

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

AÑO 2022

**ESQUEMA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO CON RECURSOS INSTITUCIONALES**

PERÍODO 2023-2025

1. Título

Proyecto de diseño gráfico aplicado a la gestión empresarial y editorial en MIPYMES

2. Antecedentes

Es muy importante que las empresas nacientes ya sean estas pequeñas o medianas, puedan fortalecer sus medios de comunicación a través del uso correcto de una identidad visual e imagen corporativa, durante la pandemia vivida en los últimos años se visualizó el crecimiento o nacimiento de algunos emprendimientos convirtiéndose así al régimen de PYMES, de igual forma también se observó que para esta época muchas pequeñas empresas no supieron manejar los medios para continuar en el mercado a pesar de la adversidad, todo este acontecimiento dejaron en claro que muchas de esas empresas o emprendimientos nacientes no contaban con una identidad visual adecuada para su negocio.

Esto, aunque aparenta ser algo sin relevancia, realmente es algo que ayuda fortalecer tu producto o servicio, es por ello que muchas pymes tomaron la decisión de utilizar recursos de la internet para poder establecer en la medida de lo posible su identidad visual, sin seguir las normativas correctas para crear una identidad visual acorde a producto o servicio.

Las falencias que se pueden presentar en estas PYMES, es que a aunque posean un gran producto o servicio si no se cuenta con una buena identidad visual, la empresa puede quedar en el olvido o en su defecto no contar con el crecimiento esperado, ya que poseer una marca te ayuda a mejorar tu comunicación interna como externa y así posicionar tu producto servicio en el mercado de la competitividad.

3. Justificación

Tener una identidad visual siempre será necesario para las empresas que deseen ofrecer un producto o servicio, ya que la misma es la que servirá de estandarte para lo que ofrezca la empresa como tal. Es por ello que se requiere tener un manual que permita la concepción correcta de una identidad visual a estas pequeñas y medianas empresas.

Se generará un manual donde se indicará paso a paso y las recomendaciones que se deben seguir para crear una identidad visual, esto beneficiará a todas las pymes existentes y emprendimientos nacientes, así como también su aporte a la teoría ya que dicho manual puede

utilizarse en la orientación y guía de estudiantes de carreras afines al diseño gráfico o afines como bibliografía a estudiar dentro del material de estudios de las materias.

Aplicabilidad de la investigación.

La investigación consta con una aplicabilidad viable, ya que en ese manual se expondrán los puntos principales de cómo crear una identidad visual, dicho manual estará redactado bajo conceptos y termino entendibles para el público en general. a su vez contará con distintos medios de difusión para que el mismo pueda estar al alcance de todas las personas que deseen obtener un aprendizaje de él.

Esta investigación está sujeta a al objetivo trabajo decente y crecimiento económico, ya que como se menciona este manual está orientado a las PYMES, para que estas puedan contar con una identidad visual correcta que les permita potencializar el producto o servicio que ofrecen, dando así oportunidades laborales y ayudando con el crecimiento del país, rompiendo la barrera del desempleo.

en Relación con el Plan Creación de oportunidades, tendremos un gran aporte con esta investigación, ya que el manual que se pretende crear suma a todos los proyectos que estén alineado al plan de creación de oportunidades, ya que este plan favorece a las PYMES nacies y las misma llevaran a cabo sus objetivos comunicacionales, basándose en el producto final de la investigación en cuestión.

En relación con el PEDI, se tendrá un gran aporte con esta investigación enfocado en el análisis externo de la educación, con este proyecto se podrá crear métodos o manuales que permitan a las PYMES una mejora en su comunicación interna y externa cumpliendo así con lo planteado por el PEDI en los apartados de análisis externo de la educación y el modelo educativo interno.

Impacto generado.

Se espera tener un impacto positivo con esta investigación. ya que rompe los paradigmas comunes y es una herramienta que suma a un público bastante amplio que reúne ciertas características, las cuales evidencian que nuestro manual les servirá, para potencializar su comunicación externa e interna, dando inicio a las misma desde la concepción de la marca y estableciendo parámetros para la correcta utilización de la identidad visual.

Nuestros grupos sociales o de interés, son todas las pequeñas, medianas empresas y emprendimiento que están naciendo o que ya estén el mercado ofertando su producto o servicio Si Hablamos de alcance tenemos que hablar hasta donde queremos llegar, claro está que esta investigación tendrá un gran alcance a nivel educativo y de desarrollo económico, lo ideal es que esta investigación se pueda poner en práctica a nivel nacional así podremos conseguir un alcance máximo.

4. Tipo de proyecto

El proyecto se desarrolla como parte de una Investigación aplicada

Dominio académico, línea de investigación y carreras en el ámbito.

- Dominio académico: Diseño Universal
- Línea de Investigación: Artística
- Carrera: Tecnología Superior en Diseño Gráfico

Esta investigación tiene como línea principal lo artístico complementado con el diseño y el desarrollo de la sociedad y cultura, el manual que se desarrollara en esta investigación será un elemento que sumara al desarrollo de la sociedad e impulsara al desarrollo correcto de las PYMES. El proyecto "Proyecto de diseño gráfico aplicado a la gestión empresarial y editorial en MIPYMES" se vincula a la línea de investigación artística, ya que ambos campos comparten un enfoque en la exploración y aplicación de la creatividad y la estética como herramientas fundamentales para la innovación y el desarrollo. En el contexto de las MIPYMES (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas), el diseño gráfico no solo se concibe como un recurso visual, sino como una estrategia integral que influye en la identidad corporativa, la comunicación con el público objetivo y la diferenciación en mercados competitivos. Este proyecto busca demostrar cómo el diseño gráfico, cuando se aplica de manera consciente y estratégica en la gestión empresarial y editorial, puede potenciar la visibilidad y el impacto de las MIPYMES, promoviendo una narrativa visual coherente y atractiva que refleje la esencia y valores de la empresa. Desde la perspectiva de la línea de investigación artística, el proyecto resalta la importancia de la intersección entre arte y empresa, donde el diseño gráfico actúa como un puente que transforma conceptos creativos en soluciones prácticas y tangibles para problemas de comunicación y gestión. La investigación artística, que a menudo se enfoca en la exploración de nuevas formas de expresión y en la reflexión crítica sobre el rol del arte en la sociedad, encuentra en este proyecto una aplicación directa de sus principios en el ámbito empresarial. Este enfoque no solo enriquece la práctica del diseño gráfico al incorporar metodologías y perspectivas artísticas, sino que también abre nuevas vías para la investigación en el campo del arte, al considerar cómo las técnicas y principios artísticos pueden ser adaptados y utilizados para resolver desafíos específicos en el mundo empresarial y editorial de las MIPYMES. En resumen, la relación entre el "Proyecto de diseño gráfico aplicado a la gestión empresarial y editorial en MIPYMES" y la línea de investigación artística se basa en la capacidad del diseño gráfico para integrar la creatividad artística con los objetivos funcionales y estratégicos de las empresas, creando un espacio de innovación donde la estética y la gestión se encuentran y potencian mutuamente.

- Tecnología Superior en Diseño Gráfico: El proyecto titulado "Proyecto de diseño gráfico aplicado a la gestión empresarial y editorial en MIPYMES" se relaciona estrechamente con la carrera de Tecnología Superior en Diseño Gráfico, ya que ambos comparten un enfoque en la aplicación práctica de principios y técnicas de diseño gráfico en contextos reales y relevantes para el desarrollo empresarial. Esta carrera forma profesionales capacitados para crear soluciones visuales efectivas, y este

proyecto proporciona un escenario ideal para que los estudiantes apliquen sus conocimientos en situaciones empresariales concretas, especialmente en MIPYMES, donde el diseño gráfico puede marcar una diferencia significativa en la identidad corporativa, la comunicación visual y la competitividad en el mercado. Además, el proyecto permite a los estudiantes de Diseño Gráfico explorar cómo sus habilidades pueden integrarse en la gestión empresarial y editorial, ampliando su perspectiva sobre el impacto del diseño en diferentes áreas de una empresa y preparándolos para enfrentar los desafíos del mundo laboral con una visión holística que abarca tanto la creatividad como la estrategia empresarial.

5. Objetivos General

Diseñar un manual de pasos para la construcción de una buena marca para la mejora de la comunicación interna y externa de las PYMES.

6. Objetivos Específicos

- Investigar sobre los procesos de construcción de una marca
- Elaborar machote del manual
- Diseñar y maquetar manual para medios impresos
- Diseñar y maquetar manual para medios digitales
- Mejorar la comunicación interna y externa de las PYMES

7. Metodología, materiales y métodos

Para llevar a cabo esta investigación utilizaremos el método cualitativo, donde se nos indica que una investigación cualitativa, nos permite utilizar resultados no probabilísticos más sin embargo si nos permite obtener las cualidades del objeto de estudio, a través de observación entrevista etc.

En este sentido aplicaremos entrevistas a los dueños de pequeñas, medianas y grandes empresas en donde nos permitirá analizar los resultados para la viabilidad de este proyecto.

Método Analítico - Sintético

Los métodos cualitativos se centran obtener cualidades, ventajas y desventajas del objeto de estudio y nos permite un análisis más puntual del público al que se dirige esta investigación.

Este tipo de enfoque nos ayuda a tener una noción de factible la propuesta del proyecto que va dirigido hacia los afiliados en la empresa y hacia los departamentos de esta.

Método Inductivo – Deductivo.

Mediante entrevista que se realizaran a distintas PYMES se determinara la problemática y las conclusiones acerca del tema tratado, fundamentándose en los objetivos previos a la investigación.

8. Equipo de investigación

Director de proyecto:

Lic. Dustin Madison Herrera Calderón

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5059-3460>

E-mail: dustin.herrera1@formacion.edu.ec

Investigadores:

Lic. Carlos Alfredo Ganchala Pizarro

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5839-2698>

E-mail: carlos.ganchala@formacion.edu.ec

9. Cronograma de actividades

Actividad	Semestre en el que se va a desarrollar				Fecha		Responsable
	Semestre 1 Enero 2023- Julio 2023	Semestre 2 Julio 2023- Diciembre 2023	Semestre 3 Enero 2024- Julio 2024	Semestre 4 Julio 2024- Diciembre 2024	Desde	Hasta	
REUNIÓN CON EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	X				3/1/2023	3/1/2023	DIRECTOR DE PROYECTO
ELABORACIÓN DE PLAN DE APRENDIZAJE ESTUDIANTES PARTICIPANTES EN PROYECTO	X				10/1/2023	16/1/2023	DIRECTOR DE PROYECTO
DISEÑO Y COMPROBACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	X				16/1/2023	30/1/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	X				01/02/2023	20/2/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	X				25/2/2023	15/03/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
DISEÑO DE LA IMAGEN DEL CANAL	X				9/3/2023	31/3/2023	DIRECTOR DE PROYECTO
SELECCIÓN DE LAS MYPIMES OBJETO DE ESTUDIO	X				3/4/2023	30/4/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
RECOLECCION DE DATOS DE LAS MYPIMES OBJETO DE ESTUDIO	X				10/5/2023	30/05/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
REUNIÓN CON EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	X				2/6/2023	2/6/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
PUBLICACIÓN ARTÍCULO 1	X				22/6/2023	30/6/2023	DIRECTOR DE PROYECTO
ASESORÍA A EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	X				23/6/2023	26/7/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
PRESENTACIÓN DEL PRIMER INFORME PARCIAL DEL PROYECTO	X				29/6/2023	30/6/2023	DIRECTOR DE PROYECTO

REUNIÓN CON EQUIPO DE INVESTIGACIÓN								3/7/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
ELABORACIÓN DE PLAN DE APRENDIZAJE ESTUDIANTES PARTICIPANTES EN PROYECTO	X							3/7/2023	DIRECTOR DE PROYECTO
ELABORACIÓN DE MATERIAL TEÓRICO PARA EL MANUAL	X							15/08/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
ELABORACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO PARA EL MANUAL	X							20/09/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
PARTICIPACIÓN EN III CONGRESO HUMANIDAD 2023	X							14/10/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
DISEÑO DE INSTRUMENTOS PARA MEDIR EL IMPACTO DEL CANAL UFTV	X							30/11/2023	DIRECTOR DE PROYECTO
PARTICIPACIÓN EN CONGRESO FIATT 4	X							2/11/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
ASESORÍA A EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	X							10/11/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
PUBLICACIÓN ARTÍCULO 2	X							30/11/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
REUNIÓN CON EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	X							4/12/2023	EQUIPO DE INVESTIGACION
PRESENTACIÓN DEL SEGUNDO INFORME PARCIAL DEL PROYECTO	X							30/12/2023	DIRECTOR DE PROYECTO
REUNIÓN CON EQUIPO DE INVESTIGACIÓN								5/1/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
ELABORACIÓN DE PLAN DE APRENDIZAJE ESTUDIANTES PARTICIPANTES EN PROYECTO								10/1/2024	DIRECTOR DE PROYECTO
PRIMER CICLO DE CONFERENCIAS 2024								13/2/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
ASESORÍA A EQUIPO DE INVESTIGACIÓN								21/3/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION

REVISIÓN DE POR PARES DE LA PRIMERA PROPUESTA DE MANUAL DE MARCAS				X		20/2/2024	2/4/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
ELABORACION DE LA PROPUESTA DEFINITIVA DEL MANUAL DE MARCAS				X		10/4/2024	5/6/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
PARTICIPACIÓN EN EL CONGRESO I DEL 2024				X		15/5/2024	30/5/2024	DIRECTOR DE PROYECTO
ELABORACION DE ENCUESTAS A MYPIMES OBJETO DE ESTUDIO				X		10/06/2024	20/06/2024	DIRECTOR DE PROYECTO
PUBLICACION ARTICULO 3				X		3/6/2024	30/6/2024	DIRECTOR DE PROYECTO
PRESENTACIÓN DEL TERCER INFORME PARCIAL DEL PROYECTO				X		20/6/2024	30/6/2024	DIRECTOR DE PROYECTO
REUNIÓN CON EQUIPO DE INVESTIGACIÓN					X	1/7/2024	1/7/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
ELABORACIÓN DE PLAN DE APRENDIZAJE ESTUDIANTES PARTICIPANTES EN PROYECTO					X	2/7/2024	2/7/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
SOCIALIZACION EL MEDIO ACADEMICO DEL MANUAL DE MARCAS					X	15/7/2024	30/7/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
CONFERENCIAS A LOS COLECTIVOS ACADÉMICOS EN EL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN					X	1/8/2024	10/8/2024	DIRECTOR DE PROYECTO
PARTICIPACIÓN EN EL IV CONGRESO HUMANIDAD 2024					X	1/9/2024	5/9/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
ASESORÍA ESPECIALIZADA AL EQUIPO DE INVESTIGACION					X	15/9/2024	28/9/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
SOCIALIZACION DEL MANUAL DE MARCAS CON LAS MYPIMES OBJETO DE ESTUDIO					X	2/10/2024	30/10/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
APLICACIÓN DE ENCUESTAS SOBRE EL IMPACTO DEL MANUAL DE MARCAS					X	5/11/2024	17/11/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
PROCESAMIENTO DE DATOS OBTENIDOS EN LAS ENCUESTAS					X	18/11/2024	7/12/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION

				3/12/2024	3/12/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
REUNIÓN CON EQUIPO DE INVESTIGACIÓN			X	3/12/2024	3/12/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
PRESENTACIÓN DEL LIBRO FINAL DE PROYECTO			X	15/12/2024	20/12/2024	EQUIPO DE INVESTIGACION
PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO			X	15/12/2024	30/12/2024	DIRECTOR DE PROYECTO

10. Presupuesto

Rubro	Actividad	Semestre en el que se va a desarrollar				Fecha	Total (\$)
		Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4		
ADQUISICIÓN DE EQUIPOS, INSTRUMENTOS, MATERIALES, PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y SOFTWARE	PAGO DE LICENCIAS SOFTWARE ADOBE	X				15/01/2023	660
			X			15/07/2023	
				X		15/01/2024	
					X	15/07/2024	
ADQUISICIÓN DE EQUIPOS, INSTRUMENTOS, MATERIALES, PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y SOFTWARE.	DISEÑO DE IMAGEN	X				31/3/2023	500
VIAJES TÉCNICOS	RECOLECCIÓN DE DATOS DE LAS MYPIMES OBJETO DE ESTUDIO	X				30/05/2023	500
TRANSFERENCIA DE RESULTADOS	PUBLICACIÓN DE ARTÍCULO 1	X				30/6/2023	150

SERVICIOS (ASESORÍA) U OTROS	ASESORÍA AL EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	X				26/7/2023	300
ADQUISICIÓN DE EQUIPOS, INSTRUMENTOS, INSUMOS, MATERIALES, PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y SOFTWARE	ELABORACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO PARA EL MANUAL	X				20/09/2023	400
TRANSFERENCIA DE RESULTADOS	PARTICIPACIÓN EN III CONGRESO HUMANIDAD 2023	X				14/10/2023	250
TRANSFERENCIA DE RESULTADOS	PARTICIPACIÓN EN CONGRESO FIATT 4	X				2/11/2023	200
SERVICIOS (ASESORÍA) U OTROS	ASESORÍA A EQUIPO DE INVESTIGACIÓN	X				10/11/2023	300
TRANSFERENCIA DE RESULTADOS	PUBLICACIÓN ARTÍCULO 2	X				30/11/2023	250
SERVICIOS (ASESORÍA) U OTROS	ASESORÍA A EQUIPO DE INVESTIGACIÓN		X			21/3/2024	400
TRANSFERENCIA DE RESULTADOS	PUBLICACION ARTICULO 3		X			30/6/2024	250
TRANSFERENCIA DE RESULTADOS	PARTICIPACIÓN EN EL IV CONGRESO HUMANIDAD 2024			X		5/9/2024	170
SERVICIOS (ASESORÍA) U OTROS	ASESORÍA ESPECIALIZADA AL EQUIPO DE INVESTIGACION				X	28/9/2024	300
VIAJES TECNICOS	SOCIALIZACION DEL MANUAL DE MARCAS CON LAS MYPIMES OBJETO DE ESTUDIO				X	30/10/2024	500
TRANSFERENCIA DE RESULTADOS	PRESENTACIÓN DEL LIBRO FINAL DE PROYECTO				X	20/12/2024	400
TOTAL							\$5530

11. Resultados esperados

Esta investigación tiene como objetivo fundamental fomentar el crecimiento y la expansión de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) mediante el desarrollo de un manual que les proporciona las herramientas necesarias para llevar a cabo una implementación adecuada de su marca, una tarea esencial que permitirá optimizar tanto su comunicación interna como externa. El establecimiento de una identidad de marca sólida y coherente es crucial para que las PYMES puedan diferenciarse en el mercado, mejorar su posicionamiento y generar una relación más efectiva con sus objetivos públicos, tanto internos (empleados y colaboradores) como externos (clientes, proveedores y socios comerciales). A través de este estudio, se pretende ofrecer a las PYMES una guía práctica que les permitirá afrontar los desafíos de la gestión empresarial de manera más estructurada y profesional, lo que contribuirá a su sostenibilidad y crecimiento en un entorno económico cada vez más competitivo. Además, esta investigación no solo beneficia a las empresas en sí, sino que también aporta al desarrollo del campo académico e investigativo del país, promoviendo el avance institucional en el ámbito de la investigación empresarial. Al mismo tiempo, se abre un camino para que otros investigadores continúen profundizando en el tema y enriquezcan la matriz investigativa del Ecuador, generando un impacto positivo tanto a nivel local como nacional, contribuyendo al desarrollo del ecosistema empresarial y social.

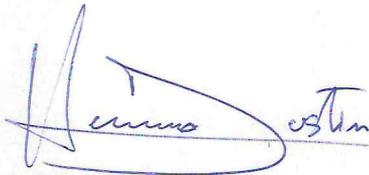
12. Bibliografía

1. Armenta, J. (2018). Diseño gráfico y estrategia empresarial: Una guía para MIPYMES. Editorial Diseño y Empresa.
2. Casarotto, C. (21 de 11 de 2021). Rockcontent. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/comunicacionvisual/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20visual%20es%20el,ni%20sonido%20para%20intercambiar%20mensajes>.
3. Fernández, L. (2020). El impacto del diseño en la identidad corporativa. Revista de Diseño Gráfico, 15(2), 45-60.
4. Fernández Ruiz, M. J. (2001). Interfaces de Usuario: Diseño de la visualización de la información como medio para mejorar la gestión de conocimiento y los resultados obtenidos por el usuario. Obtenido de file:///C:/Users/Asus/Downloads/Dialnet-InterfacesDeUsuario-1456152%20(1).pdf
5. López, R. (2019). Diseño gráfico como herramienta de comunicación en MIPYMES. Editorial Sage.
6. Martínez, T. (2017). Estrategias de marketing digital para MIPYMES: El rol del diseño gráfico. Universidad de Marketing.
7. Nediger, M. (21 de 10 de 2020). Venngage. Obtenido de Venngage: <https://es.venngage.com/blog/comunicacion-visual/>
8. Pérez, M. (2021). Creatividad y gestión en el diseño para empresas pequeñas. Ediciones Creativas.
9. Ramírez, A. (2020). Visual Branding: Importancia del diseño gráfico en las MIPYMES. Diseño Empresarial.

10. Ruiz, N. M. (2015). RUIZMAR. Obtenido de Teoria de la imagen: <https://ruizmar.wordpress.com/2015/03/16/bloc-2-el-lenguaje-visual/>
11. Solís, A. S. (2017). Enseñanza del lenguaje y la composición visual en los cursos básicos de diseño en los programas del Instituto de Arquitectura Diseño y Arte de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Cultura Científica y Tecnológica, 59.
12. Torres, E. (2019). El diseño gráfico y su aplicación en el ámbito editorial de las MIPYMES. Editorial Innovación.
13. Valdivieso, L. B. (2016). El aprendizaje del lenguaje escrito y las ciencias de la lectura. Un límite entre la psicología cognitiva, las neurociencias y la educación. Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología Vol. 11. Núm. 36. ZANÓN
- ANDRÉS, D. (2007). Introducción al diseño editorial
14. Vargas, J. (2018). MIPYMES y el poder del diseño: Casos de éxito. Revista de Empresas y Diseño, 3(1), 25-40.
15. Zamora, C. (2021). Tendencias en diseño gráfico para MIPYMES: De lo tradicional a lo digital. Editorial Estratégica.

13. Firma de responsabilidad

“Los contenidos de la presente propuesta son de responsabilidad del equipo de investigación proponente, por lo que a nombre del equipo firmó a los 26 días del mes de septiembre del año 2022.”



Director de proyecto
Dustin Herrera Calderón