

Instructivo de comunicación para proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP

1. Introducción
2. Objetivo del instructivo
3. Lineamientos de comunicación para proyectos
4. Especificaciones de presencia de INEFOP por canal, material y/o tipo de actividad
5. Documentos y archivos relacionados
6. Sanciones ante incumplimiento

1.Introducción

Este instructivo es un documento elaborado para todas las empresas, organizaciones e instituciones que desarrollan proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP y su aplicación es obligatoria.

Contar con un instructivo de comunicación para proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP es fundamental por varias razones:

- **Claridad y consistencia:** Este instructivo proporcionará pautas claras y coherentes sobre cómo comunicar los proyectos para que los contenidos generados sean coherentes en su tono, estilo y contenido.
- **Transparencia y confianza:** Este instructivo colaborará en asegurar que la información sobre los proyectos se comparta de manera transparente y precisa, lo que promueve una relación de confianza entre INEFOP, los beneficiarios del proyecto y el público en general.
- **Visibilidad y reconocimiento:** La visibilidad adecuada es crucial para INEFOP y para el éxito y la sostenibilidad de los proyectos financiados o cofinanciados por el Instituto. Este instructivo proporcionará directrices claras sobre cómo gestionar la comunicación en cada etapa de los proyectos y el nivel de participación e involucramiento que debe tener INEFOP.

2. Objetivos del instructivo

2.1. Objetivo

Este documento tiene como objetivo brindar una guía clara y detallada sobre la comunicación y visibilidad en los proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP, destacando su importancia para el éxito y el impacto positivo de dichos proyectos.

2.2. Alcance

Este instructivo se aplica a proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP:

Financiados por INEFOP	Cofinanciados por INEFOP
• Proyectos inclusivos • Proyectos de género • Otros	• Proyectos Respuestas innovadoras a desafíos estratégicos (RIDE) • Proyectos Demandas Institucionales de Capacitación (DIC) • Otros

2.3. ¿A quién está dirigido?

Este instructivo está dirigido a los equipos de las instituciones involucradas en la ejecución y gestión de proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP:

- **Coordinadores y equipos de proyectos:** Este instructivo les proporcionará pautas y herramientas para gestionar la comunicación y visibilidad de su proyecto, y por sobre todo, tener claro el vínculo y procedimientos a mantener con INEFOP durante su ejecución.
- **Organizaciones ejecutoras:** El instructivo ayuda a comprender cómo contribuir eficazmente a la comunicación y visibilidad del proyecto, así como a alinear sus esfuerzos con los objetivos y directrices de INEFOP.

2.4. Consultas adicionales

Por consultas adicionales relacionadas con la comunicación y la visibilidad en proyectos, ponemos a tu disposición la siguiente información de contacto:

Gerencia: Comunicación y Experiencia de Usuario

Correo: comunicacion@inefop.org.uy

Teléfono: 2917 0425, Interno 189

3. Lineamientos generales de comunicación de proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP

En esta sección, se describen las directrices que deben regir la comunicación de los proyectos, centrándose específicamente en la visibilidad de la marca INEFOP y los procedimientos para la validación de materiales de comunicación.

Se enfatiza la importancia de una comunicación clara, accesible y enfocada en el desarrollo de estrategias, acciones y materiales que promuevan una comprensión adecuada de los proyectos.

3.1. Requerimientos

- **Visibilidad de INEFOP.** Es imperativo que la marca INEFOP sea reconocida y esté presente en todas las acciones de comunicación relacionadas con los proyectos. Se espera que la visibilidad de la marca INEFOP se encuentre al mismo nivel que la de la organización ejecutora en todos los materiales y actividades de comunicación.

Esto significa que la marca INEFOP debe ser incorporada en todos los materiales impresos, digitales y visuales asociados con los proyectos. Además, se debe asegurar que la presencia de la marca INEFOP sea coherente en todos los mensajes y canales de comunicación utilizados para promover y difundir los proyectos.

La visibilidad adecuada de la marca INEFOP no solo refuerza su posición como entidad financiadora o cofinanciadora de proyectos, sino que también ayuda a construir una imagen sólida y coherente de la institución en el ámbito nacional.

- **Nexo.** El Técnico Referente de cada proyecto de INEFOP será el nexo entre las organizaciones ejecutoras e INEFOP. Su objetivo será realizar un seguimiento cuidadoso y detallado de cada acción y material de comunicación propuesto por la parte ejecutora, asegurando el cumplimiento adecuado de este instructivo. En colaboración con la Gerencia de Comunicación y Experiencia de Usuario, el Técnico Referente velará por el cumplimiento correcto de las directrices establecidas.
- **Validación de acciones y materiales:** Los distintos materiales y acciones de comunicación a desarrollar como parte de los proyectos deberán ser previamente aprobados y validados por INEFOP. Las organizaciones ejecutoras deberán solicitar al Técnico Referente la aprobación de los distintos materiales y acciones de comunicación, quien será el responsable de compartir y validar estos materiales a nivel interno en INEFOP.

3.2. Principios

Adicionalmente, en la comunicación de los proyectos deberán contemplarse los siguientes principios:

- **Transparencia.** Se establece como principio fundamental la transparencia en la comunicación de los proyectos. Esto implica proporcionar información completa y veraz sobre los objetivos, actividades, impacto y recursos asociados con cada proyecto.
- **Coherencia.** Se enfatiza la importancia de mantener la coherencia en los mensajes y la imagen de los proyectos financiados y cofinanciados por INEFOP. Los mensajes deben ser consistentes en todos los canales de comunicación y en todas las etapas del proyecto. La coherencia garantiza que la información sea fácilmente comprensible y que se refuerce la identidad y los valores de INEFOP en cada interacción.
- **Eficacia.** Se destaca la necesidad de generar una comunicación que contribuya a alcanzar los objetivos planteados para cada proyecto. Esto implica seleccionar los canales de comunicación más adecuados, adaptar los mensajes al público objetivo y evaluar regularmente el impacto de la comunicación en el logro de los resultados del proyecto. La eficacia en la comunicación maximiza el alcance y la influencia de los proyectos.
- **Accesibilidad.** Se hace hincapié en la importancia de una comunicación accesible que llegue a todas las audiencias relevantes, incluyendo a personas con diversas habilidades y necesidades. Esto implica utilizar formatos y medios de comunicación que sean fácilmente accesibles y comprensibles para todos, así como ofrecer opciones para la traducción y la interpretación cuando sea necesario.

3.3. Condiciones generales

Las organizaciones encargadas de la ejecución de los proyectos deben informar a INEFOP sobre su planificación y acciones de comunicación al inicio de la ejecución los proyectos y de manera regular en el transcurso de estos.

Esta información debe incluir una estrategia general que describa las acciones que la organización tiene previsto llevar a cabo para comunicar eficazmente el proyecto. En casos excepcionales de no contar con un plan, las organizaciones deben notificar a INEFOP sobre cada evento o acción a desarrollar con un mínimo de 15 días hábiles de antelación.

La importancia de este requerimiento radica en la necesidad de obtener una visión completa del proyecto. Informar a INEFOP sobre una estrategia de comunicación permite identificar todos los materiales, momentos y acciones que serán implementados por las organizaciones. Esto facilita una comprensión de cómo se llevará a cabo la comunicación en su totalidad y posibilita una coordinación efectiva entre todas las partes involucradas.

Al tener acceso a esta información, INEFOP cuenta con más elementos para brindar un apoyo más personalizado a las organizaciones ejecutoras. Además, permite garantizar que la

comunicación del proyecto sea coherente, efectiva y alineada con los objetivos establecidos. Por otra parte, proporciona una oportunidad para realizar ajustes o mejoras en el plan de comunicación, si es necesario, con el fin de maximizar el impacto del proyecto y alcanzar los resultados deseados de manera más efectiva.

Como parte de estas acciones debe considerarse los siguientes canales, acciones o materiales:

- Eventos de lanzamiento de proyectos
- Evento de cierre de proyectos y/o entrega de diplomas o certificados
- Comunicación en redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)
- Sitio web del proyecto/organización
- Folletos y material impreso
- Presentaciones y material audiovisual
- Publicidad y acciones de marketing
- Eventos presenciales (conferencias, talleres o ferias)
- Entrevistas en medios de comunicación (radio, televisión, prensa escrita)
- Acciones de promoción y sensibilización
- Campañas de correo electrónico
- Material promocional (camisetas, gorras, bolígrafos, etc)
- Material educativo (instructivos, guías, tutoriales, etc)
- Diplomas, certificados o constancias de participación
- Otras acciones o canales como:
 - Publicaciones en blogs y sitios web relacionados
 - Publicaciones académicas y revistas especializadas

3.4. Uso apropiado de vocabulario y términos específicos

Para garantizar una comunicación clara y efectiva en la presentación de proyectos, es crucial seguir estas pautas:

- Utilizar un lenguaje claro y accesible, evitando jergas o tecnicismos innecesarios que puedan dificultar la comprensión del proyecto.
- Definir y explicar cualquier término técnico o especializado que pueda resultar desconocido para la audiencia.
- Utilizar términos inclusivos y no sexistas para garantizar la igualdad de género en la comunicación del proyecto.

Se solicita a todas las instituciones y organizaciones que respeten el siguiente uso apropiado del vocabulario y términos específicos al presentar el vínculo de INEFOP con los proyectos y las instituciones que los ejecutan:

Es correcto utilizar exclusivamente la siguiente expresión en todos los materiales, incluyendo textos, logos y otras aplicaciones como discursos o entrevistas:

- **“Financiado por INEFOP”**: Cuando INEFOP financia el 100% del proyecto
- **“Cofinanciado por INEFOP”**: Cuando INEFOP financia parte del proyecto

LOGOS INEFOP	
Financia: 	Cofinancia: 
LINK DE DESCARGA	LINK DE DESCARGA

Esta expresión refleja de manera precisa el papel de INEFOP en la financiación de los proyectos. INEFOP proporciona fondos y recursos para la implementación de los proyectos, haciendo posible su implementación. Por lo tanto, utilizar esta frase es adecuado y transparente.

Es incorrecto utilizar cualquier otra expresión como:

- "Apoyado por INEFOP"
- "Desarrollado por INEFOP"
- "Respaldado por INEFOP"
- "Con el auspicio de INEFOP"
- "Patrocinado por INEFOP"
- Cualquier otra forma o conjugación que no sea "Cofinanciado por INEFOP"

Estas expresiones pueden llevar a confusión sobre el rol real de INEFOP en los proyectos. Utilizar únicamente la frase "Cofinanciado por INEFOP" garantiza una comunicación clara y precisa sobre la contribución de INEFOP a los proyectos en todos los contextos y materiales.

3.5. Lineamientos para la creación de materiales gráficos y visuales

Para garantizar la coherencia y la efectividad en la comunicación visual de los proyectos, se deben seguir los siguientes lineamientos:

- **Utilizar el logo "Financia INEFOP" o "Cofinancia INEFOP",** al mismo nivel de visibilidad y tamaño que el logo de la organización ejecutora. Esto garantiza una representación equitativa de ambas entidades y refuerza la asociación entre INEFOP y el proyecto en cuestión.
- **Respetar el instructivo de identidad de INEFOP.** El logo de INEFOP debe estar presente en todos los materiales gráficos y visuales de los proyectos. Se debe utilizar la versión oficial y actualizada del logo de INEFOP, según las especificaciones proporcionadas en el instructivo de identidad visual del Instituto.
- **Los materiales gráficos deben ser claros y legibles,** evitando el uso excesivo de texto. Es importante transmitir la información de manera concisa y efectiva, utilizando elementos visuales como imágenes, gráficos y colores para mejorar la comprensión del mensaje.

- **Comunicación profesional.** Asegurar que la información se presente de manera visualmente atractiva y fácil de entender. Esto implica un diseño cuidadoso que tenga en cuenta la disposición de los elementos, el contraste entre texto e imágenes y el uso adecuado de espacios en blanco para evitar la saturación visual.

3.6. Procedimientos y criterios de validación de materiales

Las organizaciones ejecutoras deberán enviar los materiales gráficos y visuales propuestos al Técnico Referente designado por INEFOP, junto con una solicitud de validación.

Los materiales serán evaluados según su coherencia con los lineamientos de marca de INEFOP, así como su alineación con los objetivos y mensajes del proyecto.

En caso de que se identifiquen áreas de mejora, se proporcionará una devolución a la organización ejecutora. Se podrán solicitar modificaciones o ajustes para garantizar que los materiales cumplan con los estándares establecidos hasta que se consideren satisfactorios para su uso.

Una vez aprobados, se emitirá la validación final para su uso.

4. Especificaciones de presencia de INEFOP por canal, material y/o actividad

En esta sección se detallan las directrices específicas para la presencia de INEFOP en diversos canales, materiales y actividades relacionadas con los proyectos.

Es fundamental asegurar una presencia coherente y efectiva de la marca INEFOP en todas las comunicaciones asociadas con los proyectos, tanto internas como externas.

Las especificaciones proporcionadas aquí sirven como un marco de referencia para garantizar que la presencia de INEFOP sea adecuada y significativa en cada canal, material o actividad específica. Al seguir estas directrices, se fortalece la identidad visual de INEFOP y se refuerza su asociación con los proyectos, lo que contribuye a una comunicación clara y consistente con todas las partes interesadas involucradas.

4.1. Eventos de lanzamiento o cierre de proyectos, y/o entrega de diplomas o certificados

- Invitar a autoridades de INEFOP para que participen en el evento como oradores o invitados especiales.
- Confirmación de disponibilidad y preferencias de participación: Antes de enviar la invitación formal, contactar al Técnico Referente de INEFOP para chequear la disponibilidad de autoridades para participar en el evento.
- Incluir el logo de INEFOP en las invitaciones, publicidad y material promocional del evento.
- La organización ejecutora debe coordinar con INEFOP la difusión del evento en sus canales de comunicación y redes sociales.

- La organización ejecutora deberá validar con INEFOP la agenda del evento de lanzamiento previo a su ejecución.

4.2. Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)

- La organización ejecutora debe etiquetar a INEFOP en las publicaciones relevantes y compartir contenido relacionado con el proyecto en sus perfiles sociales.
- Es responsabilidad de la organización notificar sobre campañas en redes sociales para ampliar el alcance y la visibilidad del proyecto.

4.3. Sitio web del proyecto/organización

- La organización ejecutora debe incluir el logo de INEFOP en su sitio web y proporcionar enlaces a recursos y noticias relacionados con el proyecto en el sitio web de INEFOP.
- Es responsabilidad de la organización publicar comunicados de prensa y actualizaciones sobre el proyecto en el sitio web de INEFOP.

4.4. Folletos y material impreso

- La organización ejecutora debe incluir el logo de INEFOP en todos los materiales impresos y asegurarse de que el mensaje sea consistente con los objetivos del proyecto y la visión de INEFOP.

4.5. Presentaciones y material audiovisual

- Es responsabilidad de la organización incorporar el logo de INEFOP en todas las presentaciones y material audiovisual utilizados durante eventos, conferencias y sesiones informativas.
- En caso de realizar materiales audiovisuales de tipo testimonial, INEFOP deberá tener el mismo nivel de participación de autoridades o técnicos brindado su testimonio que la parte ejecutora.
- La organización ejecutora deberá notificar y coordinar con INEFOP la participación de técnicos y autoridades en los materiales audiovisuales y validarlos previo a su difusión.

4.6. Publicidad y acciones de marketing:

- La organización ejecutora debe informar a INEFOP sobre la eventual planificación y ejecución de campañas publicitarias para promocionar el proyecto.
- Los procesos de compra y/o contratación deben tener al menos 3 precios comparados para garantizar que los fondos sean utilizados cumpliendo criterios de transparencia institucional.

4.7. Diplomas, certificados o constancias de participación

- Presencia del logo de INEFOP

- Incluir leyenda “Esta actividad es financiada o cofinanciada por INEFOP” (según corresponda)

4.8. Notas de prensa y entrevistas con medios de prensa

- Mencionar siempre que INEFOP financia o cofinancia el proyecto según corresponda

5.Documentos y archivos relacionados

5.1. Manual INEFOP

Ponemos a disposición de las instituciones y organizaciones ejecutoras de los programas financiados y cofinanciados por INEFOP, el Manual de Comunicación y Visibilidad del INEFOP, adjunto para su acceso y referencia.

Link de descarga: ([3. Manual de comunicación y visibilidad - Google Drive](#))

Este manual constituye una guía exhaustiva que enumera todos los elementos necesarios para el uso adecuado del logo y los recursos visuales de nuestra institución.

Se solicita a las instituciones ejecutoras respetar este manual de identidad, el cual está estructurado en las siguientes secciones:

1. Propósito del instructivo
2. ¿Qué es la visibilidad?
3. La visibilidad y su implementación
4. Cómo referirse a INEFOP
5. Comunicación
 - 5.1 Comunicados de prensa
 - 5.2 Entrevistas
 - 5.3 Redes sociales
 - 5.4 Comunicación web
 - 5.5 Publicaciones
 - 5.6 Fotos
 - 5.7 Productos audiovisuales
 - 5.8 Eventos públicos
6. Identidad Gráfica
 - 6.1 Logotipo principal
 - 6.2 Logotipo 15 años
 - 6.3 Colores
 - 6.4 Tipografía
 - 6.5 Área de protección
 - 6.6 Usos correctos e incorrectos
7. Seguimiento y presentación de informes

Cada sección proporciona directrices detalladas y ejemplos prácticos para garantizar la coherencia y la correcta representación de la identidad del INEFOP en todas las comunicaciones y actividades relacionadas. Su cumplimiento contribuirá significativamente a fortalecer la imagen institucional y la visibilidad de nuestras acciones.

5.2. Archivos editables y en alta resolución

Se pone a disposición de las organizaciones los materiales en formato editable y alta resolución en el siguiente link de descarga:

- Manual de Comunicación y visibilidad INEFOP (Versión 1.0):
<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1tj9-DRpGrEWycpkziDbNeEKroWp0de>
- Logotipo principal y secundarios:
https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1RMQ_6RGh92AmHdEwDI0tUghDrDft2Vbk
- Tipografía INEFOP (Fuente Gilroy):
https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1koGW0b8xf2C5WCEXZB_xl10jDZWYVB5l

6. Sanciones ante incumplimiento

El incumplimiento del presente instructivo constituirá el no reconocimiento por parte de INEFOP, con ninguna fuente de financiación, de los gastos directamente vinculados a comunicación y difusión por las actividades realizadas en las que se verifique el incumplimiento.

La reiteración de incumplimientos podrá ser causa de rescisión del contrato de cofinanciamiento de acuerdo con los términos establecidos en la cláusula octava del mismo.