**

Nro. De estudiantes participantes	Cantidad por estudiante	Total
287	7,00	2009,00

**Gastos:**

Descripción	Numero	P. Unitario	Total
Tarjetas indicaciones	290	0,15	43,50
Bolsas para Deporkit	300	0,80	240,00
Cinta kinesiológica	30	3,00	90,00
Compresa gel	1	170,24	170,24
Insumos dicamed	1	863,95	863,95
Amarras paquete	3	1,20	3,60
Pomada para video	1	1,84	1,84
Hielo para video	1	5,00	5,00
Bolsa para gel	290	0,60	174,00
Impresión documento proyecto	1		50,00
Arreglo floral	1	12,00	12,00
Impresión poster científico	1	35,00	35,00
Mesa bocaditos, aguas para autoridades asistentes	6	3,50	21,00
<b>Total</b>			<b>1710,13</b>



**Venta del Kit:**

Nro. Kits DEPORKIT vendidos	Valor unitario	Valor total
266	12,00	3192,00

**Utilidades:**

Detalle	Valor unitario	Valor total
Ingresos Totales		3490,87
Devolución inversión a estudiantes	7,00	2009,00
Saldo		1481.87

**Ganancias netas:**

Detalle	Estudiantes participantes del proyecto	Valor total
Saldo menos inversión		1481,87
Ganancia para cada estudiante	266	5,57

**Transversalidad**

La transversalidad se ejecutó con la carrera de Diseño Gráfico, quienes nos aportaron con un estudiante diseñador, el que desarrollo la campaña publicitaria mediante las actividades de: Grabación de videos Creación de arte Edición de video de expectativa Edición de video promocional Videos instructivos del DEPORKIT Diseño de logo



### Conclusiones:

- El estudio de mercado permitió identificar las necesidades de la población para adquirir DEPORKIT y de esta manera poder ofrecer nuestro producto al público objetivo con la finalidad de ayudar y capacitar a la población en la asistencia de algunas lesiones ocasionadas por la práctica de cualquier deporte.
- El DEPORKIT es un emprendimiento que permitió a los estudiantes tener conocimientos en la planificación y ejecución de proyectos y de esa manera adquieran habilidades y destrezas.
- El apoyo del material audiovisual que se incluyó dentro del kit ayudó a que el consumidor prefiera comprar nuestro producto debido a que se explicaba mediante videos como utilizar cada uno de los insumos que contiene DEPORKIT
- El uso de las redes sociales como medio de difusión ayudó a la promoción del DEPORKIT, teniendo mayor cobertura para la compra de nuestro producto.



### EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



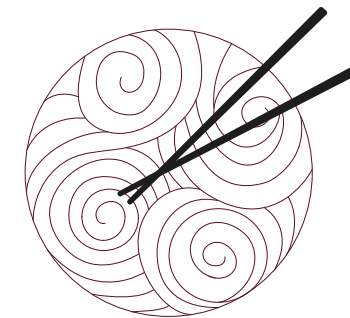


PROYECTO

## “UMAMI”,



*DESARROLLO DE UN MODELO DE NEGOCIO ENFOCADO EN LA COCINA  
FUSIÓN ECUATORIANA – ASIÁTICA EN EL PERÍODO ACADÉMICO  
ABRIL – AGOSTO 2023*



UMAMI

### Resumen

La Tecnología Superior en Gastronomía y su marca “Mestiza: sabor y tradición” desarrolló un evento académico - gastronómico con temática de cocina de ASIA denominado “UMAMI”, este fue un escenario para que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos y demuestren sus habilidades y destrezas en la organización, dirección y ejecución de eventos de alta calidad. Los invitados del evento fueron dos familiares por cada estudiante y se desarrolló en el establecimiento “Estancia Carigan”



El menú constó de 4 tiempos y una estación de bebidas, basado en la gastronomía de diversos países del continente asiático, representando su cultura y tradición; la producción del menú estuvo a cargo de los estudiantes quinto ciclo bajo la dirección de los docentes de la carrera.

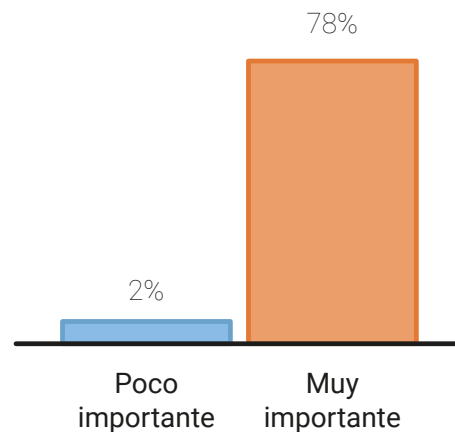
### Estudio de Mercado

El estudio de mercado del presente proyecto se desarrolló mediante la herramienta de encuesta con la aplicación de Google Form, aplicada en 80 personas que fueron: docentes, estudiantes y personas externas, principalmente familiares de los estudiantes.

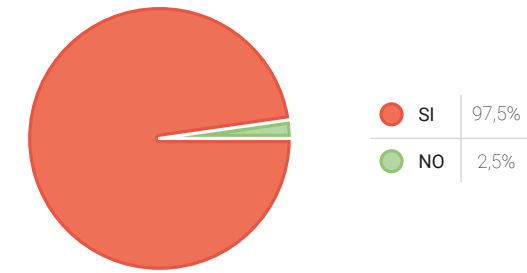
Los resultados obtenidos reflejan que un 97.5 % de las personas encuestadas consideran que este tipo de eventos académicos-gastronómicos son muy importantes dentro de la formación académica de los estudiantes, por otra parte, cuando se puso a consideración el tema para el evento del período octubre 2022 – febrero 2023, se obtuvo que el 97.5% estaba de acuerdo que el continente a considerarse sea el europeo, dando paso al tema Europa Gastrofest.

Finalmente, considerando la frecuencia en la que se deberían seguir realizando este tipo de eventos, el 80% consideró que se debían mantener de manera semestral.

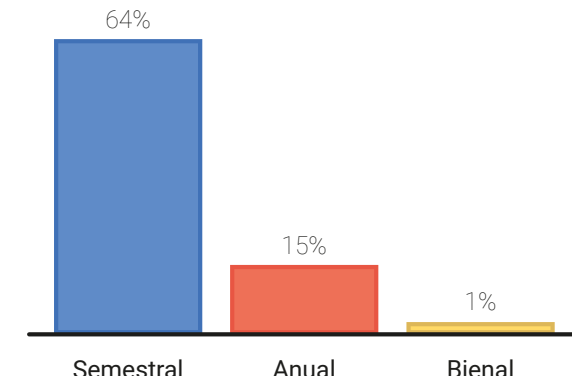
**Figura 2**  
Aceptación del tema Europa Gastro Fest



**Figura 2**  
Aceptación del tema UMAMI



**Figura 2**  
Representación estadística del tiempo de ejecución de cenas de proyecto integrador.



### Metodología

En el presente proyecto integrador se trabajó con el método fenomenológico, el cual consistió en la realización de encuestas y entrevistas a los estudiantes de la Tecnología Superior en Gastronomía del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano y a la población de Loja con la finalidad de adquirir la información de la aceptabilidad de la planificación, ejecución y evaluación de resultados de un evento académico – gastronómico como proyecto integrador de carrera.

Con el método hermenéutico se logró obtener información de sitios bibliográficos para la selección de la temática del evento y de todos los elementos que conllevan la organización y desarrollo de un evento gastronómico de calidad.

Finalmente, con el método práctico proyectual se trabajó en



las técnicas adecuadas de cocción, el uso de las buenas prácticas de manufactura, en el desarrollo y selección del menú de nueve tiempos y la estación de cocteles, la temática del evento y experimentación de ofertas culinarias.

### Objetivos General

Desarrollar un modelo de negocio enfocado en la restauración a través de la aplicación de conocimientos, habilidades y destrezas de los estudiantes de primero a quinto ciclo de la T.S. en Gastronomía para fortalecer competencias en gestión de emprendimientos gastronómicos.

### Resultados destacados

Los estudiantes de la Tecnología Superior en Gastronomía lograron poner en práctica todos sus conocimientos y habilidades adquiridas en un espacio real donde pudieron palpar la realidad de una organización y puesta en punto de un evento.

Aplicaron sus conocimientos de diversas materias como: Organización de eventos y catering, cocina creativa, alta cocina, cocina internacional, técnicas de servicio, mixología, repostería, entre otros.

El resultado más importante es que los estudiantes se interesan en poder generar su propio emprendimiento y poder generar empleo en el sector Gastronómico.

### Conclusiones:

- Se determinó tres fases importantes en este tipo de eventos: Propuesta de evento, planificación de logística y desarrollo del evento. Los estudiantes de quinto ciclo aplicaron sus conocimientos de manera asertiva en las dos primeras fases y distribuyeron efectivamente a los cursos inferiores anticipando recursos y cualquier eventualidad que pudiera suscitarse.



- Se desarrollo cada fase del proceso conforme a los cronogramas establecidos para las actividades de logística, pre-producción y producción; Los alimentos preparados llegaron al consumidor en el tiempo y temperaturas adecuadas demostrando de esta manera las habilidades y conocimientos adquiridos por los estudiantes en el currículo oficial.
- Los resultados de encuestas realizadas a invitados evidenciaron un porcentaje muy elevado de satisfacción, denotando especialmente el menú y temática del evento. Mientras que los resultados de encuestas dirigidas a los estudiantes demuestran satisfacción especialmente por la participación de todos los estudiantes en la elaboración del menú, siendo este un ente motivador para los estudiantes de la Tecnología superior en gastronomía del ISTS.





EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



**UTKANA**



*Construcción y comercialización de vehículos rústicos a escala mediante residuos metálicos del automóvil*



**Resumen**

La Tecnología Superior en Mecánica Automotriz del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano dentro de la planificación semestral que es desarrollar la producción del proyecto integrador donde se involucra a los estudiantes y docentes considerando la contaminación en la actualidad se ha convertido en un problema, es por lo que cuidar del medio ambiente hoy en día es fundamental para reducir los cambios climáticos, El impulso del proyecto integrador es una actividad que promueve a los estudiantes a emprender. Así mismo, el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano busca la creatividad de sus estudiantes en el desarrollo de nuevas formas de resaltar en su entorno con aportaciones innovadoras para generar nuevas fuentes de trabajo.

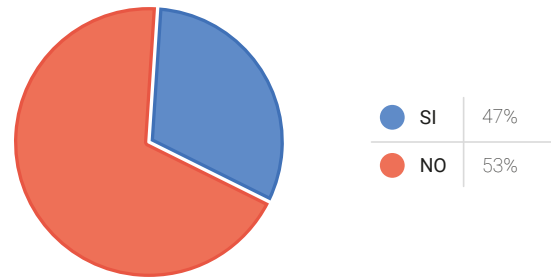


### Estudio de Mercado

Pregunta 1. ¿Considera importante reutilizar elementos metálicos de un automóvil?

Figura 1.

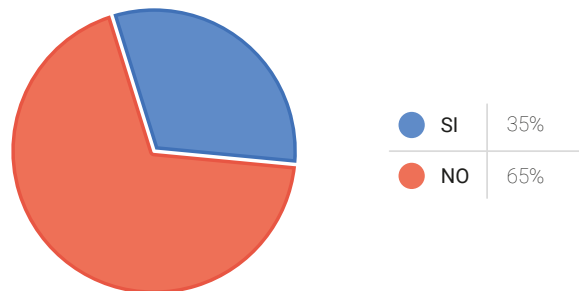
Gráfico sobre reutilización elementos metálicos



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

Figura 2

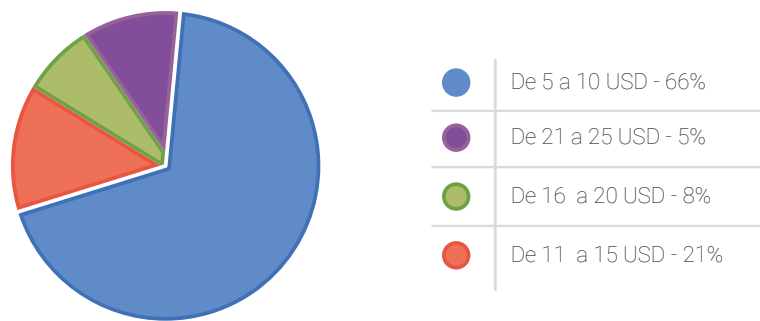
Gráfico sobre diseño y elaboración de artesanías con elementos de un vehículo



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

Figura 3

Gráfico sobre valor a cancelar por artesanías a base de elementos metálicos



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



### Metodología

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

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

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

### Objetivos Específicos

-Detallar las actividades a desarrollar por los estudiantes y docentes mediante la planificación de actividades en la agenda de carrera para cumplir con las actividades de una manera ordenada y se logró cumplir al 100% con los objetivos planteados

### Resultados destacados:

En base a la encuesta realizada a los compradores sobre la satisfacción del producto, indicaron que les pareció productos innovadores



INVERSIÓN	
Capital tomado del semestre ABRIL AGOSTO 2023	
190	Participación de estudiantes en el proyecto integrador
	Cuota por estudiante \$1,15
	Total de inversión \$218,50
	TOTAL INGRESOS \$756,00
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS \$224,84</b>	
	UTILIDAD + INVERSION \$749,66
	UTILIDAD DEL SEMESTRE ABRIL-AGOSTO 2022 \$531,16
	Devolución por estudiante \$2,80
Nota: Se devolvió a estudiantes la utilidad de \$ 2,80 c/u más la cuota de \$1,15\ c/u de la inversión,	
<b>UTILIDAD DEL SEMESTRE ABRIL AGOSTO 2023 \$ 531,16</b>	

### Transversalidad

La transversalidad que determino la carrera en el presente periodo académico se la efectuó con la carrera de Diseño Gráfico con dos actores los mismos que se involucraron desde el inicio del proyecto que inicio en el mes de mayo 2023 hasta la finalización en el mes de agosto 2023. Levantaron las imágenes previamente obtenidas; los artes para la comercialización de los productos.

### Conclusiones

- En conclusión, el objetivo de detallar las actividades a desarrollar por los estudiantes y docentes mediante la planificación de actividades en la agenda de carrera ha sido alcanzado satisfactoriamente. Mediante una cuidadosa planificación y organización, se logró establecer una planificación clara y ordenada que permitió cumplir al 100% con los objetivos planteados en el proyecto.
- La elaboración de la planificación del proyecto fue un proceso colaborativo en el que tanto estudiantes como docentes participaron activamente. Se identificaron las actividades clave y se asignaron responsabilidades específicas a cada miembro del

equipo para garantizar un enfoque coordinado y eficiente en la ejecución del proyecto

- Se puede concluir que luego de haber realizado el estudio de mercado mediante la aplicación de una encuesta, se tiene como resultado que, de las 384 personas encuestadas tomadas como referencia de diferentes barrios de la Ciudad de Loja, manifiestan el 79% de la población que sería interesante poder adquirir artesanías a base de elementos de automotores por estudiantes de la Carrera de Mecánica Automotriz; lo cual nos da como referencia que nuestro proyecto si es pertinente de realizarse.







## KIT BÁSICO DE SEGURIDAD PARA EL HOGAR

*"Extintor y botiquín" "STACS" Para, piensa y actúa seguro PERÍODO  
ACADÉMICO: abril-agosto 2023*



### Resumen

Tener un botiquín de primeros auxilios y un extintor en tu casa u oficina, es como tener un seguro, no importa la situación o el lugar, siempre somos propensos a los accidentes, y en algún momento podríamos necesitar algo de lo que contiene este Kit; por lo tanto, el botiquín de primeros auxilios no solo debe estar cerca, sino también a la vista, Mientras que, si estamos hablando de un incendio, puede consumirse en segundos los enseres o muebles, por lo que es importante tener una protección mínima contra incendios tanto en nuestro hogar como en el lugar de trabajo.

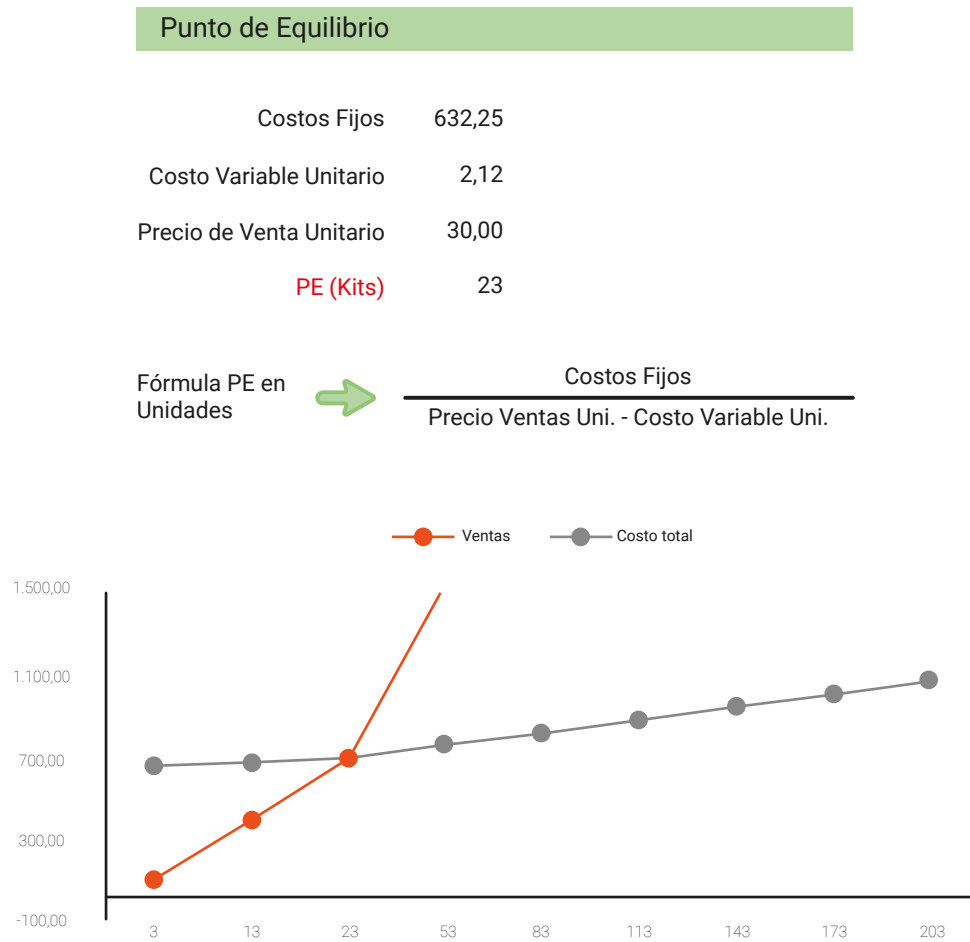


## Estudio de mercado

Mediante el estudio de mercado realizado a la ciudadanía se determinó que el costo de los Kits básicos de seguridad , bajo la marca "STACS" depende principalmente de insumos y mano de obra para el armado del producto, se ha considerado para los costos de producción, los gastos materiales y el valor de hora trabajada; una vez analizado el estado económico del proyecto, se devolverá a los estudiantes los valores de acuerdo a la venta de los Kits básicos según la inversión inicial de la compra de materia prima y horas trabajadas, además del 29% de utilidad de cada producto.

**Figura 1.**

*Punto de equilibrio y comercialización por cursos.*



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



## Metodología

Para la ejecución del proyecto nos basamos en el método fenomenológico, para el cual se realizó el estudio de mercado mediante encuestas para conocer las necesidades y preferencias del consumidor, para la parte investigativa utilizamos el método hermenéutico basándonos en trabajos ya realizados y recomendaciones que nos da la Cruz Roja, la OMS, el Cuerpo de Bomberos, los mismo que tienen como base saber actuar en situaciones de emergencia o accidentes que impliquen golpes, raspones, heridas, traumas, quemaduras leves o indisposiciones que no se necesiten de asistencia médica, con la ayuda del método práctico proyectual se levantó una guía del uso del botiquín donde se describe cada uno de los insumos y la manera de aplicar; para el uso del extintor se describe los tipos de fuego y la manera correcta de usarlo; hasta su comercialización finalizando con la socialización del proyecto a los estudiantes y autoridades de la institución.

## Objetivo General

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir, bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos, para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

## Resultados destacados

Para la elaboración del proyecto se armaron 30 Kits básicos de seguridad, ideada por los estudiantes de la tecnología de Desarrollo Ambiental y SPRL, las mismas que a través de una campaña publicitaria en las redes sociales, se logró comercializar el 100%, para conocer el impacto que causó los Kits de seguridad, se realizó una encuesta, la misma estuvo constituida por 6 preguntas con una escala cualitativa de calidad del producto, presentación, importancia, utilidad del producto, demanda del producto y precio, el 100% de los encuestados están de acuerdo con el emprendimiento, logrando demostrar que los estudiantes están en la capacidad de producir bienes y servicios, aplicando los diversos conocimientos adquiridos en las aulas, es importante tomar en consideración la difusión publicitaria para que la comercialización





del producto tenga un mayor alcance e impacto en la comunidad, y así sobrepasar las expectativas de éxito planteadas al inicio del proyecto integrador.

**Figura 2.**

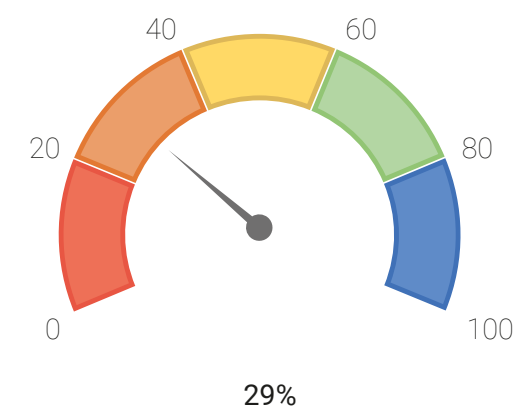
Detalle de venta y utilidad del producto

DETALLE UNITARIO PROYECTO KIT BÁSICO DE SEGURIDAD PARA EL HOGAR			
	Valor total	Unidades producidas	Valor unitario
MPD	\$ 626,25		20,88
MOD	\$ 3,54	30	0,12
CIF	\$ 6,00		0,20
<b>TOTAL</b>			<b>21,20</b>
Costo de producción unitario		\$21,20	
Proyecto colorea tu fauna			
Por unidad			
Precio de costo	Margen de Utilidad	PVP	Utilidad
<b>21,20</b>	<b>29%</b>	<b>\$30</b>	<b>\$8,66</b>
Ventas tecnología S.P.R.L.			
Detalle de utilidad			
Total de kits	Costo de producción	Precio de venta	Utilidad
30	\$636,00	\$900,00	\$264,00
Ventas por estudiante			
Detalle de utilidad			
Kit	Costo de producción	Precio de venta	Utilidad
<b>1</b>	<b>\$21,20</b>	<b>\$30,00</b>	<b>\$8,80</b>

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



UNIDADES	% UTILIDADES	PVP	UTILIDAD
21,20	29%	30	<b>8,66</b>



Nota: Proyecto venta Kit primeros auxilios

El costo unitario de producción de los kits básicos de seguridad es de **\$21,20**.  
El costo unitario de comercialización de Kit es de **\$30.00**

### Transversalidad

Para el presente proyecto se ha considerado necesario el apoyo y asesoramiento de la tecnología superior en Administración Financiera en temas de emprendimiento, prestando ayuda en el estudio de mercado, mismo que se realizó dentro de la ciudad de la Loja para conocer la aceptación del producto, y, el análisis financiero que sirvió para conocer la rentabilidad y utilidad de la venta de los Kits básicos de seguridad, también se requirió la ayuda de la tecnología superior de diseño gráfico para video y fotografías del uso de extintores y la importancia de los Kits básicos de seguridad para el hogar.



**Figura 3.**

Transversalidad con carreras.



Nota. Imagen de transversalidad con otras carreras para elaboración de kits de seguridad, equipo carrera gestión ambiental y SPRL 2023.

### Conclusiones

- El estudio de mercado resultó ser una parte esencial del proyecto en el que se comercializó los kits básicos de seguridad bajo la marca "STACS", concluyendo que el precio está sujeto a insumos para armar el producto, tanto que sin el presente estudio se corre el riesgo de fracasar en la propuesta y sobre todo la inversión realizada por nuestros estudiantes no tendría el retorno esperado.
- Se concluye que se logró la comercialización de los kits básicos de seguridad para el hogar a partir de la explicación del uso de los insumos que contiene el botiquín, los cuales permiten hacer frente a la situaciones que con más frecuencia se presentan en el entorno doméstico o en el trabajo, esto es: Material de autoprotección, como mascarillas, guantes, Material de hemostasia, como vendas hemostáticas; Material de curas, suero fisiológico, antisépticos, gasas, esparadrapos; referente al extintor se ofertó un equipo de PQS de 5 libras recargable con

funcionalidad para fuegos clase A, B, C. contó con un soporte de pared, manómetro indicador de presión, válvula de bronce, manguera de descarga, cilindro de acero.

- El impacto de satisfacción generado por nuestro producto se evidenció a través de una encuesta constituida por 6 preguntas con una escala cuantitativa, concluyendo que el 100% de los encuestados está de acuerdo con el emprendimiento realizado.
- Se socializó a los estudiantes y autoridades los objetivos logrados mediante el desarrollo del proyecto integrador, en el que se logró demostrar que los alumnos de la Tecnología Superior de Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales están en la capacidad de producir bienes y servicios aplicando los diversos conocimientos adquiridos en las aulas.





EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



PROYECTO

# ACHIK - DESTELLOS PARA TU VIDA



PROPUESTA DE UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO DE BAJO COSTO QUE FORTALEZCA LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE BIENESTAR LABORAL PARA LA EMPRESA UNIGESTH EN EL AÑO 2023



### Resumen:

La TS. en Gestión del Talento Humano impulsa el emprendimiento en base a la comercialización de productos y servicios relacionados al bienestar emocional y ofrece a la sociedad diferentes productos de calidad y con beneficios hacia el sector laboral. Es por ello, que nuestra empresa UNIGESTH en esta oportunidad presenta un nuevo modelo de negocio de bajo costo denominado ACHIK #Destellos para tu vida, un producto que nace de la marca KAWSU, en donde se presentan una técnica de aromaterapia a base de velas aromáticas que buscan relajar los entornos laborales y con ello recanalizar la energía y promover el bienestar físico y mental en el día a día.





### Estudio de Mercado

El producto ofertado por la T.S en Gestión del Talento Humano, resulta ideal para incorporarlo en lugares de trabajo para promover los entornos productivos, tanto para empresas públicas como privadas, es una nueva alternativa de producto de bienestar laboral denominado ACHIK proveniente de la marca KAWSU, que presenta una nueva técnica de relajación en entornos laborales a través del uso de velas aromáticas de 3 variedades de aromas tomando como referencia la problemática actual que viven los trabajadores en sus puestos de trabajo al momento de desarrollar las actividades que implica su diario vivir.

Figura 1.

¿Le gustaría utilizar velas aromáticas como técnica de relajación?

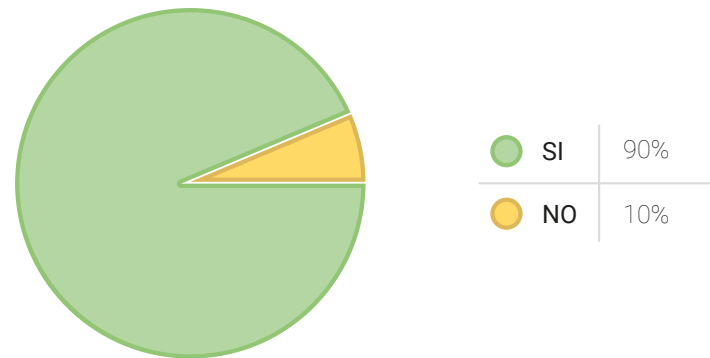
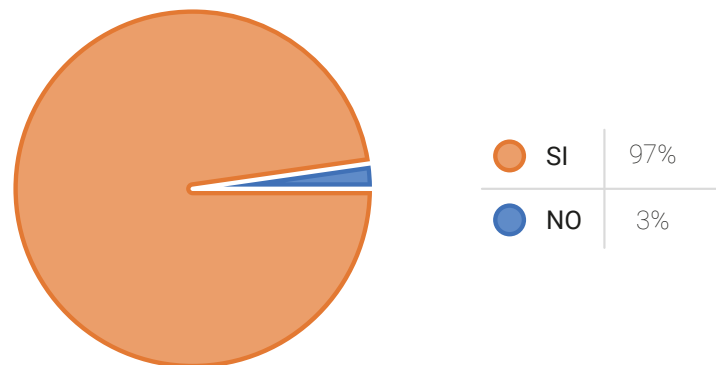


Figura 2.

¿Le gustaría que las velas aromáticas ayuden como relajante en los entornos laborales?



### Metodología:

Los métodos de investigación utilizados en la elaboración del presente proyecto permitieron indagar y conocer las necesidades para posicionar a nuestro producto en el mercado, la aplicación de los métodos los detallamos a continuación:

Se uso el método fenomenológico para llevar cabo la aproximación, observación y descripción de la recopilación de información por parte de población objeto estudio Zona 7 para obtener información real y frente a ello poder dar solución mediante la creación de ACHIK #Destellos para tu vida”, bajo la marca KAWSU. El método hermenéutico, permitió el uso de información investigativa de diferentes fuentes bibliográficas para desarrollar un marco teórico que enfatice la interpretación de los beneficios de técnica de aromaterapia a través del uso velas con el fin de promover espacios y entornos de bienestar laboral.

Y el método practico proyectual nos permitió realizar una propuesta de acción para llegar a la comercialización de un producto innovador denominado ACHIK #Destellos para tu vida, a través de la maquilación de velas aromáticas que contribuyan a promover ambientes armónicos, saludables que mejoren el rendimiento laboral de los colaboradores de una organización.

### Objetivos Específicos:

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir, bienes y servicios a partir de la formación humana – académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos, para dar solución a los problemas laborales de su profesión

### Resultados destacados.

Los estudiantes de la TS en Gestión de Talento Humano fueron los principales actores en el desarrollo del proyecto, aprovechando la propuesta de un ejercicio real en donde se puede aplicar el conocimiento y a través de ello generar y fortalecer el desarrollo de habilidades y destrezas propias de su perfil profesional. En relación con la comercialización de



**ACHICK #Destellos para tu vida by KAWSU**, la excelente acogida del producto, su presentación y sus beneficios se logró alcanzar una venta de 167 velas de diferentes aromas, superando así las expectativas y obteniendo éxito rotundo en el cumplimiento de metas.

### Valores de ventas

	DETALLE	V/. UNIT.	CANT.	V/. TOTAL
Ventas	<b>ACHICK</b> Velas aromatizadas	\$8,00	167	\$1336,00
<b>TOTALDE INGRESOS</b>				<b>\$1336,00</b>

### Transversalidad

La transversalidad interna permite coordinar y trabajar conjuntamente con las carreras del ISTS y aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en relación con las fortalezas de cada carrera involucrada en el mismo. Considerando las áreas del conocimiento de cada carrera se trabajó de la siguiente manera:

Transversalidad interna recibida: T.S en Desarrollo de Software; "Capacitación uso de herramientas tecnológicas de gestión administrativa web site." que fue recibido por los estudiantes de quinto ciclo para el proceso de comercialización del producto ACHICK el mismo fue impartido por la Lic. Patricia Sanmartín.

Transversalidad externa recibida: Por su parte la transversalidad externa fue recibida por parte del Ministerio de Trabajo y estuvo a cargo del Ab. Andrés Flores Yasbek con el tema "Emprendimiento y modelos de bajo costo" mismo que fortalecen los procesos que se llevan a cabo en el desarrollo del proyecto a través de aportes de conocimiento y experiencia.



### Conclusiones

- Mediante el estudio de mercado se determinó que el producto Achik tuvo una gran aceptación y cumplió con el propósito del proyecto.
- Los estudiantes de la carrera adquieren sólidos conocimientos de modelos de negocio de bajo costo como una nueva alternativa de emprendimiento.
- Se logró posicionar a Achik como una alternativa de bienestar emocional en los entornos laborales.
- Los resultados del modelo de negocio de bajo costo se cumplieron acorde a las proyecciones previstas de rentabilidad y satisfacción.





EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



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

