



---

## **Manual de comunicación y visibilidad**

*Diciembre 2023*

**Este manual proporciona directrices generales sobre la ejecución de la visibilidad y la comunicación entre dos o más instituciones.**

La aplicación concreta depende y puede adaptarse a las circunstancias específicas del proyecto o programa.

Se invita a las organizaciones colaboradoras a que se pongan en contacto con la Unidad de Comunicación en caso de duda,  
**[comunicacion@inefop.org.uy](mailto:comunicacion@inefop.org.uy)**.

# Índice

---

<b>1.</b> Propósito de este manual .....	5
<b>2.</b> ¿Qué es la visibilidad? .....	6
<b>3.</b> La visibilidad y su implementación .....	8
<b>4.</b> Cómo referirse a INEFOP .....	10
<b>5.</b> Comunicación .....	11
<b>5.1</b> Comunicados de prensa .....	12
<b>5.2</b> Entrevistas .....	12
<b>5.3</b> Redes sociales .....	13
<b>5.4</b> Comunicación web .....	14
<b>5.5</b> Publicaciones .....	14
<b>5.6</b> Fotos .....	15
<b>5.7</b> Productos audiovisuales .....	16
<b>5.8</b> Eventos públicos .....	20
<b>6.</b> Identidad Gráfica .....	25
<b>6.1</b> Logotipo principal .....	25
<b>6.2</b> Logotipo 15 años .....	26
<b>6.3</b> Colores .....	27
<b>6.4</b> Tipografía .....	28
<b>6.5</b> Área de protección .....	29
<b>6.6</b> Usos correctos e incorrectos .....	30
<b>7.</b> Seguimiento y presentación de informes .....	31

INEFOP

# 1. Propósito de este manual

---

El **objetivo** es dar a conocer qué hace INEFOP, en qué temas y proyectos está presente, de qué manera y cómo se ve reflejado esto en el cumplimiento de sus objetivos.

Por otra parte, la planificación y ejecución de acciones de comunicación aporta insumos valiosos para evaluar la gestión, dentro y fuera del Instituto.

Para que la comunicación sea efectiva, debe llevarse a cabo en estrecha cooperación entre todas las organizaciones que intervienen en el proceso.

Este documento incluye ejemplos de aplicación práctica de lo establecido.



El logotipo, este Manual y otros materiales de comunicación se pueden descargar en el siguiente enlace: <https://www.inefop.org.uy/categoria/Comunicacion-92?pagina=1>

## 2. ¿Qué es la visibilidad?

---

- Es la proyección de la imagen del Instituto.
- Aplica a Uruguay y a su uso fuera de fronteras.
- En algunos casos puede requerir la articulación de acciones de comunicación con gobiernos departamentales o fuerzas vivas involucradas.
- Todas las organizaciones colaboradoras tienen el compromiso de proporcionar visibilidad a INEFOP.

### Esto implica:



- La visibilidad en términos gráficos.
- La comunicación estructurada y proactiva en las diferentes etapas del proyecto -al inicio, durante la ejecución, al final- con amplia difusión a través de comunicados de prensa, redes sociales, páginas web, entrevistas en medios, así como una clara referencia al apoyo recibido de INEFOP.

## 2. ¿Qué es la visibilidad?



- Cuando un socio trabaje con INEFOP (en el marco de acuerdos o convenios) las obligaciones de visibilidad y comunicación permanecerán vigentes. La responsabilidad para garantizar el cumplimiento y el envío de informes recae en el socio.
- Por socio se entiende a toda organización pública, privada o paraestatal que trabaje en conjunto con el Instituto para diseñar o implementar un proyecto o programa.

Tienen la obligación de mostrar de forma destacada el **logo de INEFOP** y eventualmente un texto que acompañe, previamente acordado, en sus acciones de comunicación.

También puede mostrarse el logo de la organización junto con el de INEFOP. El formato de presentación y el texto se pueden adaptar, según lo previamente acordado, al contexto en el que se vayan a utilizar.

*Ej. Apoya INEFOP. Financiado por INEFOP. Cofinanciado por INEFOP*

Apoya:



Apoya:



Financiado por:



Financiado por:



## 3. La visibilidad y su implementación

Deberá tenerse en cuenta los puntos siguientes en cuanto a implementación.

**Debe mostrarse claramente la participación en:**

- Vía pública en sus diferentes formatos – Ej. Pantallas, carteles carreteros, laterales en los buses.
- Artículos de merchandising – Ej. remeras, bolsas de tela, botellas, lapiceras, etc.
- Paneles y otros formatos de uso interno – Ej. carteles, posters, tótems, señalética, etc.

El logo puede ir acompañado de un texto y de una breve explicación sobre el proyecto.

*Ejemplo: Habilidades digitales para la empleabilidad Socio: Microsoft*



# 3. La visibilidad y su implementación

---

## ¿Qué es INEFOP?

INEFOP es el Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional, creado en octubre de 2008, integrado en forma tripartita.

Tenemos como principal objetivo fomentar y ejecutar políticas de formación profesional y fortalecimiento del empleo de los trabajadores del Uruguay.

El Instituto tiene presencia en los 19 departamentos del país, en forma descentralizada, y ofrece además oportunidades a poblaciones vulnerables alejadas de la urbanización.

El instituto recibe aportes de los trabajadores, a través del Fondo de Reconversión Laboral y lo administra para la implementación de los programas y el funcionamiento de la institución.

## 4. Cómo referirse a INEFOP

---

En actividades de comunicación, dependiendo del formato y contexto, más allá de las aplicaciones del logo, debe mencionarse a INEFOP en alguna de estas formas:

- INEFOP - en letras mayúsculas.
- Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP).

**Evitar** – El uso del artículo “el” previo a la sigla INEFOP: “el INEFOP”.

Debe mencionarse directamente INEFOP o “El Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) ...”

## 5. Comunicación

**¡Mejorá tu perfil laboral!**

**CURSOS DISPONIBLES**

**coursera + INEFOP 15 años**

**+7.500**  
OPCIONES de FORMACIÓN

**100%**  
CURSOS ONLINE

**TRABAJADORES EN ACTIVIDAD Y DESEMPLEO**

**¡Pedi tu licencia!**

**coursera + INEFOP 15 años**

La comunicación deberá efectuarse de manera significativa a lo largo del ciclo del proyecto o acuerdo y no como detalle adicional, solo hacia el final o al principio.

Al cumplir con acciones de comunicación en forma sostenida a lo largo de todo el proceso, se logrará un máximo impacto.

Los responsables de comunicación de cada una de las partes y eventualmente su equipo, o quien sea referente institucional para este tema, deberán estar al tanto desde el inicio de los compromisos adquiridos y de sus obligaciones.

En conjunto, deberá **planificarse** cuáles serán las actividades de comunicación antes de que el proyecto comience a funcionar, estableciendo los objetivos generales a cumplir y el alcance previsto.

De existir un presupuesto de comunicación, deberá procurarse un uso efectivo de los recursos asignados, en línea con la planificación.

En función del rol de cada una de las partes se establecerán niveles de visibilidad.

# 5. Comunicación

---

## 5.1 Comunicados de prensa

Se recomienda emitir un comunicado de prensa al principio y eventualmente, de ser necesario, al final de un proyecto.

Los comunicados de prensa o gacetillas deberán ser avalados por la Unidad de Comunicación de INEFOP antes de su difusión. Deberán incluir el logo del Instituto y la información de contacto de INEFOP.

## 5.2 Entrevistas

Al hablar con los medios de comunicación sobre proyectos con INEFOP, deberá hacerse mención al Instituto y al rol que cumple en ese caso en particular.

Deberá acordarse previamente en forma conjunta el discurso a emitir a referentes de medios de comunicación.

# 5. Comunicación

## 5.3 Redes sociales

Merecen especial atención por ser parte integral de la estrategia de comunicación relacionada con cualquier proyecto, complementando otras acciones de comunicación.

Se espera que todas las organizaciones involucradas en el proyecto utilicen redes sociales durante el ciclo de vida de los proyectos.

### Se recomienda:



- Publicar contenidos previamente acordados del proyecto.
- Etiquetar a INEFOP en redes sociales.

**Se invita a usar el contenido del sitio web [www.inefop.org.uy](http://www.inefop.org.uy) y las plataformas de redes sociales, con la condición de que se mencione o etiquete adecuadamente.**

### Las redes que maneja INEFOP actualmente son:

-  [facebook.com/InefopOficial/](https://facebook.com/InefopOficial/)
-  [twitter.com/INEFOPoficial](https://twitter.com/INEFOPoficial)
-  [instagram.com/inefopuy/](https://instagram.com/inefopuy/)
-  [linkedin.com/company/inefop/](https://linkedin.com/company/inefop/)
-  [youtube.com/@inefopuruguay5584](https://youtube.com/@inefopuruguay5584)
-  [tiktok.com/@inefopuy?\\_t=8aHvv2PXtXZ&\\_r=1](https://tiktok.com/@inefopuy?_t=8aHvv2PXtXZ&_r=1)

# 5. Comunicación

---

## 5.4 Comunicación web

Los proyectos en curso financiados o cofinanciados por INEFOP deben mencionarse en los sitios web de las instituciones que intervienen.

Debe incluirse el logo de **INEFOP** y un enlace a su sitio web **[www.inefop.org.uy](http://www.inefop.org.uy)**

## 5.5 Publicaciones

Si corresponde, deberá incluirse el logotipo en informes, folletos, carteles, boletines informativos y otros productos, en formato impreso o digital.

# 5. Comunicación

---

## 5.6 Fotos

Se fomenta el uso de **fotos de proyectos en las redes sociales** con una mención clara a la colaboración de INEFOP.

Deberá tenerse en cuenta lo referente a derechos de imagen de las personas que figuran como protagonistas de las fotos, y si fuera necesario contar con su consentimiento firmado.

Si la foto no ha sido un aporte de ninguna de las partes y ha sido brindada por otra institución o por un fotógrafo, debe citarse su procedencia.

En cuanto a las fotos grupales, se informará a los usuarios que estén presentes que serán utilizadas exclusivamente para fines de difusión del programa o proyecto.

# 5. Comunicación

---

## 5.7 Productos audiovisuales

Se promueve la realización de productos audiovisuales para dar difusión a los proyectos en diferentes canales.

Como ya se ha explicitado, en todos ellos debe estar la presencia de INEFOP.

Por productos audiovisuales (videos) se entienden también las animaciones.

El formato deberá adecuarse al destino y condiciones.

### Pueden ser utilizados para:

- Difusión en redes sociales.
- Difusión en medios de comunicación.
- Difusión en eventos (lanzamientos, conferencias de prensa, presentación de resultados, seminarios, etc.)
- Explicación de procesos o funcionamiento operativo de programas – sobre todo animaciones.
- Otras necesidades puntuales que puedan surgir.

# 5. Comunicación

---

Estos materiales pueden incluir:

- Filmaciones de capacitaciones o eventos.
- Filmaciones de testimonios o entrevistas.
- Filmaciones de productos, servicios brindados o actividades vinculadas.

En el caso de los videos realizados para las redes sociales, el formato, la duración y la edición deben adecuarse a los estándares actuales y a las mejores prácticas de difusión.

## 5. Comunicación

---

### Consejos para videos para las redes sociales:

- Formato cuadrado o vertical cuando se realicen para Facebook, Instagram y Twitter.
- Que puedan verse con el sonido apagado. El 85 % de los espectadores mira los vídeos sin activar el sonido.
- Si hay texto en el vídeo, que sea lo más breve posible. Utilizar letra grande, clara, puede ser en negrita.
- Incluir subtítulos cuando haya discurso. Letra grande y clara, resumir lo dicho si es necesario para facilitar la lectura.
- Se promoverá la inclusión de un intérprete de lenguas de señas uruguayas.
- El video editado debe durar un mínimo de 15 segundos y un máximo de 1 minuto.
- Contar historias simples e interesantes, imágenes atractivas con las que puedan identificarse los usuarios y potenciales usuarios. No usar términos técnicos ni siglas desconocidas.
- El logo de INEFOP debe estar presente en lo posible en la primera parte del video, o durante todo el video, no solo al final, dado que no siempre se llega a ver el video completo.

# 5. Comunicación

---

## Antes de la producción se deberá

- Evaluar su pertinencia en el plan de comunicación del proyecto.
- Elaborar y aprobar un guion.
- Estipular el alcance y los canales a emplear para la difusión.
- Contar con las autorizaciones correspondientes de derechos de imagen de las personas que aparecen en el o los videos.

## Durante la producción se enviará a INEFOP

- Borrador del video, con tiempo suficiente como para efectuar los cambios que se consideren necesarios.

## Al completarse la producción

- Se deberán detallar los canales donde efectivamente se hará la distribución, indicando el tiempo estimado de difusión.

# 5. Comunicación

---

## 5.8 Eventos públicos

Por organización de eventos públicos nos referimos a conferencias de prensa, firmas de convenios, lanzamientos de proyectos y otras actividades afines.

Los eventos deberán planificarse con la debida antelación en forma conjunta.

La visibilidad de INEFOP debe garantizarse antes y durante el evento, a través de invitaciones, gacetillas y otros materiales, sean digitales o no.

### Oratoria y conducción

Deberá procurarse un equilibrio entre las autoridades de las organizaciones que estarán presentes durante la actividad.

#### Con esto nos referimos a:

- Cantidad de oradores en la mesa principal por institución.
- Respeto al protocolo del orden jerárquico al hacer uso de la palabra.

## 5. Comunicación

---

Podrá hacerse mención y reservarse lugar en primera fila para otras autoridades, pertenezcan o no a las instituciones organizadoras del evento.

Con respecto a la conducción del evento se designará a una persona que oficiará como maestro/a de ceremonias. Puede ser de alguna de las instituciones involucradas, puede tercerizarse esta función o excepcionalmente no contar con esta figura.

En lo que refiere a otras modalidades de presencia en eventos y su difusión, ya han sido tratadas anteriormente en este documento:

- Invitación
- Materiales para redes sociales
- Videos
- Banners – digitales o físicos (roll ups)
- Comunicados de prensa
- Contactos con medios / coordinación de entrevistas

# 5. Comunicación

---

## Streaming

Podrá acordarse el servicio de streaming, transmisión en vivo del evento.

De hacerse en el Salón de Actos de INEFOP, no hay costo extra si el evento es filmado con una sola cámara. Si se terceriza, en procura de una transmisión más profesional, se evaluarán los costos, forma de pago y pertinencia de la contratación del servicio.

## Amenización durante el evento

Puede ser recomendable, en función de las características del evento y del público destinatario, la contratación de animadores o actores para que lleven adelante dinámicas lúdicas o didácticas.

En este caso, se procederá respetando los mecanismos de contratación a proveedores que se aplican en el Instituto.

## Fotos y videos del evento

Las fotos y videos que se tomen durante el evento pueden ser compartidas entre las instituciones participantes. Se acordará previamente la operativa.

## 5. Comunicación

---

### Sala

En su sede central (Misiones 1352, Montevideo), INEFOP cuenta con un Salón de Actos adecuadamente equipado para realizar eventos, con una capacidad de hasta 80 personas.

El lugar donde se realizará el evento puede ser el mencionado, otra sala de alguna institución participante o la contratación o solicitud de un espacio acorde a las características de la actividad a desarrollar.

### Placas para pantallas

Se elaborarán placas (imágenes) para colocar en las pantallas de la sala, cartelera digital o cualquier dispositivo que permita dar difusión al evento previo y durante la actividad.

### Notas del evento

De acuerdo a la relevancia de la actividad, luego del evento, y en lo posible en forma conjunta, se podrá realizar un informe que releve la cobertura en medios que ha tenido.

## 5. Comunicación

---

### Sala

En su sede central (Misiones 1352, Montevideo), INEFOP cuenta con un Salón de Actos adecuadamente equipado para realizar eventos, con una capacidad de hasta 80 personas.

El lugar donde se realizará el evento puede ser el mencionado, otra sala de alguna institución participante o la contratación o solicitud de un espacio acorde a las características de la actividad a desarrollar.

### Placas para pantallas

Se elaborarán placas (imágenes) para colocar en las pantallas de la sala, cartelera digital o cualquier dispositivo que permita dar difusión al evento previo y durante la actividad.

### Notas del evento

De acuerdo a la relevancia de la actividad, luego del evento, y en lo posible en forma conjunta, se podrá realizar un informe que releve la cobertura en medios que ha tenido.

# 6.1. Logotipo principal

El logotipo principal en su versión color, blanco y negro, isotipo y con leyenda de “Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional”.

Se solicita priorizar el uso de la versión a color sobre fondo blanco.

La versión con leyenda será utilizada más que nada para contenidos públicos o de comunicación externa, mientras que el simple para usos internos.

El logotipo a 1 tinta, puede ser utilizado en cualquier color institucional (colores detallados en la página 27).



## 6.2. Logotipo 15 años

Durante todo el año 2024, hasta noviembre, se conmemoran los 15 años del Instituto.

El logotipo se 15 años se deberá utilizar para todo contenido digital.

Las siguientes versiones son las permitidas, con sus variantes a 1 tinta, color y sobre fondo negro.

Al igual que con el logotipo principal, la versión a 1 tinta puede ser utilizada con cualquier color institucional. Lo mismo para los fondos, cualquier color oficial puede ser utilizado para colocar el logotipo.



# 6.3. Colores

Colores institucionales, en su modo CMYK (para impresión), RGB (para pantallas) y código HEX.

Ningún otro color podrá ser utilizado para materiales oficiales de INEFOP.

<b>#1D1D1B</b> CMYK: 0 / 0 / 0 / 90 RGB: 29 / 29 / 27	<b>#358CC6</b> CMYK: 76 / 34 / 4 / 0 RGB: 53 / 140 / 198	<b>#4AA6DC</b> CMYK: 67 / 20 / 0 / 0 RGB: 74 / 166 / 220	<b>#59BEED</b> CMYK: 61 / 5 / 0 / 0 RGB: 89 / 190 / 237
<b>#878787</b> CMYK: 0 / 0 / 0 / 50 RGB: 135 / 135 / 135	<b>#99B94B</b> CMYK: 48 / 9 / 84 / 0 RGB: 153 / 185 / 75	<b>#AECC4F</b> CMYK: 40 / 0 / 82 / 0 RGB: 174 / 204 / 79	<b>#C4D560</b> CMYK: 31 / 1 / 74 / 0 RGB: 196 / 213 / 96
<b>#878787</b> CMYK: 0 / 0 / 0 / 15 RGB: 218 / 218 / 218	<b>#CC731C</b> CMYK: 16 / 61 / 97 / 5 RGB: 204 / 115 / 28	<b>#E6802F</b> CMYK: 6 / 58 / 87 / 0 RGB: 230 / 128 / 47	<b>#F18E46</b> CMYK: 1 / 53 / 76 / 0 RGB: 241 / 142 / 70
<b>#FFFFFF</b> CMYK: 0 / 0 / 0 / 0 RGB: 255 / 255 / 255			

## 6.4. Tipografía

---

# Gilroy

### Light

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

### Medium

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

### Bold

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.**

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.**

### Extrabold

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.**

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.**

## 6.5. Área de protección

---



## 6.6. Usos correctos e

El logotipo debe utilizarse en combinación con un fondo que permita un correcto contraste.

Sobre fondos oscuros, se priorizará el uso del logotipo en su versión en blanco.

Para fondos claros o blanco, el logotipo a color o en segunda instancia, logotipo a 1 tinta.



## 7. Seguimiento y presentación de informes

---

Si la circunstancia así lo requiere, INEFOP podrá solicitar un informe del proceso de comunicación que se ha estado desarrollando para la difusión de un proyecto o programa.

Es recomendable aportar pruebas de visibilidad de la "marca INEFOP" en estas acciones de comunicación, fotos y/o videos, que pueden ser tomadas en diferentes etapas del proceso mencionado, con las debidas actualizaciones.

Más allá de las pruebas gráficas y de la fundamentación que las acompañe, se valorarán elementos que aporten a reflejar los resultados obtenidos. Ej. Cantidad de postulaciones al programa.

Deberá cumplir con lo estipulado al comienzo y con el plan de comunicación aprobado.

Resulta fundamental tener informado al Instituto de los avances en materia de comunicación durante el proceso, desde inicio, promoviendo el trabajo en conjunto.

## 7. Seguimiento y presentación de informes

---

En caso de incumplimiento de alguno de los puntos antes mencionados, INEFOP se reserva el derecho de evaluar la entidad de falta, la gravedad de situación, eventuales repercusiones y en función de esto tomar las medidas correspondientes.

Este documento y otros asociados se encuentran disponibles en:

**[www.inefop.org.uy](http://www.inefop.org.uy)**

En caso de duda, podrá consultarse a la Unidad de Comunicación de INEFOP escribiendo a **[comunicación@inefop.org.uy](mailto:comunicación@inefop.org.uy)**

