



## YO SOY EFI

### Convocatoria de auto-identificación como Espacios de Formación Integral (EFI)

#### Caracterización de la propuesta del EFI

##### 1. Datos de la propuesta

<b>Nombre del EFI: SIP -Unidades económicas vulnerables</b>
<b>Tipo:</b> Profundización
<b>Ubicación geográfica:</b> Montevideo, se desarrolla en FADU pero posee alcance departamental. localidades y barrios variables en función de los emprendedores que se inscriban a través de la Unidad Mypes y MIDES
<b>Resumen (250 palabras máximo):</b> El Seminario Interdisciplinario de Producto de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual, reúne a estudiantes de la carrera, docentes de otras disciplinas, y pequeños productores que por distintas razones -pueden considerarse- se encuentran en situación de vulnerabilidad. El objetivo es generar en conjunto una estrategia de diseño de comunicación visual en 6 jornadas de trabajo, que dismantelen el consenso creado acerca de la “inevitabilidad” de la situación económica actual. Al tiempo que desde la órbita del estudiante pone en crisis el discurso hegemónico, aumentando la capacidad de crítica. Permite valorar el intercambio, poder opinar, entender un contexto más amplio y escuchar otra realidad. Además nos hace entendernos como consumidores y replantearnos decisiones que damos por “naturales”. El Seminario genera un sistema de trabajo horizontal entre estudiantes y productores, basado en el co-diseño con un perfil transdisciplinar y propone una experiencia de educación no-formal permitiendo a los emprendedores nuevas aproximaciones a la educación universitaria a partir de la construcción de nuevos trayectos, desde prácticas que incluyen otras posibilidades.
<b>Palabras Clave (hasta 3):</b> Diseño de comunicación estratégico; emprendimientos productivos; educación no formal.
<b>Antecedentes:</b> La Licenciatura de Diseño en Comunicación Visual (LDCV) se ha vinculado desde 2013 con la Coordinadora Nacional de Economía Solidaria (CNES) a través del Seminario Interdisciplinario de Producto (SIP). Desde el ámbito académico y a través de trabajos en aula, la



asignatura ha explorado distintos aspectos de la Economía Social y Solidaria (ESS) como uno de los referentes que reúne a Unidades Económicas Vulnerables, en 2015 incursionó en la experiencia de invitar a 3 emprendedores de ESS a participar del seminario, el cual fue reconocido como EFI.

En 2016 y a través de la Unidad Mypes de la Intendencia de Montevideo se aumentó a 10 la lista de participantes en una modalidad de trabajo horizontal y co-diseño. Trabajando en 11 equipos y proporcionando a los emprendedores invitados un seminario-taller denominado Estrategias de Comunicación y Comercialización de Productos realizado los días sábados de 9:00 a 12:30 y de 13:30 a 16:00 horas del 17 de setiembre al sábado 19 de noviembre inclusive. Al finalizar el seminario se les entregó a los emprendedores un certificado de asistencia y la carpeta con el trabajo realizado por su equipo correspondiente. Comenzando así una experiencia de educación no-formal permitiendo a los emprendedores nuevas aproximaciones a la educación universitaria a partir de la construcción de nuevos trayectos, desde prácticas que incluyen otras posibilidades, provocando intercambios interpersonales entre los emprendedores y los estudiantes y docentes.

En 2017 se aumentó a 19 el número de emprendedores que trabajaron con 60 estudiantes en 19 equipos de trabajo.

En 2018 se trabajó con 12 emprendedores que trabajaron con 90 estudiantes en 20 equipos de trabajo

**Objetivos:** Analizar en profundidad las características proyectuales implicadas en un trabajo de extensión para la comercialización de servicios y productos, especialmente aquellos relativos a espacios efímeros, espacios virtuales y puntos de venta de terceros.

Aplicar y familiarizarse con las distintas metodologías estructuradas para la realización de un proyecto. Articulando los distintos enfoques metodológicos trabajados por los invitados en la generación de un único proyecto.

Manejar conceptos referentes a instalaciones comerciales, integrando aspectos programáticos, de una imagen visual y comercial, en espacios efímeros.

Planificar estrategias de comunicación que fortalezcan a unidades económicas vulnerables, particularmente en la visibilidad de sus productos y servicios y en la comunicación de la participación en ferias como espacios de comercialización.

Entender del ecosistema de medios digitales y el nuevo paradigma de comunicación asociado de cara a su inclusión en una estrategia de comunicación amplia

Concebir el rol y la responsabilidad del diseñador de comunicación visual en proyectos que favorezcan el incentivo y el fortalecimiento de estructuras económicas vulnerables a partir de un proceso de co-diseño.

Desarrollar metodologías proyectuales desde el Co-diseño y profundizar la capacidad



para trabajar en equipo, siendo partícipe de la diversidad de procesos de trabajo, desde los cuales, pensar y compartir diferentes posiciones, considerando varias alternativas.

Generar una postura crítica y reflexiva en la construcción de la figura profesional, comprometida con la realidad socio-cultural en la que se encuentra inmersa.

Proporcionar experiencias de formación a personas que -por distintas razones- no se han vinculado con la Universidad siendo en algún momento de su formación excluidos del sistema educativo formal.

**Descripción de actividades.** Caracterización general, ¿Qué actividades realizan?, ¿Que modalidades de participación se plantean?, tipos de actividad, modalidad pedagógica, roles esperados, entre otros.

Ver tabla:



Tabla Actividades por módulo en función de las Metas de Aprendizaje SIP 2018				
Mód	Actividad / Experiencia	Evaluación/Soporte	Meta de aprendizaje	Tipo de aprend.
Horizontal a todos los módulos	Trabajo grupal de Co-diseño, integrado por estudiantes y emprendedores	Auto-evaluación de la experiencia y su participación.	Analizar en profundidad las características proyectuales implicadas en un trabajo de vinculación con el medio a partir del co-diseño	Desarrollos nuevos y Dimensión humana
	ABPr: Desarrollar una estrategia de comunicación para fortalecer la comercialización en espacios efímeros tangibles e intangibles	Realización de carpeta, que será entregada al emprendedor como insumo del transcurso por el SIP Diálogo reflexivo	Aplicar y familiarizarse con distintas metodologías estructuradas para la realización de un proyecto. Concebir el rol y la responsabilidad del diseñador, en proyectos que favorezcan el incentivo y el fortalecimiento de estructuras económicas vulnerables.	Conocimiento fundamental, de aplicación y Aprender a aprender Dimensión humana
Organización en módulos	Módulo 0, Aprestamiento Módulo 1, Diagnóstico, Marketing digital y SMM Módulo 2, Espacios efímeros tangibles	Evaluación a través de la entrega de una Bitácora (portafolio de aprendizaje)	Articular los distintos enfoques metodológicos en la generación de un único proyecto.	Desarrollos nuevos, aprender a aprender
	Introducción expositiva	Exposición participativa y dialogada	Conocer las características del co-diseño.	Conocimiento fundamental,
Módulo 0 1 Aprestamiento	Lectura de texto y Análisis grupal sobre conceptos de co-diseño.	Diálogo reflexivo,	Aprender a trabajar en equipo. Analizar las características del co-diseño	Conocimiento fundamental,
	Listado: "los defectos de un buen diseñador"	Actividad lúdica,	Concebir el rol y la responsabilidad del diseñador.	Dimensión humana
	Análisis de identificadores gráficos de UEV diseño, re-diseño, ajustes	Simulaciones, criterios en la toma de decisión.	Concebir el rol y la responsabilidad del diseñador.	Dimensión humana, y conocimiento fundamental
	Reconocimiento de las características aptitudinales más destacadas en una persona.	Test de Colores - Harvard.	Analizar en profundidad las características propias en pos del trabajo en equipo.	Dimensión humana
	Presentación de los emprendedores	-	Valorar el intercambio, entender un contexto más amplio y escuchar otra realidad.	Dimensión humana
Módulo 01 2	Instancia Expositiva: Marketing Nuevo paradigma de la comunicación -I, We, They-- Diagnóstico interno y externo del emprendimiento. A través de preguntas y respuestas: qué hace, dónde lo comercializa, etc. FODA	Discusión sobre selección de publicidades. Diálogo reflexivo, Obtención de información e ideas Actividad de Análisis Generación de FODA que se incluirá en la bitácora	Entender los conceptos básicos del mercado Realizar recopilación de datos de fuentes primarias para la investigación proyectual. Diagnosticar la situación concreta en función al análisis de la información.	Conocimiento Fundamental Dimensión humana, De aplicación y Desarrollos nuevos
	Instancia Expositiva: Marketing Digital: "ZMOT" Plan de marketing digital	Encuesta digital en vivo y directo	Entender los conceptos básicos del mercado en las redes	Conocimiento Fundamental
	Esquema "Rueda de esencia de marca"	Diálogo reflexivo, Obtención de información e ideas Actividad de Análisis Generación del esquema que se incluirá en la bitácora	Reconocer al Emprendedor y Emprendimiento como dos entidades distintas, entender la realidad del emprendimiento, su modelo productivo.	Dimensión humana, De aplicación y Desarrollos nuevos
	Instancia Expositiva: -Síntesis de fundamentos y conceptos claves. -Ecosistema de medios digitales. Medios propios, medios pagos, medios ganados. -Social Media Marketing (SMM). Definición, objetivos y principales redes sociales. -Orientación para crear un Plan SMM	El proyecto, la capacidad crítica, a través de la entrega del Plan SMM en la carpeta	Entender el ecosistema de medios digitales y el nuevo paradigma de comunicación	Conocimiento Fundamental
	Definición de objetivos y ejes de comunicación, acciones y métricas para medir los resultados.	-Análisis de la situación inicial: emprendimiento y competencia en redes sociales. -Desarrollo de Conclusiones.	Asociar el nuevo paradigma de comunicación a una estrategia de comunicación amplia.	De aplicación y Desarrollos nuevos
	Creación de un calendario editorial "mes tipo".	Coherencia del calendario en función de los ejes de comunicación definidos	Desarrollar el nuevo paradigma de comunicación.	De aplicación y Desarrollos nuevos
	Creación de "templates" visuales	Coherencia entre la estrategia y las piezas gráficas	Integrar de forma coherente aspectos de la imagen visual y comercial, en espacios virtuales.	De aplicación y Desarrollos nuevos
	Instancia Expositiva: sobre puntos de ventas efímeros y equipamientos, diseño de Displays y P.O.P	-	Conocer conceptos referentes y herramientas de diseño necesarios para la comercialización de servicios y productos	Conocimiento fundamental,
	Bloques de lego	Actividad Lúdico-creativa	Aplicar conceptos referentes y herramientas de diseño necesarios para la comercialización de servicios y productos Deshacerse, descartar, desear, rehacer, desarrollar el desapego a ideas y posibles soluciones	De aplicación y Desarrollos nuevos, Dimensión humana
	ADN del emprendimiento personalidad y valores: Se contemplarán los atributos (racionales) y valores (emocionales). Definir colores, formas y texturas; productos.	Actividad creativa, de síntesis. Esencia en 140 caracteres Moodboard	Sintetizar la información en una frase clara y concisa. Adjudicar características visuales coherentes al emprendimiento	De aplicación y Desarrollos nuevos De aplicación y Desarrollos nuevos
Diseño de POP y stand para ferias que integre coherentemente aspectos de la imagen visual y comercial.	El proyecto, la capacidad crítica, a través de la entrega de maqueta 30x30x30 y carpeta.	Integrar coherentemente aspectos de la imagen visual y comercial, en espacios efímeros y puntos de venta de terceros.	Conocimiento Fundamental y de Aplicación	
Jornada de elaboración y consulta	Instancia donde participan los docentes invitados y el equipo docente de SIP, y se realiza un seguimiento sobre las piezas de entrega	Carpeta y bitácora, coherencia, aspectos asociados al diseño editorial, redacción y grado de análisis expresado en las piezas.	Distinguir las diferencias entre un texto descriptivo, analítico y conclusivo. Aplicar el poder de síntesis y la elección estratégica del contenido.	Conocimiento Fundamental y de Aplicación, aprender a aprender y desarrollos nuevos



**Modalidades de Evaluación previstos. (¿cuales?)**

se especifican en la tabla.

**Resultados esperados y proyecciones a futuro / Cronograma de ejecución**

**Se espera incorporar emprendedores proporcionados por MIDES para lograr 25 emprendedores participando**

**Financiamiento:**

¿Que tipo de financiamiento tiene? (Udelar, CSEAM, FADU, etc). Especifique.

El que se desprende de la undiad curricular SIP y los apoyos provenientes del reconocimiento EFI

**Articulación de funciones (250 palabras):**

¿Qué tipo de articulación de funciones se prevé desarrollar? (Enseñanza – Investigación - Extensión).

Explique cuales funciones se articulan y cómo.

Las tres articulaciones: justificación en el documento adjunto: “**Experiencias de co-diseño entre estudiantes de Diseño de Comunicación Visual y Unidades Económicas vulnerables.** “

<b>Articulación y abordajes disciplinarios:</b>	No	Si	¿Cuál/es?
¿El EFI se realiza con otros espacios de la Udelar (Facultades, Institutos, etc.)?		x	
¿Involucra otras disciplinas?		x	
¿Tiene vínculo con algún Programa Plataforma (APEX, PIM)?		x	

**2. Reconocimiento curricular**

<b>Reconocimiento curricular:</b>	No	Si	
-----------------------------------	----	----	--



¿El EFI tiene reconocimiento curricular?		<input checked="" type="checkbox"/> Si respondió Si ¿Cuántos créditos otorga?  6
¿El reconocimiento es a través de créditos?		<input checked="" type="checkbox"/> Si respondió Si, indicar a unidad curricular corresponden y si es obligatoria, optativa o electiva.  Si respondió NO, indicar como es el reconocimiento.  SIP, obligatoria

### 3. Participantes

<b>Resumen del total de participantes universitarios:</b> (Indicar número de participantes)			
Servicio / Carrera / Curso	Docentes	Estudiantes	Egresados
LDCV, SIP	2+4 invitados	90	0

<b>Integrantes del equipo universitario que llevará adelante la propuesta (incluir sólo participantes de la FADU):</b>						
Nombre y Apellidos	C.I.	Teléfono	Correo electrónico	Servicio / Ámbito institucional	Docente, estudiante o egresado. (Indicar si es responsables de la propuesta)	Grado y horas (solo docentes)



Beatriz Leibner				Área Proyectual LDCV	docente	G3 16h responsabl e
María Emil Saldaña				Área Proyectual LDCV	docente	G2 horas 12h

<b>Articulación con actores no universitarios:</b>	Tipo: <b>Social</b> (ONG, organizaciones barriales, sindicatos y organizaciones de trabajadores, asociaciones culturales, deportivas o religiosas, cooperativas, organización de productores rurales, participantes no organizados) o <b>Institucional</b> (Ministerios, Poder Ejecutivo, Entes Autónomos, Intendencias, Municipios, Centros de Saludo, Educativos, Centros de reclusión/rehabilitación, Espacios interinstitucionales).
Los emprendedores son provistos por la Unidad PYME de IM, y por invitación de los estudiantes a conocidos interesados.	

<b>Referentes no universitarios:</b>			
Nombre y Apellidos	Teléfono	Correo electrónico	Institución/ Organización
T.A. Virginia Larrosa			Área Formación Empresarial Unidad Mypes - Intendencia de Montevideo



Facultad de Arquitectura,  
Diseño y Urbanismo  
UDELAR

#### **4. Imagen para difusión**

Enviar en archivo adjunto una imagen representativa de la propuesta (formato jpg, 150 dpi, tamaño mínimo 1080x1080 pixels).