



RESOLUCIÓN STP N° 707 /2016

POR LA CUAL SE APRUEBA EL MANUAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN.

Asunción, 30 de diciembre de 2016

VISTO: El Memorandum N° 47 del 29 de noviembre de 2016, por el cual el Director General de Comunicación remite a consideración de la Superioridad el Manual de Comunicación, y solicita la actualización de la Resolución STP N° 334 del 30 de junio de 2015, que aprueba el Manual de Funciones de la STP; y,

CONSIDERANDO: Que, el Decreto N° 4.070 de fecha 10 de noviembre de 2004 "POR EL CUAL SE REORGANIZA LA SECRETARÍA TÉCNICA DE PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEPENDIENTE DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA", en su Art. 8 establece: "El Secretario Ejecutivo tiene las siguientes funciones: a) Conducir la aplicación de las funciones asignadas a la Secretaría Técnica de Planificación en el presente Decreto, así como administrar los recursos humanos, financieros y no financieros asignados a la institución...".

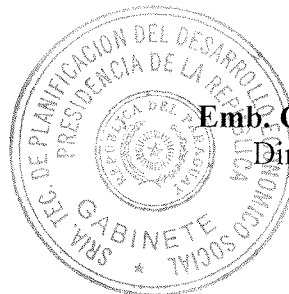
Que, la Resolución N° 435/2016, autoriza al Director General de Gabinete a dictar actos administrativos en representación del Ministro.

POR TANTO, en ejercicio de sus atribuciones legales,

EL DIRECTOR GENERAL DE GABINETE DE LA SECRETARÍA TÉCNICA DE PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEPENDIENTE DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

RESUELVE:

- Art. 1° Aprobar** el Manual de la Dirección General de Comunicación, anexo a la presente Resolución.
- Art. 2° Dejar sin efecto** toda normativa interna que se contraponga a la presente Resolución.
- Art. 3° Comunicar** a quienes corresponda y, cumplido, archivar.



Emb. Carlos José Fleitas Rodríguez
Director General de Gabinete

MANUAL DE COMUNICACIÓN



SECRETARÍA
**TÉCNICA DE PLANIFICACIÓN
DEL DESARROLLO ECONÓMICO
Y SOCIAL**



Elaborado por la Dirección General de Comunicación

2016



INTRODUCCIÓN

Luego de un (2015) año dedicado al establecimiento de la Dirección General de Comunicación, el 2016 está enfocado al crecimiento de la misma y la incorporación de nuevas capacidades que mejoren la comunicación interna y externa de la STP.

Con nuevos recursos humanos y mejores sistemas de trabajo con las dependencias de la institución, y la jerarquización a Dirección General, se espera lograr mejor alcance de las comunicaciones, las cuales rápidamente repercutirán en el mejoramiento de la imagen de la STP.



Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	2
1.El Plan Estratégico de Imagen Corporativa (PEIC).....	4
1.1 La institución.....	4
1.2 Análisis de la institución.....	4
1.2.1 Ideas Rectoras	4
Objetivos estratégicos	5
Valores Institucionales	5
1.2.2 Diagnósticos de los aspectos comunicacionales	6
1.2.2.1 DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN INTERNA	7
1.2.2.2 DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN EXTERNA.....	8
1.2.2.3 DIAGNÓSTICO DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN	8
1.2.2.4 DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.....	9
1.2.2.5 DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA	10
1.2.2.6 DIAGNÓSTICO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS.....	10
1.2.3 Matriz FODA	11
1.2.4 Determinación de público objetivo	11
2.La Dirección General de Comunicación	12
2.1 OBJETIVO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN	12
2.2 Funciones:	12
2.3 Políticas de comunicación e información	12
2.4 AREAS DE ACCIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL.....	14
2.5 Protocolos de trabajo	16
2.5.2 PROTOCOLO DE COBERTURAS EN EL INTERIOR	19
2.5.3 Protocolo de uso de redes sociales y web de la Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social.....	20



1. El Plan Estratégico de Imagen Corporativa (PEIC)

Este plan estratégico de comunicación integral recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la institución.

El Manual de Comunicación tiene como objetivo abordar la comunicación en todas las dimensiones de la institución, tal como se ha señalado, y por tanto abordarla como una globalidad, en las que las distintas dimensiones de la comunicación sean coordinadas, integradas y gestionadas corporativamente.

De esta manera el plan estratégico de comunicación integral será el documento que recoja la estrategia general a nivel de comunicación, el mensaje y estilo a difundir con la finalidad de lograr una política de comunicación en la empresa coherente y eficaz.

1.1 La institución

La Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social es la secretaría de estado encargada de la planificación, coordinación, evaluación, diseño y promoción las acciones que guíen a un desarrollo sostenible.

Como tal incide en una variedad de temas, con la principal característica de actuar como facilitadora de los procesos, y en menor medida como ejecutora de los mismos. Este factor es importante a la hora de planificar la comunicación de acciones, ya que los productos se hacen intangibles, dificultando la incidencia en el colectivo de conocimiento de la ciudadanía.

Tiene a su cargo procesos de trascendencia en el manejo del Poder Ejecutivo y trabaja directamente con sus pares del Gobierno Central y fortalece sus vínculos con los Gobiernos Locales.

1.2 Análisis de la institución

1.2.1 Ideas Rectoras

Tomando como base la ley de creación de la institución se determina que las palabras que son claves a la hora de describir su accionar son: coordinación, evaluación, diseño y desarrollo nacional.

A su vez la manera en la que está constituida la institución refleja su apuesta por la nueva gerencia de profesionales jóvenes altamente capacitados que vienen del mundo académico y el sector privado, trabajando de la mano con profesionales de planta de mayor experiencia en la función pública.



Otras ideas rectoras se pueden ver reflejadas en el marco estratégico de la institución:

Misión: Coordinar e impulsar el diseño, implementación, seguimiento y evaluación del proceso de desarrollo nacional.

Visión: Liderazgo con excelencia en la promoción, orientación y coordinación del desarrollo nacional

Objetivos estratégicos

- Coordinar el diseño, implementación, monitoreo y evaluación del Plan Nacional de Desarrollo
- Contribuir a la reducción de los niveles de pobreza extrema
- Fomentar el desarrollo de la APP y de la inversión en infraestructura y servicios
- Coordinar la Cooperación Internacional

Valores Institucionales

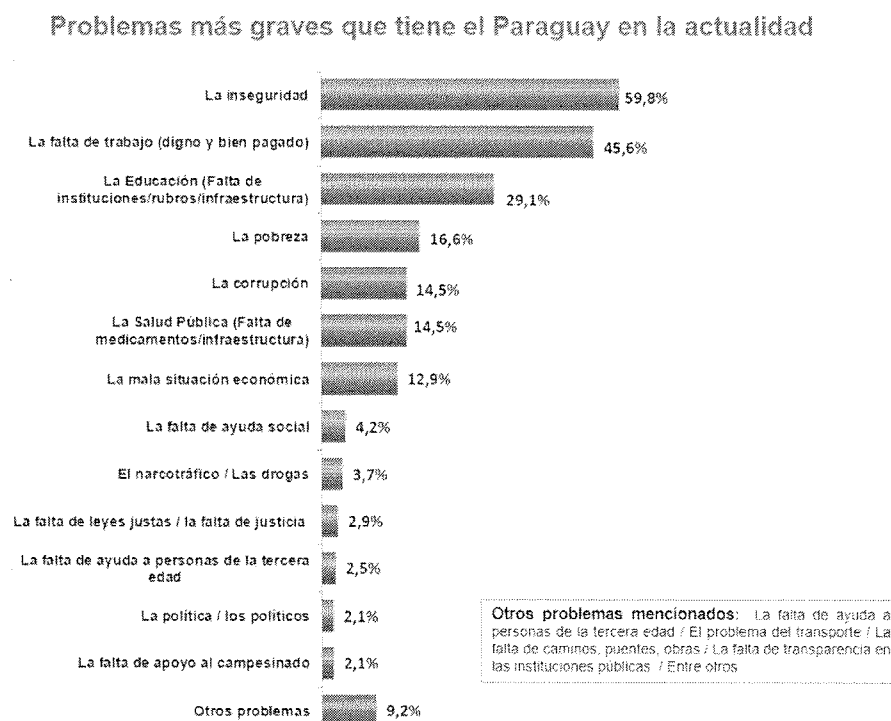
- **Buena fe:** Ejercemos nuestras facultades otorgadas por el cargo motivados solamente por los valores y el deseo del bien común, desechando cualquier influjo de intenciones subalternas.
- **Colaboración:** Tenemos predisposición para trabajar en forma conjunta a fin de lograr un resultado participativo.
- **Compromiso:** Somos partícipes, reconocemos y asumimos como propios la misión y visión institucionales, y orientamos todas las actividades hacia su cumplimiento con eficiencia y responsabilidad.
- **Coherencia:** Actuamos de manera congruente con los compromisos asumidos.
- **Eficiencia:** Tenemos aptitud y actitud para lograr resultados mediante la optimización en la utilización de los recursos disponibles.
- **Honestidad:** Utilizamos los bienes y recursos estatales para el desempeño exclusivo de la función pública; cuidando y protegiéndolos para que estén permanentemente destinados a satisfacer necesidades colectivas.
- **Justicia:** Tenemos permanentemente predisposición para el cumplimiento de las normativas establecidas, otorgando a cada uno lo que le es debido.
- **Probidad:** Actuamos con rectitud y honradez, procurando satisfacer el interés general y desechando todo provecho o ventaja personal.
- **Respeto:** Reconocemos el derecho de los demás a tener su propia opinión y aceptar las distintas formas de ser del otro. Fomentamos la equidad de género, la inclusión social a personas con capacidades diferentes, y el cuidado del medio ambiente, teniendo como base principal el respeto a los derechos humanos.



- **Responsabilidad:** Asumimos las consecuencias de nuestras decisiones, actuaciones, errores u omisiones, las evaluamos y tomamos las medidas correctivas pertinentes
- **Servicio:** Tenemos predisposición para atender los requerimientos de nuestros usuarios con celeridad y amabilidad.
- **Transparencia:** Ajustamos nuestra conducta al derecho que tiene la sociedad de estar informada sobre nuestra gestión, suministrando información amplia y suficiente sobre los resultados de nuestros procesos institucionales.

1.2.2 Diagnósticos de los aspectos comunicacionales

La propuesta de comunicación se basa en los números “duros”, a partir de encuesta de opinión pública de alcance nacional, que la CCE utiliza para enfocar el trabajo. Se destaca la problemática actual en la percepción ciudadana, que se sintetiza en el siguiente gráfico:



Como se puede notar en el gráfico, los temas pertinentes que hacen a la relevancia y al eventual perfil institucional de la STP están claramente destacados en el imaginario ciudadano: “falta de trabajo”, “pobreza”, “mala situación económica”.



Para el perfil institucional de la STP y sus autoridades, la “promesa básica” que hizo el Presidente Horacio Cartes en su discurso inaugural, declarando que su “obsesión” será el combate a la pobreza (con énfasis en la pobreza extrema), generó una exposición comunicacional inusual para una institución que se mantuvo con un perfil bajo durante varios años.

Los datos oficiales divulgados por la STP y la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC) permitieron conocer la nueva realidad del país, con menor índice de pobreza extrema.

Esta novedad fue comunicada de manera conjunta con el Comité de Pobreza, convocado por la STP a efecto de dar transparencia y asegurar la legitimidad de la información divulgada.

FODA COMUNICACIONAL

<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta expectativa ciudadana. • Perfil distintivo de principales ejecutivos (técnicos, gerentes, etc.). • Crítica política partidaria provee contexto favorable. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • STP cuenta con capacidad limitada, teniendo en cuenta las operaciones en las que tiene responsabilidad. • Imagen heredada: STP debilitada, irrelevante en el conjunto del Estado.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Misión de la STP, novedosa e interesante. • Plan de reducción de pobreza, de alto valor público potencial. • Efecto “innovación” en la gestión: calidad de gestión, enfoque de precisión, monitoreo inteligente, etc. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aparato estatal fragmentado, poco dispuesto a nuevos esquemas. • Factores políticos imponen condiciones a medida que avanza dinámica electoral.

1.2.2.1 DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN INTERNA

La institución cuenta con procesos bien definidos para la consecución de sus metas, estos procesos generan una serie de informaciones que son en su inicio internas, y eventualmente pueden ser insumo para difusiones externas.



Las informaciones internas por naturaleza son las que hacen al funcionamiento de la institución, como sus manuales, políticas y protocolos. Al respecto la actual administración (desde agosto de 2013) da prioridad a la formalización de todos sus procesos e informaciones internas, así como la debida socialización de las mismas.

Los principales mecanismos para la generación de comunicación interna se refieren a la definición de los macro/procesos /subprocesos, lo que permitió actualizar y socializar la información a todo el funcionariado, consiguiendo un mejor funcionamiento de la institución y el aumento en el empoderamiento de la STP por los funcionarios. (Encuesta de Clima Laboral, 2014 y Encuesta de Desarrollo del Talento Humano y Estructura Organizacional 2016).

1.2.2.2 DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN EXTERNA

En cuanto a la información externa, la cual es resultado de los mismos procesos mencionados en la generación de información interna, la obtención de esta para la elaboración de productos comunicacionales pasa por un proceso más orgánico, en donde se generan métodos propios de obtención de las mismas, métodos que a su vez se actualizan constantemente (ver punto 2.3 de protocolos de trabajo).

En este punto se encuentra que la Dirección General de Comunicación maneja un gran flujo de informaciones externas gracias a su cercanía al Gabinete del Ministro, centro neurálgico de la institución en la cual se generan y/o procesan las principales acciones de la institución.

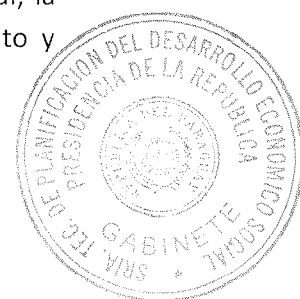
Al mejorar el sistema de trabajo de la Dirección General con el Gabinete, se mejoró exponencialmente la producción de la Dirección General de Comunicación en cuanto a las difusiones.

La Dirección General de Comunicación a su vez realiza contactos directos con las dependencias institucionales a fin de solicitar y/o generar informaciones con las cuales se elaboran materiales de difusión.

A pesar de estos esfuerzos, aun no se alcanza un nivel ideal de acceso a la información, ya que aún existen casos en los cuales o no se difunden debidamente las acciones a falta de información, o las informaciones que se socializan a los públicos son la participación de la Dirección General.

1.2.2.3 DIAGNÓSTICO DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

A nivel comunicacional se cuenta con sistemas de información manejados en dos ámbitos, la primera es la que se refiere al trabajo propio de la Dirección General y de cómo nace la información y es tratada según su objetivo (comunicación interna o externa), en este caso se denota una buena organización de la Dirección General, la cual se hace responsable desde la generación de la información, su tratamiento y



diseño según el objetivo que se le asigna y la difusión en todos sus niveles, a su vez en caso de que existan retroalimentaciones (apreciaciones o consultas del público) también se responsabiliza de generar la información necesaria para dar respuesta.

El segundo caso, en cuanto a la información generada por otras dependencias, cada una genera sus propios sistemas de información, donde la Dirección General de Comunicación trabaja en una suerte de monitoreo a fin de identificar en estos procesos, los insumos para generar comunicaciones.

En ambos casos los sistemas de información demuestran promover el control, confianza y contacto directo con sus públicos, logrando una interacción permanente y fluida.

1.2.2.4 DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

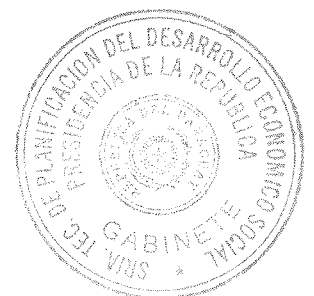
La Dirección General de Comunicación, requería para cumplir con la resolución STP n° 331/2015 por la cual se aprueba el Manual de Comunicación, documento en el cual se declara como necesario para el cumplimiento de los objetivos del área contar con asistentes de prensa quienes sean responsables del enlace con medios de prensa, realización de convocatoria, monitoreo de presencia mediática de la institución, redacción de materiales para envío a prensa, creación y actualización de directorio de medios.

A partir de esto se inició el proceso de incorporación de 2 (dos) asistentes de prensa, quienes cumplen funciones desde el 16 de mayo de 2016. Desde estas incorporaciones se aumentó exponencialmente la cantidad de publicaciones a través de los canales oficiales de la STP (web, redes sociales y boletines de prensa), métricas que detallaremos en el siguiente punto.

Desde el presente año se trabajó intensamente en la mejora de las comunicaciones tanto Institucionales (al funcionariado) como externas (a la ciudadanía a través de la prensa, web y redes sociales institucionales).

En cuanto a las comunicaciones institucionales, se remiten periódicamente informaciones pertinentes para todo el funcionariado a través de las cuentas de correo institucionales. Estas informaciones comprenden desde noticias sobre las actividades institucionales, socialización de las políticas de Buen Gobierno y Código de Ética, invitaciones a eventos, circulares y resoluciones institucionales. En los primeros cinco meses del año ya se remitieron 207 boletines internos de información.

Estos envíos se convirtieron en una plataforma válida para acercar información a toda la institución y es incluso solicitada por las dependencias para la difusión de sus noticias de interés.



1.2.2.5 DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA

Las acciones de mejoramiento de la comunicación institucional corresponden también a la comunicación pública. A su vez, se implementaron innovaciones en las comunicaciones externas, como la publicación de videos cortos en redes sociales que destacan las principales actividades de la Institución.

En cuanto a las comunicaciones externas, se trabajó en el fortalecimiento del equipo humano a fin de aumentar las publicaciones en la página web y en redes sociales, así como el envío de comunicados a prensa. Las gestiones incluyeron el acercamiento a las Coordinaciones y Direcciones Generales de la STP a fin de mejorar el sistema de trabajo y lograr que las actividades que se sucedan lleguen a la Dirección General de Comunicación como principal insumo para las publicaciones.

En cuanto a las publicaciones propias, se redactaron, publicaron en la página web y difundieron a prensa 286 noticias, incrementando lo producido en el 2015, en donde en el mismo periodo se publicaron 50 noticias.

En cuanto a redes sociales se cuenta con un fan page de Facebook con 19.701 seguidores (3.292 nuevos en lo que va del año) y con un alcance aproximado de 455.000 personas, una cuenta de Twitter con 11.300 seguidores (1861 nuevos en el 2015), y una cuenta en Instagram recientemente creada con 46 seguidores. Se totalizan cerca de 700 publicaciones en las redes sociales.

Esta acciones de mejoramiento impactaron positivamente en la posición mediática de la STP, según el clipping de noticias que se elabora y actualiza en la Dirección General, se cuenta con un registro de 425 apariciones en prensa digital en lo que va del año. Al analizar la valoración de las noticias encontramos que hay 247 positivas, 23 negativas y 153 neutras, mejorando sustancialmente la imagen de la STP en los medios ya que al analizar igual periodo de tiempo en el año anterior se tenían 44 noticias negativas y solo 123 positivas, además de 111 neutras, de un total de 257 publicaciones.

Otro punto importante es el constante contacto con los diversos medios de prensa quienes cada vez toman más a la STP como punto de referencia a la hora de hablar de políticas públicas y desarrollo social.

1.2.2.6 DIAGNÓSTICO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS

La rendición de cuentas se cumple como política comunicacional, entregando periódicamente información que da cuenta de las acciones programadas y su cumplimiento, por parte de la STP. Esta entrega de información se da a través de la plataforma web, redes sociales, boletines de información - que llegan a una base de más de 500 personas en su mayoría prensa -, conferencias de prensa y entrevistas a medios de comunicación.



Además se mantienen abiertos todos los medios sociales para el contacto con la ciudadanía, quien a cada consulta se resuelve la debida respuesta, en este punto es la Dirección General de Comunicación la responsable del proceso.

Por ejemplo, como coordinadores del Programa Nacional de Reducción de la Pobreza Sembrando Oportunidades lideramos también la rendición de cuentas, en donde la Dirección General de Comunicación se encargó en mayo de 2016, del montaje del evento produciendo 3 audiovisuales e incidiendo positivamente en la línea discursiva utilizada.

A su vez la plataforma web sirve para la socialización mensual del avance de este programa, compartiendo reportes del avance de sus metas y ejecuciones presupuestarias.

1.2.3 Matriz FODA

(2) Interpretación	
Si bien la Dirección General es nueva, por una inexistencia de las funciones en periodos anteriores, se encuentra formada en RRHH suficientes para las tareas que por naturaleza debe comprender, en contraposición no cuenta con equipamientos técnicos para cumplir con esto. Aun así trabaja con mayor rendimiento en tareas de comunicación interna y externa a nivel estratégico, necesitando impulsar aún mejor la difusión en prensa.	
(3) Fortalezas	(4) Debilidades
Recursos Humanos Capacitados. Acceso a las autoridades institucionales. Participación en áreas de planificación de la gerencia. Las autoridades dan importancia a la tarea comunicacional y la incluyen en los procesos institucionales. Apertura de la institución a las innovaciones que la Dirección General pueda presentar.	Falta de insumos técnicos para las tareas (equipos de fotografía, recursos monetarios para las plataformas web). Bajo flujo de información de las Direcciones hacia la Dirección General de Comunicación. La imagen de la STP está debilitada por herencia de administraciones anteriores lo que dificulta la incidencia de la comunicación.
(5) Acciones de Mejoramiento	
Es necesario efectivizar las licitaciones para compra de equipamientos que se encuentran retrasadas. Aumentar el flujo de informaciones para así dinamizar la gestión de prensa. Socializar y hacer efectivo un sistema de información para uso de toda la institución.	

1.2.4 Determinación de público objetivo

La determinación última de los públicos objetivo de la STP se dio tras un taller de identificación de actores claves (marzo 2016) guiados por NEWS (consultora contratada por la STP para Comunicación Estratégica) y con la participación de la directiva de la institución.

En el encuentro se identificaron ciertos públicos:

- Prensa.
- Gobernaciones locales.
- Unidades Técnicas.
- Sociedad civil.
- Beneficiarios.
- Sindicatos.



- Movimientos campesinos.

2. La Dirección General de Comunicación

2.1 OBJETIVO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

Diseñar, coordinar y ejecutar la política de comunicación y relaciones institucionales, internas y externas. Asegurar la difusión de la información de la STP en medios de comunicación, redes sociales y otros mecanismos de información pública pertinentes.

2.2 Funciones:

- Participar en la elaboración y propuesta de estrategias comunicacionales vinculadas con las acciones del Gobierno Nacional en el ámbito de la STP.
- Asistir al Ministro de la STP en la articulación de acciones con las Direcciones dependientes de la STP a fin de alcanzar los objetivos y metas institucionales.
- Proponer y administrar mecanismos de diagnóstico, análisis, y evaluación del tratamiento que los medios de comunicación realizan sobre la información inherente a las políticas impulsadas, así como instrumentos de medición de opinión pública, por medios cuantitativos y cualitativos.
- Desarrollar e implementar mecanismos que favorezcan el establecimiento de vínculos institucionales entre la STP y otras instituciones ya sean públicas, privadas, ONG's y/o Cooperación Internacional.
- Coordinar la organización de los eventos que se realicen a partir de la iniciativa de la STP, estableciendo las prioridades pertinentes para que los mismos reflejen la ejecución de las políticas que el Gobierno Nacional impulsa.
- Difundir información y/o publicaciones relacionadas con la actividad de la STP.
- Efectuar la organización de las reuniones de prensa y demás actos de difusión.
- Gestionar el relacionamiento con la prensa, en las convocatorias de la misma y la difusión de informaciones a través de ella.
- Creación y actualización de canales de comunicación propios de la STP, en cualquier formato multimedia.
- Todas las iniciativas de comunicación generadas en la STP serán coordinadas por esta Dirección General.

2.3 Políticas de comunicación e información

Compromiso con la Comunicación Pública.

La Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social (STP) reconoce la información como un bien público y se compromete al respeto de las



libertades de expresión, prensa y opinión de las personas, tal como está garantizada en la Constitución Nacional y las Leyes. Confiere a la información y la comunicación un carácter estratégico y las orienta hacia el fortalecimiento de su identidad y a la expansión de la capacidad productiva de los miembros de la Institución.

Compromiso con la Comunicación Organizacional.

La STP se compromete a enfocar la comunicación organizacional a la construcción de significados y sentidos compartidos entre los miembros de los diversos niveles de la Institución, a través del establecimiento de canales y espacios de comunicación de doble vía que fortalezcan las relaciones de diálogo y colaboración entre sus integrantes.

Compromiso de Confidencialidad.

La STP se compromete a la no censura previa de la información institucional pero con una clara recomendación a todos sus funcionarios que manejen información privilegiada, reservada de la institución, de la no difusión y/o publicación a terceros, sin antes realizar las consultas correspondientes con las autoridades de la institución, a los efectos de precautar los intereses generales de la población. Asimismo, ninguno de los grupos de interés podrá directa o indirectamente utilizar información privilegiada de la institución para sus propios intereses.

Compromiso con la Rendición de Cuentas.

La STP se compromete a la transmisión de la información amplia y transparente de los objetivos y resultados comparativos de su gestión, adoptando mecanismos adecuados para que la información institucional llegue a todos, de manera oportuna, actualizada, clara, veraz, y confiable. Para ello recurrirá a todos los mecanismos a su alcance, especialmente la implementación de un programa de rendición de cuentas ante los diferentes grupos de interés, los órganos encargados de su vigilancia en el uso de los recursos públicos y eficiencia en el cumplimiento de su misión institucional.

Compromiso con el Gobierno en Línea.

La STP se comprometen a poner especial interés en la aplicación efectiva del gobierno en línea, a través de la implantación de las acciones necesarias para implementar y/o mantener actualizada la página WEB de la Institución, con la más completa información sobre la marcha de la administración en cuanto a procesos y resultados de la contratación, estados financieros, concursos para proveer cargos, plan estratégico, avances en el cumplimiento de metas y objetivos del plan estratégico, indicadores de gestión, informes de gestión, licitaciones y contrataciones, servicios que



la Institución presta a la ciudadanía, forma de acceder a ellos y funcionamiento general de la Institución, entre otros.

2.4 AREAS DE ACCIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL

➤ STP Institucional:

Responsable de la ejecución de estrategias comunicacionales internas y de difusión del quehacer institucional de la STP. Es desde la Dirección General de Comunicación que se coordina con el Ministro y su Gabinete Técnico la comunicación de las acciones, utilizando los medios de comunicación, redes sociales, y otros medios disponibles.

Crea alianzas con los medios de prensa, ya sean privados como públicos y con las unidades de comunicación de otras instituciones del Estado, a fin de gestionar la presencia mediática de la institución.

Es también responsable del manejo de la información y estructura de la página web institucional y sus redes sociales, contempla la creación de nuevos canales de comunicación que garanticen la concreción de los objetivos comunicacionales y de la institución.

Organiza y supervisa los eventos realizados dentro de la institución, especialmente aquellos en los que participen las autoridades de la STP.

Vela por el buen uso de la imagen institucional, mediante el correcto uso de la identidad iconográfica, como parte de la línea comunicacional del gobierno.

Apoya a las direcciones parte de la STP en la concreción de proyectos, desde el ámbito comunicacional.

Asesora a la institución ante casos de crisis comunicacionales o reputacionales, o nuevas iniciativas a ejecutarse.

➤ Plan Nacional de Desarrollo (PND)

Por ser este un eje principal de acción de la STP, requiere de esfuerzos propios y priorizados. La Dirección General de Comunicación debe contar con las personas responsables del diseño, coordinación y ejecución de la estrategia comunicacional que el PND requiere, teniendo la capacidad de adecuarla según las eventualidades que el propio proceso de su implementación requiera.

En caso de contar con un consultor/a contratado para esta función, deberá trabajar bajo la supervisión del Coordinador de la Dirección General de Comunicación.

El PND requiere de:



- Diseño de estrategia de comunicación
- Participación en el equipo STP responsable del PND
- Control de la presencia mediática del tema y sus relacionados
- Asesoramiento y apoyo en la gestión de relaciones que realicen los responsables de la STP
- Trabajo conjunto con las Unidades de Comunicación de las Instituciones Públicas involucradas

➤ **Alianza Público Privada (APP)**

Otro de los ejes prioritarios del accionar de la STP, por ser la institución responsable de la recepción y procesamiento de las ofertas y proyectos presentados. Al igual que el caso PND, requiere de una estrategia de comunicación específica.

En caso de contar con un consultor/a contratado para esta función, deberá trabajar bajo la supervisión I del Coordinador de la Dirección General de Comunicación.

La APP requiere de:

- Diseño de estrategia de comunicación
- Apoyo a la Unidad de Proyectos de Participación Público Privada (PPP)
- Control de la presencia mediática del tema y sus relacionados
- Asesoramiento y apoyo en la gestión de relaciones que realizan los actores STP
- Trabajo conjunto con las Unidades de Comunicación de las Instituciones Públicas involucradas

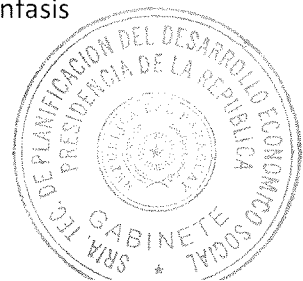
➤ **Sembrando Oportunidades**

Es el Programa de Reducción de la Pobreza Extrema. Para hacer posible este programa, la STP coordina y articula las acciones de los Ministerios y las Secretarías del Poder Ejecutivo.

El programa ya cuenta y desarrolla un plan de comunicación que busca “posicionar a Sembrando Oportunidades en una amplia agenda pública como el programa del Gobierno Nacional para la Reducción de la Pobreza Extrema que centra sus esfuerzos en el cumplimiento de los derechos de la población más vulnerable”.

Líneas de acción comunicacional de S.O:

- Fortalecimiento de una red de comunicadores de instituciones públicas que tienen responsabilidades directas con Sembrando Oportunidades.
- Difusión de la oferta pública de servicios, programas y acciones sociales vinculadas a Sembrando Oportunidades a la población en general con énfasis en las familias beneficiarias.



- Difusión de los resultados logrados y los cambios en la vida de las familias beneficiarias del programa Sembrando Oportunidades.

2.5 Protocolos de trabajo

La Dirección General de Comunicación de la STP tiene como objetivo *Diseñar, coordinar y ejecutar la política de comunicación y las relaciones institucionales, internas y externas, además de asegurar la difusión de la información de la STP en medios de comunicación, redes sociales y otros mecanismos de información pública pertinentes.*

Para cumplir con este objetivo, la Dirección General de Comunicación responde a las siguientes funciones:

- Participar en la elaboración y propuesta de estrategias comunicacionales vinculadas con las acciones del Gobierno Nacional en el ámbito de la STP.
- Asistir al Ministro de la STP en la articulación de acciones con las Direcciones dependientes de la STP a fin de alcanzar los objetivos y metas institucionales.
- Proponer y administrar mecanismos de diagnóstico, análisis, y evaluación del tratamiento que los medios de comunicación realizan sobre la información inherente a las políticas impulsadas, así como instrumentos de medición de opinión pública, por medios cuantitativos y cualitativos.
- Desarrollar e implementar mecanismos que favorezcan el establecimiento de vínculos institucionales entre la STP y otras instituciones ya sean públicas, privadas, ONG's y/o Cooperación Internacional.
- Coordinar la organización de los eventos que se realicen a partir de la iniciativa de la STP, estableciendo las prioridades pertinentes para que los mismos reflejen la ejecución de las políticas que el Gobierno Nacional impulsa.
- Difundir información y/o publicaciones relacionadas con la actividad de la STP.
- Efectuar la organización de las reuniones de prensa y demás actos de difusión.
- Gestionar el relacionamiento con la prensa, en las convocatorias de la misma y la difusión de informaciones a través de ella.
- Creación y actualización de canales de comunicación propios de la STP, en cualquier formato multimedia.
- Todas las iniciativas de comunicación generadas en la STP serán coordinadas por esta Dirección General.



2.5.1 PROTOCOLO DE COBERTURA DE ACTIVIDADES INSTITUCIONALES

Para mejorar el ritmo de trabajo, recomendamos que cada Coordinación General y Dirección General asigne a una persona como enlace para organizar las solicitudes de coberturas y las relaciones con la Dirección General de Comunicación.

De no estar asignado puede remitirse el nombre, correo electrónico institucional, número de interno y número de celular a la dirección comunicacion@stp.gov.py.

Todas las solicitudes se deben realizar completando el formulario o solicitando al correo comunicacion@stp.gov.py

COBERTURA DE ACTIVIDADES SIN CONVOCATORIA DE PRENSA

- Se solicita notificar las actividades de tipo internas que no requieren de convocatoria de prensa (reuniones, firmas de convenio, presentaciones, audiencias) con al menos 24hs de anticipación, completando el formulario de pedido de cobertura.

- Para este tipo de actividades se puede realizar fotografía, filmación y nota de prensa, serán publicadas en la web institucional, redes sociales y remitido a prensa.

COBERTURA DE ACTIVIDADES CON CONVOCATORIA DE PRENSA

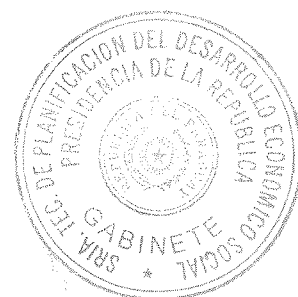
- En caso de que el ministro, viceministros, jefe de gabinete y/o directores generales participen de un evento público del cual se requiera convocatoria de prensa (conferencias, seminarios, firmas públicas de convenio, lanzamientos y/o conferencia de prensa) se debe notificar con al menos 48hs de anticipación, completando el formulario de pedido de cobertura.

- Para este tipo de actividades se realizará el pedido de cobertura a los medios de prensa además de realizar la cobertura institucional (fotografía, filmación y nota de prensa), serán publicadas en la web institucional, redes sociales y remitido a prensa. Posterior al evento se realizará el monitoreo de publicación en prensa.

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- En caso de que la institución emprenda la organización de un evento público (conferencias, presentación de informe, seminarios, talleres, lanzamientos) del cual la STP es responsable se debe notificar a la Dirección General de Comunicación desde el momento en que se inicie la organización.

- En este caso además de apoyar con la cobertura de la actividad y convocatoria de prensa, la Dirección General de Comunicación puede apoyar en el diseño y difusión de invitaciones, afiches u otros.



- La Dirección General de Comunicación también dará apoyo en la definición de aspectos de imagen y protocolo.

ACOMPAÑAMIENTO Y COBERTURA DE ACTIVIDADES FUERA DE LA INSTITUCIÓN(Gran Asunción y/o Interior del país)

- Se solicita notificar las actividades a realizarse fuera de la institución, especialmente cuando incluyen el traslado al interior del país con al menos 48hs de anticipación o una vez definido el evento.

- La Dirección General de Comunicación analizará el tenor y requerimientos para la cobertura y definirá las acciones a emprender.

- Para este tipo de actividades se puede realizar fotografía, filmación y nota de prensa, serán publicados en la web institucional, redes sociales y remitido a prensa.

APOYO EN LA ELABORACIÓN DE MATERIALES COMUNICACIONALES

- Todas las dependencias de la Institución cuentan con el apoyo de la Dirección General de Comunicación para la asesoría en el diseño de materiales comunicacionales a ser utilizados como presentación de la STP (presentaciones digitales, discursos, invitaciones, trípticos, afiches, tarjetas personales, firmas de mail, etc.).

- Se solicita remitir los materiales e insumos con al menos 72hs de anticipación a fin de que la Dirección General de Comunicación tengan tiempo de revisar y ajustar contenido o diseño.

PUBLICACIÓN DE INFORMACIONES

- En caso de tener información sobre actividades pasadas que no tuvieron cobertura de la Dirección General de Comunicación se puede remitir la misma a fin de ser procesada para publicarse en la web institucional, redes sociales y remitido a prensa.

- La publicación se realizará en un máximo de 48hs tras ser recibida.

- la información lo más completa posible junto con imágenes debe remitirse a comunicación@stp.gov.py

PRÉSTAMO DE EQUIPOS

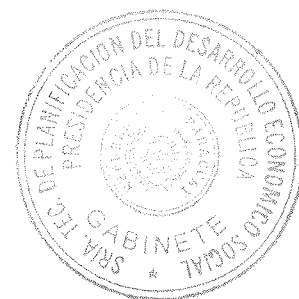
- En caso de requerir el uso de cámara fotográfica, filmadora, grabadora y/o banner se debe completar la solicitud de préstamo de equipos que se encuentra en la Dirección General de Comunicación, los mismos serán otorgados según disponibilidad y por un periodo máximo de 24hs.

Este protocolo puede sufrir modificaciones según necesidad institucional, dichos cambios serán comunicados cuando ocurra la eventualidad.



2.5.2 PROTOCOLO DE COBERTURAS EN EL INTERIOR

1. Presentar información y solicitar aprobación a la Dirección General de Comunicación, dejando constancia por correo electrónico.
2. Asignar enlace técnico que viaja y enlace técnico que queda en oficina
3. Documentos a completar:
 - a. **Registro de Salida de Vehículos** (en caso de necesitar vehículo realizar, si el comunicador acompaña al equipo técnico verificar que este esté incluido en el pedido de vehículo de la dependencia responsable)
 - b. **Formulario de solicitud de viáticos** (Dirigido a la Dirección General de Administración y Finanzas y autorizado por el/la titular de la Dirección General de Comunicación)
 - c. **Formulario de comisión de servicios** (Dirigido a la Dirección de Recursos Humanos, firmado por el solicitante y autorizado por el/la titular de la Dirección General de Comunicación)
 - d. **Memorándum solicitando viáticos y vehículo** (si es necesario): el memo debe tener nombres de los solicitantes; números de CI; motivo del viaje; lugar al que se trasladan; día de salida; día de retorno. (Dirigido a la Dirección General de Administración y Finanzas, y autorizado por el/la titular de la Dirección General de Comunicación)
 - e. **Memorándum solicitando asignación de equipos informáticos** (Dirigido a la Dirección General de Administración y Finanzas y autorizado por el/la titular de la Dirección General de Comunicación)
4. Preparar los equipos de cobertura, cargar baterías, verificar pilas, memoria, etc.
5. Durante la cobertura se deberá reportar constantemente las actividades que se realizan, enviando fotografías y textos breves al correo o vía WhatsApp para su publicación en redes sociales.
6. Al retorno se concederán 48hs para procesar la información recabada, ajustándose este tiempo según la magnitud de la información o el formato al cual se convertirá.
7. Los equipos de cobertura deberán ser recargados de batería y/o pilas y liberada la memoria.
8. Se remitirá Informe de **Comisión de Viaje (Formato n°3)** a la Dirección General de Administración y Finanzas.



2.5.3 Protocolo de uso de redes sociales y web de la Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social

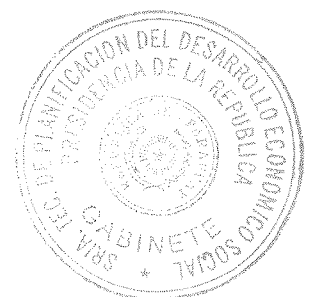
16 de mayo de 2016

Se acuerda utilizar las cuentas en redes sociales de la STP de la siguiente manera:

1. En la foto de perfil y portada de todas las cuentas deben figurar los logos institucionales.
2. Lo figurado en la pestaña "Información" se obtendrá de la página web oficial de la institución, a fin de reforzar la oficialidad del canal.
3. Las informaciones publicadas en la red deberán contar con la aprobación de los responsables de la Unidad y/o la Dirección General de Comunicación.
4. La admisión y permanencia en el sitio por los visitantes estará aclarada por el mensaje

"Este sitio es una representación oficial de la Secretaría Técnica de Planificación de la presidencia de la República del Paraguay. El administrador se reserva el derecho de admisión y permanencia a todos los que atenten contra la dignidad de la institución, los protagonistas u otros usuarios. Potestad otorgada por la red social y la Constitución Nacional en su artículo 28 del Derecho a Informarse".

5. Así también se utilizara una lista de términos prohibidos y bloqueo de groserías que alertan inmediatamente al usuario cuando intente comentar alguna publicación utilizando agravios de cualquier naturaleza. Se contempla también el uso de palabras con énfasis peyorativo.
6. Toda publicación será hecha por el administrador o los editores del sitio, los visitantes solo podrán comentar lo ya publicado. En caso de pertinencia de una publicación ajena, el administrador gestionara los permisos.
7. La generación del posteo se realiza a partir de los siguientes casos
 - a. Actividades internas
 - b. Noticias publicadas en la web
 - c. Noticias de interés publicadas por otros medios



- d. Informaciones producidas por programas y/o proyectos aliados
8. El posteo debe estar compuesto según la plataforma de la siguiente manera:
 - a. Facebook: no más de 3 líneas de texto, un hashtag, foto y/o enlace, debidamente etiquetadas las personas u organizaciones mencionadas.
 - b. Twitter: un hashtag, etiqueta, enlace y/o foto
 - c. Instagram: no más de 2 líneas, etiquetas y menciones correctas.
9. Todos los posteos se publican según eventualidad, no pudiendo superar las 5 publicaciones diarias en ninguna de las plataformas.
10. Los textos que acompañen las publicaciones deben cuidar siempre el enfoque, primando de resaltar el beneficio público de cada acción institucional.
11. Todos los mensajes directos y comentarios con consultas deben ser respondidos. Para ello se consulta al responsable directo del tema en cuestión.

**CADA EDITOR ES RESPONSABLE DE LA GENERACIÓN, PUBLICACIÓN Y
MONITOREO DE SUS PUBLICACIONES.**

1. En todo caso de cobertura de actividades, estas son publicables en redes sociales. Salvo excepciones de reuniones internas y/o con presencia del Ministro las cuales requieren de autorización.
2. El editor que tome la fotografía del evento, reunión u otro debe conseguir y generar la información para el posteo.
3. No debe pasar más de 2 (dos) horas entre el evento y la publicación de este en redes sociales.
4. En caso de que la cobertura incluya la generación de una nota de prensa, primero se debe publicar en la web institucional para posteriormente compartir en redes sociales

