



Caracterización de la propuesta del EFI

1. Datos de la propuesta.

Nombre del EFI: SIP -Unidades económicas vulnerables
Tipo: Profundización
Ubicación geográfica: 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.
Resumen (250 palabras): 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 desmantelen 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.
Palabras Clave (hasta 3): Diseño de comunicación estratégico; emprendimientos productivos; educación no formal.
Antecedentes: 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.



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 poseso 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.

Desde el equipo docente es un objetivo hacer una reflexión sobre los resultados y las implicaciones disciplinares de los procesos. Aportando robustez a la investigación como fase del mismo codesarrollo y las implicancias de la educación no formal desde UDELAR.

Es un objetivo del equipo docente participar activamente en las convocatorias de SIE con el fin de compartir experiencias, transmitir hallazgos, contribuir a aumentar la cantidad de EFIs de LDCV y FADU.

También es un objetivo participar en la construcción colectiva de la publicación 2018 de SIE

Descripción de actividades. Caracterización general, ¿Qué actividades realizan?, ¿Que

modalidades de participación se plantean?, tipos de actividad, modalidad pedagógica, roles esperados, entre otros.

-A través de la modalidad Taller en equipos integrados por emprendedores y estudiantes se realizarán distintas actividades cuyo objetivo será acercar los contenidos de cada fase del seminario (descritos a continuación en el cronograma) a los casos particulares de cada emprendedor.

-Las experiencias y los resultados serán registrados en una bitácora del seminario y las herramientas empleadas formarán parte de la carpeta técnica a entregar a cada emprendedor una vez finalizada la experiencia.

Tabla 1. Actividades por módulo en función de las Metas de Aprendizaje

Módulo	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
	ABP2: 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	Aplicar y familiarizarse con distintas metodologías estructuradas para la realización de un proyecto.	Conocimiento fundamental, de aplicación y Aprender a aprender
		Diálogo reflexivo	Concebir el rol y la responsabilidad del diseñador, en proyectos que favorezcan el incentivo y el fortalecimiento de estructuras económicas vulnerables.	Dimensión humana
Organización en módulos	Módulo 0, Aprestamiento Módulo 1, Diagnóstico Módulo 2, Espacios efímeros tangibles	Evaluación a través de la entrega de una Bitácora (portfolio de aprendizaje)	Articular los distintos enfoques metodológicos en la generación de un único proyecto.	Desarrollos nuevos

	Módulo 3, Espacios efímeros intangibles			
Módulo 0	Introducción expositiva	Debate	Conocer las características del co-diseño.	Conocimiento fundamental,
Primera parte				
Solo con estudiantes	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
	Juego de Roles: Co-diseño vs. Cliente-Diseñador	Simulaciones, actividad lúdica,	Aprender a trabajar en forma horizontal.	Dimensión humana
Módulo 0	Presentación de cada integrante: nombre y qué esperan del seminario.	Diálogo reflexivo, actividad lúdica,	Valorar el intercambio, entender un contexto más amplio y escuchar otra realidad.	Dimensión humana
Segunda parte				
Estudiantes y Emprendedores	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
	Juego grupal: Concuenda permite individualizar los tipos de aportes y reflexionar sobre nuestras zonas de confort. (modelo de Ana Corbacho)	Diálogo reflexivo, actividad lúdica,	Aprender a trabajar en equipo, poder opinar, promover vínculos entre los integrante	Dimensión humana
Módulo 1	Diagnóstico interno y externo del emprendimiento. A través de preguntas y respuestas: qué hace, dónde lo comercializa, etc.	Diálogo reflexivo, Obtención de información e ideas	Realizar recopilación de datos de fuentes primarias para la investigación proyectual.	Dimensión humana, De aplicación y Desarrollos nuevos

	Esquema de la realidad del emprendimiento y su contexto.	Actividad creativa,	Reconocer al Emprendedor y Emprendimiento como dos entidades distintas, entender la realidad del emprendimiento, su modelo productivo.	
	Crear un personaje que represente al emprendimiento y otro que represente al cliente.	Actividad lúdica y creativa,	Representar gráficamente sus principales características en una traslación del campo verbal al visual,	De aplicación
Módulo 2 Primera parte	Introducción 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,
	ADN del emprendimiento personalidad y valores: Se contemplarán los atributos (racionales) y valores (emocionales).	Actividad creativa, de síntesis. Esencia en 140 caracteres	Sintetizar la información en una frase clara y concisa.	De aplicación y Desarrollos nuevos
	-Definir colores, formas y texturas; productos,	Moodboard	Adjudicar características visuales coherentes al emprendimiento	De aplicación y Desarrollos nuevos
	foda+t	Actividad de Análisis	Diagnosticar la situación concreta en función al análisis de la información.	De aplicación y Desarrollos nuevos
Módulo 2 Segunda parte	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 prototipo de pequeño display de venta.	Integrar coherentemente aspectos de la imagen visual y comercial, en espacios efímeros y puntos de venta de terceros.	Conocimiento Fundamental y de Aplicación
Módulo 3	Presentación Expositiva: -Síntesis de fundamentos y	-	Entender el ecosistema de medios digitales y el nuevo paradigma de	Conocimiento Fundamental

Primera parte	<p>conceptos claves. Nuevo paradigma de la comunicación -I, We, They-.</p> <p>-Ecosistema de medios digitales. Medios propios, medios pagos, medios ganados.</p> <p>-Social Media Marketing (SMM). Definición, objetivos y principales redes sociales.</p> <p>-Orientación para crear un Plan SMM</p>		comunicación	
Módulo 3 Segunda parte	<p>Definición de objetivos y ejes de comunicación, acciones y métricas para medir los resultados.</p>	<p>-Análisis de la situación inicial: emprendimiento y competencia en redes sociales.</p> <p>-Desarrollo de Conclusiones.</p>	Asociar el nuevo paradigma de comunicación a una estrategia de comunicación amplia.	De aplicación y Desarrollos nuevos
	<p>Creación de un calendario editorial "mes tipo".</p>	<p>Coherencia del calendario en función de los ejes de comunicación definidos</p>	<p>Desarrollar el nuevo paradigma de comunicación.</p>	<p>De aplicación y Desarrollos nuevos</p>
	<p>Creación de "templates" visuales</p>	<p>Coherencia entre la estrategia y las piezas gráficas</p>	<p>Integrar de forma coherente aspectos de la imagen visual y comercial, en espacios virtuales.</p>	<p>De aplicación y Desarrollos nuevos</p>

Modalidades de Evaluación previstos. (¿cuales?)

a nivel curricular se evalúa el material generado por los equipos tanto en resultados finales como en el proceso de trabajo (el cual cada equipo registra en una bitácora)
a nivel de la experiencia SIP realiza tres evaluaciones:

- A- una auto evaluación por parte de los estudiantes sobre su participación y la del resto de los integrantes del equipo, esta evaluación no es anónima.
- B- una evaluación anónima de los estudiantes sobre las características y el contenido del seminarios
- C- una evaluación de los emprendedores sobre la experiencia y el contenido del seminario,



esta evaluación no es anónima.

Resultados 217:

frente a la solicitud de definir 3 palabras que describan la experiencia vivida en el seminario las respuestas de los emprendedores fueron:

- Interesante, Intenso (agotada a beses) nuevo (temática)
- generosidad, paciencia, fermental
- experiencia, conocimiento, crecer
- interesante, integradora, buena
- positivo, agradable, nutriente
- útil, modernizadora, renovadora
- actualizadora, revolucionaria (de ideas sobre nuestra propia empresa)
- fascinante, me encantó
- eficiente, educativa, interesante
- perspectiva (dada por estudiantes) con profesionalismo, con conocimientos visuales amplios desconocidos para mi
- útil, ameno, enriquecedor,
- rica, agradable, positiva
- creatividad, motivación, apertura de panorama
- integradora, clara, motivadora
- enriquecedora. Amena, distendida

El total de los encuestados contestó que volvería a participar del seminario.

Para 10 de los 14 encuestados, fue su primer contacto con la Universidad, y para 13 de ellos fue su primer contacto con FADU.

De los comentarios y sugerencias escritas por los emprendedores se reconoce el problema de la extensión de las jornadas. También se evidencia el buen vínculo y experiencia desarrollado desde SIP:

-Agradezco la disponibilidad del grupo de trabajo y los aportes, la puesta en práctica de lo trabajado.

-Salgo enriquecida

-Sería combinar con imm, mides C puede, etc para estratégicamente no dar cursos similares, algo así

-excelentes, informativos, objetivos, concretos, reales

-me sentí muy cómoda con el equipo, fue muy ameno

-curso organizado y bien encaminado. Se agradece la fermentación grupal de compartir y colaborar, que es un plus más en la educación



- muy buenas docentes, trato muy bueno y agradable de beatriz
 - capas que el horario no sea tan cargado de horas. Muchas muchas gracias
 - muy concisa y bien organizada
 - muy bueno como experiencia personal, enriquecedor para el emprendimiento
 - el día planteado (sábado) en el segundo semestre del año suele ser el más activo con respecto a eventos donde participar.
 - considero que todo está a buen nivel. La comunicación es buena y el contenido muy rico. A mi me parece que son muchas horas para requerir de atención pero esta bien, es llevadero. Agradezco mucho el tiempo dedicado. Atte. Gustavo pires
 - la buena disposición y ganas de estudiantes y profesores. Gracias por la oportunidad
- De los comentarios y sugerencias escritas por los estudiantes se reconoce el problema de la puntualidad para resolver y la extensión de las jornadas, pero también se puede reconocer que el vínculo con el emprendimiento y la sensibilización fueron logradas al punto que se destaca por parte de los estudiantes las ganas de haberles dado más:
- me encantó el curso y el contacto con los emprendedores
 - el curso rindió. Me aportó muchas cosas y estuvo bien organizado. Lo que me pareció poco útil fueron las maquetas
 - sería mas estricta con la puntualidad, ya que siempre que llegué a clase tuve que esperar mucho tiempo porque los compañeros no respetaban el horario y hacían que comenzara mas tarde
 - traer clientes nuevos, que no tienen nada aún. Los emprendedores de esto vienen con todo construido, tienen ya bases establecidas en su negocio (en mi caso, mi grupo)
 - un aporte negativo sería la falta de puntualidad al comenzar las clases
 - me pareció bastante completo el curso, en cuanto a estrategias de venta, me hubiera gustado que esas herramientas se integraran más con la parte visual, es decir, darle más herramientas al diseño (visual)
 - más herramientas para realizar un producto final óptimo y con repercusiones a futuro
 - muy buena la materia aportó mucho a mis conceptos e ideas de emprendedurismo



- la materia está buena pero tendría que tener una forma de evaluación más constante.
- habría que filtrar más los emprendimientos, muchos tenían ya armadas las cosas y no sabíamos qué sumar.
- puntualidad de las clases (que se arranque en hora)
- el curso es bueno, le faltan instancias intermedias de corrección. Realizar un seguimiento más cercano de los avances del proyecto
- el ritmo y dinámica del curso me pareció acertado, la teoría y práctica juntos aplicado inmediatamente lo expuesto. También que se trabajara en clase y no quedara tanto para fuera de clase. Siento que se hizo rendir las clases teóricas super claras y atractivos. buen manejo del timing
- me parece que el curso está re bueno, pero le perjudica que sean tantas horas de corrido. Los temas que se dan son necesarios para el aprendizaje de la carrera
- clases muy largas
- me gustaría que el emprendedor se hubiera llevado más cosas. Mas producción de piezas gráficas y contenidos
- una instancia de pre-entrega que exija tener concluidas la mejor cantidad de cosas, para no sobrecargar todo en la entrega final y permitir llegar a mejores resultados.
- el sábado se hace muy largo, creo que se podría aprovechar más la clase y hacerlo más corto.
- el primer día de clase se hizo hincapié en la puntualidad pero esto no se cumplió tanto por los estudiantes como por el equipo docente. Cuesta llegar a las 9 y que no empiece en hora. Tal vez las 10 sería mejor hora para arrancar un sábado de mañana.
- encontré al seminario enriquecedor aunque en nuestro caso hubiera sido bueno dejarle al emprendedor productos más finalizados. Creo que los emprendedores se can con conocimientos útiles.
- los emprendedores podrían llevarse cierta materialización del trabajo abordado, además del diploma y la carpeta. Una ayuda aplicada en concreto al emprendimiento sea desde la gráfica hasta la llevada a cabo del espacio pop-up. Siento que todo el trabajo queda en el plano teórico.
- me resulta una materia super interesante, que de poder dedicarle mas tiempo se



podría aprovechar, y más dinámicas lúdicas en conjunto con educativas

-las primeras clases fueron más dinámicas. Sería bueno que se pidan las piezas terminadas antes de terminar así no queda todo para lo último.

-la jornada es muy larga podría ser una sola jornada son corte de 4 o 5 horas y que sea todos los sábados de setiembre y octubre por ejemplo y que termine antes.

-buscar un horario más disponible para ambas partes (emprendedor y estudiante)

-menos carga horaria se podrían solicitar pre-entregas (al menos una) para obtener correcciones y no llegar a la entrega final con módulos incompletos.

Resultados esperados y proyecciones a futuro / Cronograma de ejecución

En función de los resultados alcanzados en 2017 se pretende ajustar la extensión y el número de jornadas para cumplir con los créditos pero sin consetrar en 7 clases de 7h

Se espera aumentar a 25 el numero de emprendedores en función a la nómina de estudiantes previstos.

Se espera poder atender el problema de la sistematización y registro de la metodología empelada e incorporar vinculos con la Facultad de Economía.

En 2017 se participó del encuentro iberoamericano de enseñanza de diseño y se presentó una ponencia sobre la experiencia.

Cronograma de ejecución

Módulo 01 Estrategia de Comunicación (dos jornadas)

Fase 1- Desarrollo de Brief

Fase 2- Estrategias de comunicación

Qué comunicar, A quiénes, Con qué objetivo, Por que medios, Con qué recurso

Módulo 02 Instalaciones Comerciales (1 jornadas)

Se planta proyectar propuestas de instalaciones comerciales y equipamientos para los productos.



Fase 1 Investigación previa y propuesta programática.

Productos comercializados, su proyecto, su producción, su venta y su consumo. Presentación del resultado del ADN de la marca

Fase 2 Manual de Marca

Incluye recaudos gráficos y escritos para las instalaciones comerciales.

Fase 3 Instalación: **Diseño, montaje y presentación de una instalación efímera pensada para la exhibición y venta de productos y servicios incluyendo materiales, colores, texturas y gráfica.**

Módulo 03 Estrategia de Comunicación Digital (dos jornadas)

Fase 1. Síntesis de fundamentos y conceptos claves:

Nuevo paradigma de la comunicación –I, We, They–.

Fase 2. Presentación del ecosistema de medios digitales:

Medios propios, medios pagos medios ganados.

Sistemas de presencia online –del sitio web a las redes sociales–.

Fase 3. PRÁCTICO: Orientación para crear un Plan de Social Media Marketing (SMM)

1. Análisis de la empresa y su competencia.
2. Fijación de objetivos para Social Media.
3. Definición de estrategias y acciones a realizar
4. Inclusión de métricas para medir los resultados (KPIs)
5. Creación de un calendario editorial "mes tipo"



Módulo 04 (una Jornada)

Presentación final de cada equipo

La Metodología es trabajo de Taller, en equipos con elaboración del tipo laboratorio-creativo.

Financiamiento:

¿Que tipo de financiamiento tiene? (Udelar, CSEAM, FADU, etc). Especifique. FADU, desde la asignación docente de una unidad curricular y el reconocimiento económico EFI.

Se recibió un fondo de 10,000 pesos uruguayos por viáticos para la participación del encuentro iberoamericano de docentes de diseño realizado en madrid en octubre. CSIC (aún no se ha asignado)

Articulación de funciones (250 palabras):

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

Enseñanza – Investigación – Extensión:

El objetivo de generar una actitud crítica y reflexiva en profesionales comprometidos con la realidad sociocultural en la que se encuentran inmersos, se vuelve más asequible al vincular la investigación y la teoría en el estudio de casos reales. La Extensión desde el aula admite abordar experiencias concretas de intervención, permite el aporte de soluciones y diagnósticos específicos, la transferencia y capacitación de conocimientos concretos. La Investigación nos brinda el relevo de situaciones de contexto e historicidad, trabajar en programas de necesidades, el registro y análisis de atributos identitarios y discursivos y el estudio de condiciones de producción por fuera de la idealización o la tranquilidad aportada por la simulación. La vinculación de estas dos dimensiones habilitan a una educación donde se trabaja en soluciones proyectuales integrales, a construir conocimiento colectivo, a generar experiencias de formación interdisciplinarias y por supuesto, colaboran con el desarrollo de metodologías de investigación y de proyecto. Pero a su vez, desde un punto de vista pedagógico, la formación se enriquece, resultando más estimulante ya que permite evidencia los objetivos del curso, ayuda a visualizar las diferencias que surgen entre el método de trabajo y su aplicación y admite desarrollar habilidades interpersonales y de relacionamiento más amplias. Es así que concebimos a SIP como una unidad curricular que trabaja tanto en la extensión, enseñanza e investigación abordando Problemas de vulnerabilidad de Unidades Económicas productivas desde el Diseño de Comunicación Visual.

Articulación y abordajes disciplinarios:	No	Si	¿Cuál/es?
¿El EFI se realiza con otros espacios de la Udelar (Facultades, Institutos, etc.)?		x	SIP



¿Involucra otras disciplinas?	x		
¿Tiene vínculo con algún Programa Plataforma (APEX, PIM)?	x		

2. Reconocimiento curricular

Reconocimiento curricular:	No	Si	¿Cómo? / ¿Cuántos créditos?
¿El EFI tiene reconocimiento curricular?		x	A traves de SIP
¿Tiene créditos específicos de extensión o investigación?	x		

3. Participantes

Resumen del total de participantes universitarios:			
Servicio / Carrera / Curso	Docentes	Estudiantes	Egresados
SIP	Equipo docente de SIP	Inscriptos por año se estiman 75 para 2018	

Integrantes del equipo universitario que llevará adelante la propuesta (incluir sólo participantes de la FADU):					
Nombre y Apellidos	C.I.	Teléfono	Correo electrónico	ServicioÁrea	Rol (Docente: indicar grado y horas, estudiante, egresado). Indicar si es responsables



					de la propuesta
Beatriz Leibner				Área Proyectual LDCV	G3 16h responsable
María Emil Saldaña				Área Proyectual LDCV	G2 horas variables entre 12 y 22 en función del dictado de otros cursos

Jessica Berón				Área tecnológica LDCV
Cecilia Basaldua				Profesor asistente (G2) Área proyectual / Taller Transversal de Diseño

Articulación con actores no universitarios:	Tipo: Social (ONG, organizaciones barriales, sindicatos y organizaciones de trabajadores, asociaciones culturales, deportivas o religiosas, cooperativas, organización de productores rurales, participantes no organizados) o Institucional (Ministerios, Poder Ejecutivo, Entes Autónomos, Intendencias, Municipios, Centros de Saludo, Educativos, Centros de reclusión/rehabilitación, Espacios interinstitucionales).
Nombre T.A. Virginia Larrosa	Área Formación Empresarial Unidad Mypes - Intendencia de Montevideo Instalaciones
Nombre	

Referentes no universitarios:			
Nombre y Apellidos	Teléfono	Correo electrónico	Institución/



			Organización
T.A. Virginia Larrosa			Área Formación Empresarial Unidad Mypes - Intendencia de Montevideo

4. Imagen para difusión

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