

## ANEXO Parte II

### **BRIEF abreviado de IMPO.-** Información institucional.-

**Empresa:** IM.P.O Dirección Nacional de Impresiones y Publicaciones Oficiales.

**¿Qué es IMPO?** La Dirección Nacional de Impresiones y Publicaciones Oficiales es la institución encargada de difundir y dar a conocer la normativa jurídica en el Uruguay. Promueve los derechos consagrados, mediante diversos medios al servicio de todos los ciudadanos y administra el Banco Electrónico de Datos Jurídico Normativo del país cuya información se encuentra liberada para los usuarios en general.

Asimismo, es responsable de la edición y publicación del Diario Oficial y de múltiples recopilaciones de normas jurídicas.

También produce y difunde actividades de interés público, educativas o culturales determinadas por la Presidencia de la República o el Ministerio de Educación y Cultura.

**Naturaleza Jurídica:** Persona de Derecho Público No Estatal.

La Dirección Nacional de Impresiones y Publicaciones Oficiales (IM.P.O.) tiene su origen a comienzos de la década de 1990, cuando la Ley N° 16.170 de 28 de diciembre de 1990 dispuso la fusión de las antiguas unidades ejecutoras Diario Oficial e Imprenta Nacional. Sin embargo fue en 1996 que IMPO obtuvo su naturaleza jurídica actual, transformándose en Persona de Derecho Público No Estatal según la Ley de Presupuesto N° 16.736

#### **Misión.-**

Garantizar el conocimiento de la producción jurídico normativa actualizada del Uruguay, desarrollando accesibilidad y viabilizando el acercamiento de los ciudadanos a la misma.

Asegurar certeza e imparcialidad en sus contenidos, propiciando su reflexión, debate y análisis. Apoyar la producción de actividades de interés público, educativo y cultural a través de alianzas estratégicas con agentes públicos y privados.

Brindar la satisfacción de clientes y usuarios a partir de una mejora continua de los procesos internos, la formación y capacitación del personal y la mejora de las condiciones de trabajo.

#### **Visión.-**

Ser considerada la fuente de información por excelencia en lo que refiere a normativa vigente, distinguiéndose por brindar acceso eficiente a datos ciertos, por promocionar los derechos y obligaciones de los ciudadanos y por la vocación de servicio de sus trabajadores.

#### **Datos de la empresa:**

**Dirección:** Avenida 18 de Julio 1373 - Montevideo - República Oriental del Uruguay CP 11200

**Sucursales:** IMPO brinda sus productos y servicios a través de su red de Agencias ubicadas en diferentes puntos del país. (Artigas, Canelones, Colonia, Durazno, Florida, Fray Bentos, Las Piedras,

Maldonado, Melo, Mercedes, Minas, Pando, Paysandú, Rivera, Rocha, Salto, San José, Tacuarembó, Treinta y Tres, Trinidad)

**Web:** [www.impo.com.uy](http://www.impo.com.uy)

**E-mail:** [impo@impo.com.uy](mailto:impo@impo.com.uy)

**Teléfonos:** 2 908 50 42 / 2908 51 80 / 2908 52 76

## Autoridades de la Institución:

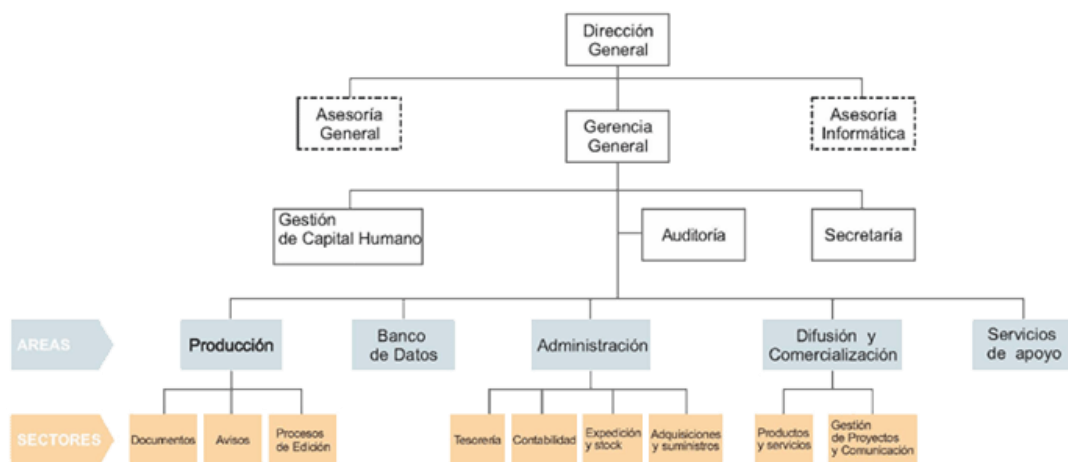
Director General - Gonzalo Reboledo | [greboledo@impo.com.uy](mailto:greboledo@impo.com.uy)

Gerente General - Cr. Héctor Tacón Ambroa | [htacon@impo.com.uy](mailto:htacon@impo.com.uy)

Asesoría - Cr. Daniel Caballero | [caballero@impo.com.uy](mailto:caballero@impo.com.uy)

Asesoría - Esc. Nelly Córdoba | [ncordoba@impo.com.uy](mailto:ncordoba@impo.com.uy)

## Organigrama de la empresa.-



**Dirección General:** Ejercer la dirección, administración y control de la Empresa garantizando el cumplimiento de sus cometidos legales.

**Gerencia General:** Disponer la ejecución de las políticas estratégicas definidas por la Dirección y participar en su concepción. Desarrollar la gestión de las actividades inherentes a la operativa de la Organización.

**Asesoría General:** Informar, a pedido de la Dirección General, sobre aspectos legales y notariales de contratos y convenios suscritos por la empresa y en toda otra situación en que sea requerido su apoyo.

**Asesoría Informática:** Asesorar en tecnologías de la información. Proporcionar a la Empresa el software de gestión administrativo-contable y de capital humano apropiado y desarrollar el software a medida necesario. Velar por el correcto funcionamiento de la infraestructura informática y de los sistemas instalados.

**Gestión de Capital Humano:** Implementar las políticas de gestión de capital humano definidas por la Dirección o Gerencia. Verificar el cumplimiento de los procedimientos y la normativa organizacionales referidos al capital humano.

**Auditoría:** Revisar, documentar, evaluar y redefinir, si correspondiere, los procesos de las diferentes Áreas de la empresa, trabajando conjuntamente con los involucrados. Realiza las tareas propias de auditoría interna.

**Secretaría:** Asistir en tareas administrativas a la Dirección General y Gerencia General. Procesar, tramitar, registrar y archivar resoluciones, notas, escritos, expedientes, informes pliegos, comunicados y en general todo tipo de actuaciones.

**Producción:** Gestiona los procesos de producción de todas las ediciones que realiza la empresa. Asegurar el cumplimiento de los procedimientos establecidos y de la normativa vigente, en la recepción y procesamiento de la información.

**Banco de Datos:** Desarrolla y actualiza la Base de Datos, garantizando la confiabilidad de su contenido. Ejecuta las tareas técnicas necesarias para la puesta en práctica de los proyectos editoriales.

**Administración:** Ejecuta las tareas realizadas en el área para la generación de información confiable y oportuna que facilite una efectiva toma de decisiones.

**Difusión y Comercialización:** Asesora sobre estrategias para la difusión de actividades de la empresa, en procura de alcanzar los objetivos establecidos, gestionando la mejora de la Imagen Institucional.

**Servicio de Apoyo:** Se encargan del buen funcionamiento, mantenimiento, higiene y seguridad del edificio y vehículos de IMPO.

## **Antecedentes de comunicación.**

Históricamente IMPO no había desarrollado estrategias ni acciones de comunicación de sus cometidos, servicios y productos. En 2011 IMPO realiza una licitación, a partir de la cual, la empresa comienza un proceso de trabajo con una agencia de publicidad. Posteriormente en 2012 se realiza un nuevo llamado a licitación.

El objetivo de esta acción promovida desde la dirección de la empresa es el de reposicionamiento de la marca IMPO frente a la ciudadanía, y el uso del recurso de la comunicación corporativa, institucional y publicitaria para el cumplimiento de la misión de IMPO.

De esta manera IMPO y la agencia de publicidad llevaron adelante un amplio abanico de acciones de comunicación que comenzaron a construir un nuevo posicionamiento para la marca, sus servicios y productos.

### **2011**

- Lanzamiento nuevo isologotipo e imagen empresarial, paralelo al lanzamiento de la Pantalla IMPO como nuevo medio.

- Campaña institucional en prensa, radio, internet, impresos (Banners), y Pantalla IMPO.

- Campaña de comunicación asociada a las acciones de Lenguaje Ciudadano: activaciones humanas (volantes e impresos asociados); campaña de televisión, radio, internet, avisos de prensa (Revista Patrimonio). Piezas de Lenguaje Ciudadano en Pantalla IMPO.

- Avisos de televisión, radio y prensa de Copa América. Promos y eventos en

### **Pantalla IMPO.**

- Acciones de comunicación asociadas a los eventos desarrollados en la Pantalla

- Promociones para pantalla, gacetillas, mailing, contactos prensa, promociones callejeras.

- (Ciclo de cine Linterna Mágica, Copa América, Eliminatorias Sudamericanas, Evento UNFPA, Evento Urubike, Festejos del Bicentenario, Videoconferencia Día del Futuro, Evento Mercociudades, etc).

- Carpeta presentación Pantalla IMPO.

- Aviso relacionado al producto Bases Temáticas (Revista Políticas).

- Librillo lectura de entretiempo, asociado al programa del MI "Un gol al futuro".

### **2012**

- Conceptualización de la esencia de IMPO: creación del claim que define toda la comunicación de la empresa, "Importa que lo sepas"; creación de un nombre fantasía "IMPO, Centro de Información Oficial".

- Desarrollo y producción de la campaña multimedios "La Ley en tu lenguaje".

- Acciones focalizadas relacionadas a algunas normas decodificadas (1º de Mayo, día de los Derechos del niño, etc.).

- Campaña en vía pública.

- Diseño de volantes sobre la "Ley en tu lenguaje"

- Elaboración de micro- campañas articuladas con otras instituciones, ejemplo: DGI, MTSS, etc.

- Gestión de prensa.

### **Pantalla IMPO.**

- Acciones de comunicación asociadas a los eventos desarrollados en la Pantalla (gacetillas, mailing, contactos prensa, etc).
- Ciclo de Recitales de AGADU, Autores en VIVO.
- Evento masivo transmisión de parte del recital de PAUL McCARTNEY,
- Partidos de la Selección Uruguaya de Fútbol.
- Entre otros.

### **2013**

Se continuó con los lineamientos y puntos propuestos en 2012. Se prosigue con la campaña multimedios “La Ley en tu lenguaje”. Se realiza algunas acciones puntuales en vía pública.

-Se continúan con alguna acciones focalizadas relacionadas a normas decodificadas, Ej.: payadores cantando sobre los derechos de los trabajadores rurales; 1º de Mayo, y en la inauguración del Stand del MTSS en la Expo Rural).

- A partir de 2013 se definió una estrategia de comunicación en redes sociales. (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube).

### **Pantalla IMPO**

-A mediados de 2013 se realizó un cambio en la Pantalla Gigante que IMPO tiene en su fachada. Aumentando las dimensiones de la misma. Paralelamente el equipo de Comunicación de IMPO trabajó en aggiornar los contenidos que se emitían buscando brindar contenidos de mejor calidad (informativa y audiovisual). [http://www.impo.com.uy/comunicados/201307\\_Gacetilla%20-%20cambio%20de%20pantalla%20-%20impo.pdf](http://www.impo.com.uy/comunicados/201307_Gacetilla%20-%20cambio%20de%20pantalla%20-%20impo.pdf)

- Durante 2013 se continúan con la transmisión de los partidos disputados por la selección Uruguaya de Futbol. Y se suman a la grilla cotidiana de transmisión algunos eventos puntuales tales como, 27 de junio aniversario del Golpe de Estado, la transmisión en vivo del “Lago de los cisnes”, celebración de la Semana Nacional del Cine, etc. [http://www.impo.com.uy/comunicados/20131022\\_Gacetilla\\_Selkirk.pdf](http://www.impo.com.uy/comunicados/20131022_Gacetilla_Selkirk.pdf)

### **Espacio IMPO**

Tras las reformas edilicias en el edificio de IMPO, se crea un lugar denominado “Espacio IMPO” un nuevo enclave cultural montevideano para las artes plásticas.

[http://www.impo.com.uy/comunicados/20131115\\_Gacetilla%20-%20Espacio%20Impo%20-%20La%20musica%20del%20silencio.pdf](http://www.impo.com.uy/comunicados/20131115_Gacetilla%20-%20Espacio%20Impo%20-%20La%20musica%20del%20silencio.pdf).

## Público objetivo

Se parte de la idea macro que la comunicación de IMPO debe alcanzar a todos los ciudadanos de la República. Para afinar esta idea, inmediatamente, habría que hacer las discriminaciones del caso de acuerdo a las diversas acciones de comunicación y a las diferentes vías para ejecutarlas.

Seguramente haya acciones de comunicación dirigidas a este amplio universo como un todo, pero también acciones para los diferentes segmentos de públicos que lo componen, por separado. Esto está dirigido a optimizar el impacto, al realizarse a través de discursos diversos, con estructuras, códigos, signos, acotados a cada perfil.

La principal apreciación en cuanto a la conceptualización de este público es la distinción entre ciudadano y consumidor, importante desde la perspectiva de IMPO como empresa pública.

*(El **ciudadano** está referido a una lógica pública y el cliente a una lógica privada de acción e interacción entre privados. Por eso la incorporación de este concepto de cliente dentro de la órbita pública está tan asociado al desarrollo de las corrientes el New Public Management que incorporan conceptos y lógicas naturales de la empresa privada en el sector público.*

*Básicamente el concepto de ciudadano hace una apelación directa a un individuo en tanto este pertenece a una comunidad política y por lo tanto es poseedor de derechos y obligaciones. A diferencia de esto un cliente es únicamente quien consume un bien o servicio, su naturaleza es puramente transaccional, no incorpora per se ningún derecho, obligación o reconocimiento específico que no sea el emanado de esa transacción. Comienza y termina allí, sustituyendo al sujeto de derecho por un consumidor.*

*¿Cómo afecta esto a IMPO? Básicamente en el entendido que la orientación al ciudadano antepone otros intereses no vinculados necesariamente a la transacción, o rentabilidad de un servicio o producto. En todo caso, cabe decidir en esta instancia la premisa bajo la cual IMPO debe pensar más en usuarios que en consumidores).*

Público 1. Todos los ciudadanos del país.

Público 2. Empresas receptoras de avisos para el Diario Oficial.

Público 3. Particulares que avisan en el diario oficial: apertura, clausura, etc. de empresas; casamientos; registro de autor; etc.

Público 4. Abogados, juristas, académicos, estudiantes que consultan el banco de datos, y que requieren productos editoriales vinculados a la jurisprudencia (en local IMPO y en la WEB).

Público 5. Estado: gestores, mandos medios, personal en general. Legisladores, Integrantes del poder judicial (Bases temáticas y Bases a Medida).

Público 5. Personas que viven y/o trabajan en el centro, que pasan y/o disfrutan de la explanada frente a la Pantalla IMPO (específico).

Público 6. Empresas que trabajan con IMPO en producción editorial.

### **Posicionamiento IMPO**

a) Asociado a la misión.

IMPO es la empresa pública que garantiza “el conocimiento de la producción jurídico normativa actualizada del Uruguay, desarrollando accesibilidad y viabilizando el acercamiento de los ciudadanos a la misma”.

IMPO asegura “certeza e imparcialidad” en los contenidos que difunde, “propiciando su reflexión, debate y análisis”.

IMPO desarrolla y apoya “la producción de actividades de interés público, educativo y cultural a través de alianzas estratégicas con agentes públicos y privados”. A través de la Pantalla y otras acciones en la vía pública, además, aporta a la reconquista del espacio público

IMPO brinda “satisfacción a clientes y usuarios a partir de una mejora continua de los procesos internos, la formación y capacitación del personal y la mejora de las condiciones de trabajo”.

b) En la sociedad IMPO tiene una imagen empresarial principalmente asociada al que históricamente ha sido su principal producto: el Diario Oficial.

En general existe en la población un importante grado de desconocimiento de lo que es la empresa, más allá del alcance de este producto principal.

A partir de las acciones de comunicación desarrolladas por IMPO / y la agencia de publicidad, la empresa comienza a tener otra presencia en el imaginario de la ciudadanía, no meramente asociada a un producto.

c) Posicionamiento en construcción

- IMPO es una empresa pública, por tanto, de todos los uruguayos, que está presente en todos los rincones del país. Cercana a las necesidades de los ciudadanos.
- IMPO es una empresa moderna que se caracteriza por la eficiencia y la calidad de los servicios que presta a la ciudadanía. Una empresa en proceso de modernización de sus productos y servicios, que utiliza nuevos medios, en respuesta a los nuevos tiempos en las tecnologías de la comunicación. Específicamente el portal web accesible a toda la ciudadanía, y la Pantalla en su fachada.
- IMPO es una empresa que incorpora elementos innovadores para cumplir con sus objetivos y sus servicios (de gestión, tecnológicos, de comunicación).

- IMPO es la empresa pública que divulga la normativa nacional a través del proyecto Lenguaje Ciudadano.
- IMPO es la empresa que tiene un importante banco de datos jurídico normativo del país.
- IMPO es la empresa experta en el desarrollo de bases de datos normativos para terceros.
- IMPO es la empresa que tiene la Pantalla en su fachada, en la que se emiten contenidos informativos; ciclos de cine nacional; los partidos de las selecciones uruguayas de fútbol; y contenidos asociados a otros eventos (Urubike; Festejos del Bicentenario; 7 mil millones UNPFA; Videoconferencia Día del Futuro).
- En ámbitos estatales y públicos IMPO es una empresa que se asocia a la publicación y edición de materiales de interés público (en coordinación con organismos estatales y de la sociedad civil
- También en ámbitos públicos y privados IMPO es una empresa que tiene una Sala de Eventos donde una amplia gama de organismos, instituciones y organizaciones (públicas y privados) desarrolla sus encuentros /seminarios / coloquios.
- IMPO es una empresa que apunta a que sus servicios y herramientas sean accesibles para todos los ciudadanos, particularmente para las personas con algún tipo de discapacidad.



## PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS:

### **Diario Oficial:**

Es el principal producto de IMPO. Se publica desde 1905 por decreto del Presidente de la República José Batlle y Ordoñez.

En el Diario Oficial se publican las normas sancionadas por el Poder Legislativo y aprobadas por el Poder Ejecutivo, Gobiernos Departamentales, Suprema Corte de Justicia, Tribunal de Cuentas, Banco Central, Corte Electoral, etcétera; así como los avisos judiciales y no judiciales, particulares, de personas jurídicas y organismos estatales.

El Diario Oficial ha sufrido variaciones de acuerdo a las diferentes épocas. En 2011 se modificó el diseño del mismo hacia un formato más fácil y ordenado. Actualmente se imprimen aproximadamente 1.500 ejemplares, y se tiende a imprimir cada vez menos, ya que se direcciona hacia el formato digital Sección Avisos

1. Apertura de Sucesiones –Procesos Sucesorios
2. Caducidad de Promesas de Compra y Venta
3. Convocatorias
4. Dirección de Necrópolis
5. Disoluciones y Liquidaciones de Sociedades Conyugales
6. Disoluciones de Sociedades
7. Divorcios
8. Emplazamientos
9. Expropiaciones
10. Incapacidades
11. Informaciones de Vida y Costumbres
12. Licitaciones
13. Llamados a Acreedores
14. Edictos Matrimoniales
15. Pago de Dividendos
16. Prescripciones
17. Propiedad Literaria y Artística
18. Procesos Concursales
19. Rectificaciones de Partidas
20. Remates
21. Segundas Copias
22. Sociedades de Responsabilidad Limitada
25. Venta de Comercios
26. Niñez y Adolescencia
27. Varios
28. Estatutos de Sociedades Anónimas y Balances

Sección Documentos - Publicaciones Oficiales

Documentos oficiales (leyes, decretos, resoluciones y otras normas

## Sitio WEB de IMPO

Desde el 8 de febrero de 2011 IMPO cuenta con un nuevo portal WEB. El mismo fue concebido buscando cumplir con las exigencias planteadas en la ley 18.381 de acceso a la información pública y los requisitos de accesibilidad que posibilitaran obtener las certificaciones internacionales en la materia.

En marzo de 2011 el sitio web de IMPO obtuvo el certificado que avala el cumplimiento del nivel Doble A de las Directrices de Accesibilidad para Contenido Web 2.0 (WCAG 2.0) del consorcio W3C (World Wide Web Consortium). Esta certificación acredita que la web institucional de la entidad [www.impo.com.uy](http://www.impo.com.uy) cumple los estándares establecidos a nivel mundial que garantizan el acceso a todos usuarios de la red, independientemente del dispositivo que se utilice o de las limitaciones físicas que pueda tener. Las páginas contempladas fueron la portada, páginas secundarias del dominio [www.impo.com.uy](http://www.impo.com.uy), con excepción de las páginas vinculadas con el proceso de registro y suscripción a servicios online. La tecnología web implementada es: Lenguaje de Marcación XHTML, Hojas de Estilo en Cascada (CSS). El testeo del sitio lo realizó en un primer momento, Soluciones A&C

Se dotó al sitio del software necesario para poder escuchar los copetes de los Documentos del día publicados en el Diario Oficial. Y seguidamente se le sumó un programa que permite ver el Diario Oficial publicado en el día de forma gratuita.

### Información actualizada que se brinda en la web:

- Llamados a Concursos vigentes
- Remates judiciales en todo el país
- Convenios Colectivos
- Tabla de Valores de: UR, URA, CRA
- Selecciones Normativas
- Avances Normativos (se informa lo que saldrá publicado en el Diario Oficial)
- Sumario hablado de normativa - Tecnología Vocal

### Servicios y productos del Banco de Datos.

El [Banco de Datos](#) de IMPO es el centro nacional de información jurídico-normativa de mayor relieve y más completo del país. Está compuesto por múltiples bases de datos activas y dotado con más de veinte campos de valor agregado que enriquecen el texto de las normas y favorecen una respuesta útil, ágil y eficiente a las distintas necesidades de información de los ciudadanos.

#### 1) Lenguaje Ciudadano

El Programa Lenguaje Ciudadano llevado adelante por IMPO, en conjunto con el Ministerio de Educación y Cultura y la Cámara de Representantes del Uruguay, propone fomentar el conocimiento de las leyes por medio de la traducción a un lenguaje llano y simple de las normas. El principal propósito de este Programa es difundir los mensajes normativos en el marco de una

estrategia de comunicación eficaz, concebida para lograr una conexión verdadera con la gente, mediante el uso de recursos que faciliten la creación de un vínculo de empatía e interés con los contenidos que se transmiten.

2) Bases de datos temáticas. Sistema de bases especializadas.

Bases de Datos Especializadas en razón del ámbito de actuación de los usuarios, el área de competencia técnica, o la rama del Derecho propia de la actividad de los usuarios.

Estas herramientas disponen de todas las opciones de búsqueda convencionales, y se complementan con recursos auxiliares: Clasificación y Segmentación; Campos predefinidos y jerarquizados; Ordenamiento Alfabético de Campos; Léxico/Diccionario.

Las Bases de Datos Especializadas se construyen y diseñan con la participación activa de los clientes, de forma de asegurar que el producto final, brinde una respuesta efectiva y eficiente a sus distintas necesidades.

3) Bases de datos a medida - normativa interna organismos públicos.

Bases de Datos comprensivas de toda la **Normativa interna** producida por organismos públicos, dotándolas de todos los recursos que caracterizan la informática documental del Banco de Datos de IMPO.

Herramientas concebidas para ayudar al funcionario en el desempeño de sus tareas, al equipo de expertos del área jurídica de los diferentes organismos, así como a cualquier ciudadano que necesite información sobre la actividad normativa del Estado en una materia específica.

El servicio consiste en el almacenamiento, análisis y tratamiento de toda la información normativa interna, de forma tal que los usuarios podrán recuperar la información requerida, en el momento oportuno, mediante el formulario de consulta correspondiente.

Las Bases de Datos a Medida se construyen y diseñan con la participación activa de los clientes, de forma de asegurar que el producto final, de una respuesta efectiva y eficiente a sus necesidades.

Hasta el momento se han elaborado y liberado 2 bases de datos temáticas. Base de Datos del Derecho a la Salud <http://www.impo.com.uy/comunicados/Gacetilla%20Banco%20de%20Datos%20Salud.pdf>

Y Base de Datos sobre Compilación Normativa en materia de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Delitos Precedentes. [http://www.impo.com.uy/comunicados/20131126\\_Gacetilla%20-%20Publicacion%20Lavado%20de%20Activos.pdf](http://www.impo.com.uy/comunicados/20131126_Gacetilla%20-%20Publicacion%20Lavado%20de%20Activos.pdf)

4) Servicio alarmas informativas.

Herramientas de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, aplicadas a la toda la información publicada en el Diario Oficial diariamente.

Consiste en un servicio personalizado de alerta, mediante la selección, valoración permanente y posterior noticia de las normas o avisos publicados en el D.O. que sean de especial interés para el cliente conforme a la especificación por él aportada.

Mediante la suscripción a este servicio, el usuario recibirá oportunamente un correo electrónico conteniendo una breve descripción de la información publicada en el D.O. adecuada al área de interés especificado.

Una vez que el usuario ha recibido el correo podrá ingresar a nuestro sistema de información y verificar el texto completo de la información anunciada.

### **Productos editoriales: libros y CDs.**

IMPO tiene como cometidos editar y publicar el Diario Oficial, el Registro Nacional de Leyes y Decretos así como cualquier tipo de recopilación de normas jurídicas.

El Registro Nacional de Leyes y Decretos contiene todas las Leyes, la mayoría de los Decretos y Resoluciones promulgados por el Poder Ejecutivo. Se incluyen las normas dictadas por los Gobiernos Departamentales, Suprema Corte de Justicia, Tribunal de Cuentas, Banco Central, etcétera.

Además se editan diferentes libros, separatas y Cds, considerados de interés normativo (Constitución, Códigos, leyes, etc.).

IMPO invierte importantes recursos para el desarrollo de diversas publicaciones. En el marco del cumplimiento de sus cometidos y teniendo como norte la concreción de su misión y visión, en este año 2011, la empresa ha participado en más de 90 publicaciones de diversos tipos.

Las mismas comprenden tanto ediciones y publicaciones que han sido declarados de interés por el MEC o Presidencia de la República y otras que implican la difusión de normativa. La novedad para este año, es que un número significativo de las mismas -cerca al 50%- se han desarrollado en conjunto con otras instituciones estatales. De esta manera se consolida el crecimiento y la participación de IMPO como un actor relevante en materia editorial dentro del entramado inter institucional.

### **Pantalla IMPO**

El 8 de febrero se puso en funcionamiento la Pantalla en el mismo momento del lanzamiento de la nueva imagen corporativa de IMPO.

Se desarrolló un Proyecto Estratégico 2011-2014. El mismo establece a grandes líneas conceptuales y operativas que guían la gestión de la Pantalla:

La pantalla IMPO es un medio de comunicación público, por lo tanto cumple antes que nada un servicio público. Su objetivo es “contribuir explícita y cotidianamente a la construcción del espacio público en cuanto escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes

comunidades culturales” del país, ofrece “una imagen permanente de pluralismo social, ideológico y político, abriendo espacios a las voces más débiles, como las minorías culturales y los creadores independientes”.<sup>(1)</sup>

En la misma se emiten contenidos propios de IMPO y contenidos de organismos, instituciones y dependencias públicas; de organizaciones de la sociedad civil que apunten al bien público; de emprendimientos privados de carácter cultural que cuenten con el aval, auspicio o apoyo de entidades públicas. No se emiten por el momento contenidos de empresas privadas.

Destacados:

#### 2011

- Realización del Ciclo de Cine y Espectáculos Linterna Mágica, en cuyo marco se realizaron 10 proyecciones de películas de cine nacional.
- Emisión de partidos de la selección uruguaya de fútbol (Copa América; Mundial Sub 20; Eliminatorias Sudamericanas Copa Mundial Brasil 2014
- Eventos especiales: Urubike; Festejos del Bicentenario; UNPFA. 7 mil millones; Encuentro MERCOCIUDADES, entre otros.

#### 2012

- Emisión del ciclo de recitales de AGADU, Autores en vivo.
- La emisión en vivo en Pantalla IMPO de la última hora del recital ON THE RUN de Paul McCartney fue el evento de mayor envergadura organizado hasta el presente
- La emisión de las eliminatorias Sudamericanas para la Copa Mundial FIFA Brasil 2014, fue otro de los eventos masivos del año.

#### 2013

- Emisión de recitales de AGADU.
- Trasmisión en vivo del “Lago de los cisnes”
- Eliminatorias Copa Mundial FIFA Brasil 2014.
- Se firman acuerdos con TV ciudad y TNU (para la emisión de micro contenidos por Pantalla IMPO).

#### **Sala de Conferencias**

IMPO cuenta con una Sala de Eventos ubicada en Germán Barbato 1379, piso 2. La cual es arrendada para actividades consideradas de interés social. La misma está permanentemente activa, con realización de eventos de todo tipo.

#### **Infraestructura:**

Salón de 300 m2,

Hall de 130 m2.

Capacidad para 180 personas sentadas.

Cocina completa con barra.

Aire acondicionado.

Cañón para proyectar presentaciones.

Grabación digital, micrófonos inalámbricos, presentador y lápiz óptico. Rotafolio, banderas de mesa y acrílicos para nombres

---

1 Barbero-Rey-Rincón Televisión Pública, Cultural, de calidad. Revista Gaceta N° 47. Bogotá, Colombia. Diciembre 2000.