



GOBIERNO DEL
PARAGUAY

MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y FINANZAS

Manual de Comunicación Institucional

Dirección General de Comunicación
Gerencia General

Versión 1.1

Contenidos

Siglas	4
I. Presentación	5
II. Descripción Institucional	5
III. Principios Comunicacionales	6
IV. Política de Comunicación	7
Política de Comunicación Institucional.....	7
Política de Comunicación Interna.....	7
Política de Comunicación Externa.....	7
Ámbito de Aplicación.....	8
V. Gestión de la Comunicación Institucional	8
VI. Planificación de la Comunicación Institucional	9
Desarrollo de Elementos del Plan de Comunicación Institucional.....	10
a. Identificación de Público (Grupos de interés).....	10
b. Principales Canales de Comunicación.....	12
c. Definición de Información que será Comunicada	12
d. Indicadores de Cumplimiento.....	14
e. Plan Anual de Comunicación Institucional (PACI)	14
VII. Orientaciones por Componentes	14
1. Comunicación Interna.....	14
1.1. Información y Comunicación Interna.....	15
1.2. Promoción de las Políticas del Talento Humano	16
1.2.1. Inducción y Reinducción	16
1.2.2. Evaluación del Desempeño.....	16
1.2.3. Reconocimiento a la Labor de los Servidores de la Institución.....	16
1.3. Promoción de los Valores Institucionales y Compromisos Éticos.....	17
1.4. Gestión Documental	17

1.5. Gestión de la Imagen Institucional	17
1.5.1. Imagen Intangible	17
1.5.2. Imagen Tangible	19
2. Comunicación Externa	19
2.1. Coberturas de Eventos.....	19
2.2. Producción de Contenidos	20
2.3. Vocería Institucional.....	21
2.4. Relacionamiento con los Medios de Comunicación	21
2.5. Participación Ciudadana	22
2.6. Información Pública	23
2.7. Relacionamiento con los Organismos y Entidades del Estado.....	23
2.8. Relacionamiento con los Organismos y Agencias Internacionales.....	24
3. Comunicación Digital.....	24
3.1. Sitio Web Institucional.....	24
3.2. Redes Sociales.....	25
3.3. Diseños de Materiales Gráficos	26
3.4. Banco de Imágenes.....	27
3.5. Producción de Materiales Audiovisuales.....	27
4. Monitoreo y Análisis de la Información	28
4.1. Monitoreo de Medios	28
4.2. Análisis de la Información.....	29
VII. Presentación de Informes y Rendición de Cuentas	29
VIII. Gestiones Transversales.....	30
Campaña de Comunicación	30
Receptividad Institucional	30
Buzón de Sugerencias.....	31
IX. Comunicación en Tiempo de Crisis	32
X. Consideraciones Generales.....	33

Siglas

CLAD	Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo
CRCC	Comité de Rendición de Cuentas al Ciudadano
DGAI	Dirección General de Auditoría Interna Institucional
DGAT	Dirección General de Abogacía del Tesoro
DGAT	Dirección General de Anticorrupción y Transparencia
DGCOM	Dirección General de Comunicación
DGGCH	Dirección General de Gestión del Capital Humano
DGGE	Dirección General de Gabinete Ejecutivo
DGGL	Dirección General de Gestión Legislativa
DGGT	Dirección General de Gabinete Técnico
DGSGI	Dirección General de Secretaría General Institucional
ECO	Equipo de Comunicadores del Estado
MCI	Manual de Comunicación Institucional
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas
MITIC	Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación
OEE	Organismos y Entidades del Estado
OSFL	Organizaciones Sin Fines de Lucro
PAC	Plan Anual de Contrataciones
PCI	Plan de Comunicación Institucional
PACI	Plan Anual de Comunicación Institucional
RCC	Rendición de Cuentas al Ciudadano
VAF	Viceministerio de Administración Financiera
VCHGO	Viceministerio de Capital Humano y Gestión Organizacional
VEP	Viceministerio de Economía y Planificación

I. Presentación

La comunicación institucional del **Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)** es un pilar fundamental para el desarrollo de políticas públicas eficaces, la gestión de recursos del Estado y la transmisión de información a la ciudadanía. El presente **Manual de Comunicación Institucional (MCI)** es un documento estratégico que permite establecer lineamientos, criterios y orientaciones para las acciones comunicacionales dentro de la institución, con el fin de garantizar una comunicación coherente, efectiva y transparente, y que esté alineada con la misión, visión, el plan estratégico y los valores institucionales.

Este documento será una guía para la labor que desarrolla la **Dirección General de Comunicación (DGCOM)** como unidad orgánica dependiente de la **Gerencia General del MEF**, que busca garantizar una circulación efectiva de la información dentro y fuera de la institución, mejorando la transparencia, la comunicación con los ciudadanos y la reputación institucional.

El ámbito de aplicación del **MCI** es el **MEF**, institución creada por la **Ley N° 7158/2023**, con amplio campo de intervención como ente rector de políticas públicas en planificación para el desarrollo económico sostenible para el Estado, gestión de las personas del sector público desde su ingreso, permanencia y desvinculación, de todo lo relacionado con el desarrollo organizacional de los Organismos y Entidades del Estado (OEE) y de la administración de los recursos, abarcando desde la política tributaria, fiscal, inversión, gestión del presupuesto y otros temas.

En este contexto, este documento es el resultado del trabajo colaborativo entre diversas áreas de la institución, considerando los componentes del **Sistema de Control Interno (SCI)** y otras disposiciones transversales necesarias para el cumplimiento de las funciones y objetivos institucionales.

El MCI constituye una herramienta fundamental que establece las bases para definir los procedimientos a cargo de la **Dirección General de Comunicación (DGCOM)**, dando cumplimiento a la **Política de Comunicación Institucional (PCI)**.

La **Política de Comunicación Institucional** se sustenta en principios, valores, objetivos y acciones que orientan la gestión de las autoridades, tanto dentro como fuera de la institución. Esta política se construye a partir de documentos institucionales claves, tales como: el marco legal vigente, la misión y visión institucional, los Códigos de Ética y de Buen Gobierno, y el Plan Estratégico Institucional.

II. Descripción Institucional

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), creado por la **Ley N° 7158/2023**, absorbe y amplía las funciones propias, establecidas previamente en las leyes vigentes, asignadas al Ministerio de Hacienda, a la Secretaría de la Función Pública y a la Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social.

Se constituye como un organismo de derecho público, normativo y estratégico. Asimismo, es el ente rector de la planificación, coordinación y conducción de la política de desarrollo económico sostenible para el Estado, de la política de gestión de las personas del sector público, del desarrollo organizacional de los OEE, así como de la administración de los recursos del mismo.

Para cumplir su misión, el MEF incorpora las tecnologías de la información y la comunicación, implementando mecanismos y sistemas que permiten simplificar los procedimientos y reducir el consumo de papel en concordancia con la **Ley N° 6562/2020** “De reducción de la utilización de papel en la gestión pública y su reemplazo por el formato digital” y la **Ley N° 6822/2021** “De los servicios de confianza para las transacciones electrónicas, del documento electrónico y los documentos transmisibles electrónicos”.

También, define y establece el acceso a la información y la comunicación efectiva como elemento estratégico y transversal para su gestión, con el objetivo de llegar a sus principales usuarios y a la ciudadanía en general.

Mediante el **Decreto N° 1041/2024**, el Poder Ejecutivo aprueba la estructura orgánica del MEF, resultado de un análisis minucioso de las funciones y atribuciones de las instituciones absorbidas y fusionadas, estableciendo al área de comunicación como una unidad administrativa en el nivel de Dirección General de Comunicación (DGCOM), dependiente de la Gerencia General, que tiene a su cargo **“Impulsar un sistema de información y comunicación estratégica y oportuna de las políticas, planes y proyectos institucionales, y sobre el resultado de los mismos”**.

A su vez, la DGCOM está a cargo de **“Garantizar la circulación fluida y transparente de información al interior de la institución, entre sus diferentes unidades organizativas y al exterior, con los diferentes públicos objetivos, mejorando así su capacidad de interlocución con la ciudadanía y visibilizando la gestión institucional, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad”**.

Como área estratégica y transversal a todas las unidades organizativas, trabaja con las reparticiones de apoyo para fortalecer la comunicación y con las dependencias misionales, y así afianzar la comunicación con sus diferentes públicos. A tal el efecto, se plantea el MCI.

III. Principios Comunicacionales

En el MEF la comunicación institucional es estratégica y transversal, orientada a optimizar la gestión de todas las reparticiones. Reconoce que la comunicación es el medio para identificar, definir y difundir los principios, objetivos y acciones desarrolladas por la institución, así como para establecer relaciones efectivas con los distintos públicos, garantizar la visibilidad y el posicionamiento de la Entidad.

El MEF, comprometido con la transparencia y la confianza, basa su comunicación en los principios establecidos en el Código de Ética y el Código de Buen Gobierno. El objetivo es establecer un diálogo abierto y constructivo con los ciudadanos, garantizando que la información sea clara, accesible y oportuna, por lo cual adopta los siguientes principios:

- **Transparencia:** La información debe ser clara, precisa y accesible, promoviendo la participación ciudadana en los asuntos públicos. El MEF asume la responsabilidad de difundir sus acciones y decisiones de forma veraz y en tiempo oportuno.
- **Diálogo:** Se debe fomentar la comunicación bidireccional, escuchar a los ciudadanos promoviendo un intercambio abierto de ideas y opiniones.
- **Coherencia:** Todos los mensajes comunicacionales deben ser consistentes con la identidad y objetivos estratégicos del MEF.

- **Accesibilidad:** Garantizar el acceso equitativo a la información para todos los ciudadanos, mediante un lenguaje claro, sencillo y directo, evitando tecnicismos innecesarios y adaptando el mensaje al nivel de conocimiento del público objetivo.
- **Profesionalismo:** Utilizar los canales y herramientas más adecuados para comunicar de manera efectiva y eficiente, manteniendo actualizada la información relevante para los diferentes públicos.

Cada miembro del MEF, independientemente de su nivel jerárquico o función, tiene responsabilidad en el proceso comunicacional, dado que la efectividad de la comunicación impacta directamente en el desempeño institucional y en el cumplimiento de sus metas. Esto incluye la gestión de la información pública, definida por la [Ley N° 5282/2014](#) como aquella producida, obtenida o bajo control de las fuentes públicas, salvo que esté clasificada como reservada.

La información generada y gestionada por las reparticiones del MEF constituye un bien público una vez que cumple con los elementos de fondo y forma establecidos en los procedimientos institucionales. Mientras no se cumplan tales requisitos, todo el personal tiene el deber de resguardar la privacidad y confidencialidad de los datos, salvo autorización expresa para su divulgación. Asimismo, quienes desempeñan funciones en la institución deberán observar el deber de discreción, secreto y confidencialidad respecto de la información a la que acceden en el ejercicio de sus funciones, incluyendo información proveniente de terceros, sean personas físicas o jurídicas.

El MEF reconoce que la comunicación pública es un medio para la difusión de información y la formación de la opinión pública, asumiendo un rol de fuente confiable y fortaleciendo la institución.

IV. Política de Comunicación

Política de Comunicación Institucional

La comunicación institucional del MEF tiene carácter estratégico y se orienta a fortalecer la transparencia, la rendición de cuentas y el acceso a la información pública, mediante el uso de herramientas tecnológicas de manera responsable que promueven el diálogo con la ciudadanía y consolidan una gestión eficiente.

Política de Comunicación Interna

El MEF orienta la comunicación interna a fortalecer la cultura organizacional, promover el conocimiento y cumplimiento de normas institucionales y fomentar el compromiso, la colaboración y el sentido de pertenencia de todo el personal.

Política de Comunicación Externa

El MEF se compromete a mantener una comunicación accesible, transparente y oportuna, garantizando que la información esté actualizada, optimizando los procesos de sistematización para cumplir de manera eficaz con su misión institucional.

Ámbito de Aplicación

Las políticas son de cumplimiento obligatorio para todas las personas que desempeñen funciones en el MEF, cualquiera sea su modalidad de vinculación, así como para quienes participen en comités, equipos de trabajo o instancias de articulación institucional, o que se encuentren vinculadas de cualquier forma con la institución, deben adoptar estas disposiciones.

V. Gestión de la Comunicación Institucional

Gestionar la comunicación institucional implica el **proceso estratégico de planificar, organizar, ejecutar y evaluar las actividades de comunicación**, con el objetivo de asegurar que la información fluya de manera eficaz y eficiente hacia los diferentes públicos (internos y externos).

La comunicación institucional se organiza en tres ejes principales: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Comunicación Organizacional.

- **Comunicación Interna:** Promueve la colaboración, el compromiso y el flujo de información entre los funcionarios, fortaleciendo la cultura organizacional, alineando al personal con los objetivos y valores institucionales, y facilitando el control interno y la toma de decisiones.
- **Comunicación Externa:** Genera y difunde mensajes destinados a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos de interés, contribuyendo a la transparencia y la rendición de cuentas.
- **Comunicación Organizacional:** Comprende los procedimientos y prácticas diseñadas para garantizar un flujo de información eficiente dentro y fuera de la institución, utilizando diversos medios, métodos y técnicas de comunicación.

La comunicación institucional implica varios componentes de gestión, que pueden desagregarse o agruparse para optimizar los recursos profesionales y técnicos, como:

- **Gestión de la comunicación interna:** Crear y mantener canales eficaces entre las áreas y los trabajadores de la institución, para fortalecer una visión y un lenguaje común, una identidad y una cultura compartida, buscando garantizar la coherencia comunicacional.
- **Gestión de prensa:** Mantener una relación proactiva con los medios de comunicación a través de canales establecidos, y proveer la información de manera oportuna y transparente.
- **Gestión de la información:** Establecer mecanismos que permitan contar con información y datos oportunos, visibilizando en los canales oficiales a disposición de la ciudadanía, para facilitar la comprensión, valorización y reconocimiento a la institución.
- **Gestión de redes sociales:** Administrar y mantener actualizadas las plataformas oficiales del MEF, garantizando su uso como canales de comunicación bidireccional, que faciliten el contacto directo y permanente con la ciudadanía.
- **Gestión de campañas comunicacionales:** Desarrollar campañas y piezas comunicacionales en diferentes formatos y medios, para los diversos públicos, atendiendo las prioridades temáticas y objetivos institucionales.

- **Gestión de vocería, interlocución y articulación institucional:** Orientar los mecanismos de vocería institucional, desarrollar acciones de cabildeo y enlace con las diferentes instancias de comunicación del Estado.
- **Gestión de la participación ciudadana:** Promover y articular la participación de los diferentes actores sociales, políticos, culturales y económicos en las políticas públicas, generando espacios, canales y metodologías apropiadas.
- **Gestión de la receptividad institucional:** Medir el impacto de las acciones en la ciudadanía, estableciendo espacios y canales para la participación, reunir las quejas, reclamos y sugerencias, con su respectivo seguimiento y devolución.
- **Gestión del conocimiento:** Realizar diagnóstico y análisis del impacto de las acciones comunicacionales, para plantear la actualización de la estrategia de comunicación.
- **Gestión de la comunicación en crisis:** Realizar el monitoreo de los medios, el análisis de las informaciones y proveer información clave a las autoridades, alertando sobre situaciones que podrían desencadenar una crisis institucional y activar de manera inmediata el comité para la resolución del conflicto.

La gestión de la comunicación institucional requiere la planificación sistemática de sus acciones, a fin de identificar y definir procesos, niveles de responsabilidad y mecanismos de seguimiento y control. En este marco, el MEF establecerá un **Plan de Comunicación Institucional**, alineado a los planes institucionales, que oriente, articule y evalúe las acciones comunicacionales.

VI. Planificación de la Comunicación Institucional

Con el objetivo de establecer las mejores estrategias que promuevan una comunicación asertiva, participativa, plural y transparente, mediante el uso eficiente de las distintas formas de comunicar, se implementa un **Plan de Comunicación Institucional (PCI)**, que deberá ser evaluado y actualizado periódicamente.

Este documento debe estar alineado al Plan Estratégico Institucional, del cual se deberá desprender el Plan Anual de Comunicación Institucional según la [Resolución 278/2020](#), requerimiento establecido por el ente rector en materia de comunicación en las instituciones públicas. En su elaboración debe incluir los siguientes elementos:

1. **Análisis del entorno:** Evalúa los principales factores externos que afectan a la institución, fortalezas y debilidades, y factores internos para identificar oportunidades y amenazas.
2. **Objetivos de Comunicación:** Define las metas que se desean alcanzar. Las mismas deben ser claras, medibles y alineadas con los objetivos estratégicos de la institución, garantizando así una comunicación efectiva y eficiente. Esta definición establecerá el tipo de comunicación:
 - 2.1 **Informar:** Proporcionar información precisa y actualizada a los diferentes públicos.

2.2 Persuadir: Influir en las actitudes y comportamientos de los diferentes públicos.

2.3 Motivar: Generar entusiasmo y compromiso entre los servidores y otros públicos.

2.4 Relacionarse: Establecer la interacción con los públicos clave.

3. Identificación del público objetivo: Ante la multiforme misión institucional, se debe contar con una identificación y definición de los públicos objetivos, que permitirá delimitar las acciones y los mensajes, incluso el canal y el medio a utilizar.

4. Mensaje a transmitir: Determinar la idea principal para no dar lugar a confusiones; la misma debe ser clara, concisa y directa. Se puede establecer un mensaje global como Ministerio, y mensajes específicos por productos o servicios, considerando lo que se está ofreciendo.

5. Estrategia de comunicación: Decidir qué métodos serán empleados, y el lenguaje conforme con el público objetivo, los canales de comunicación y la línea gráfica.

6. Acciones: Establecer la operativa a desarrollarse, actividad comunicacional y la periodicidad para el efecto. Se debe prever también el capital humano, materiales y equipos necesarios.

7. Presupuesto: Prever los costos de los recursos a ser demandados por cada acción, sean con recursos institucionales tangibles, intangibles, fuentes de financiación y costo por imprevistos.

8. Cronograma: Se debe programar el tiempo y establecer la duración de cada una de las actividades.

9. Seguimiento y evaluación: Debe comprobarse la efectividad o el impacto de las acciones, como también definir el mecanismo de seguimiento, a fin de corregirlas o ajustarlas.

El PCI debe ser el resultado de un diagnóstico participativo con los diferentes niveles y áreas. Como responsable del proceso, la Dirección General de Comunicación definirá la modalidad, la población y el público que participará como analista o informante (encuestados o entrevistados).

Desarrollo de Elementos del Plan de Comunicación Institucional

a. Identificación de Público (Grupos de interés)

La identificación de los públicos o grupos de interés facilita establecer las mejores estrategias desde la planificación, aplicación de las acciones, medición, evaluación y ajustes pertinentes.

El trabajo que desarrolla el MEF permite identificar a su público objetivo, según las acciones previstas para el cumplimiento de su misión institucional, como también aquellas normas que le otorgan atribuciones y responsabilidades.

Para una mejor visualización, se divide en dos grandes grupos: el Público a Nivel Interno y el Público a Nivel Externo. El listado no es taxativo.

Público Interno

Ministerio de Economía y Finanzas

- Alta Gerencia
- Servidores públicos
- Empleados públicos
- Servidores públicos del MEF con traslado temporal a otros OEE
- Funcionarios con traslado temporal al MEF
- Asesores

Público Externo

Organismos y Entidades del Estado

Autoridades políticas, directivos y funcionariado del:

- Poder Legislativo, Ejecutivo y Judicial
- Gobierno Central, Departamental y Municipal
- Otros Organismos
- Asesores

Organismos y agencias

- Diplomáticos
- Organismos multilaterales
- Agencias de cooperación nacional e internacional
- Organismos públicos internacionales

Gremios

- Asociación de ejecutivos, industriales, otros
- Sindicatos del sector público y privado
- Centrales obreras
- Organizaciones sociales

Usuarios de servicios

- Jubilados
- Pensionados
- Personas y Estructuras Jurídicas y Beneficiarios Finales
- Organismos sin fines de lucro (OSFL) y otros

Medios de información y comunicación

- Medios nacionales, departamentales, locales (canales de Tv, radio, impresos, digitales)
- Agencias de noticias nacionales e internacionales
- Referentes de opinión (analistas y políticos)

Comunidad académica

- Instituciones de educación superior públicas.
- Universidades públicas y privadas
- Docentes
- Estudiantes

Ciudadanía en general

b. Principales Canales de Comunicación

Para todos los casos, las acciones comunicacionales, según lo pautado con el área responsable, se podrá optar por los siguientes canales para la difusión:

- **Intranet:** Plataforma de uso interno destinada a facilitar el acceso, el intercambio y la gestión de información, sistemas y herramientas operativas del Ministerio. Su utilización está restringida exclusivamente a las personas que prestan servicio en la institución. Debe contar con protocolos de seguridad que garanticen su uso seguro y cumplir con criterios de accesibilidad, usabilidad y protección de la información, asegurando un uso equitativo, confiable y seguro de los contenidos y servicios internos.
- **Mensajería instantánea:** Es una forma de comunicación digital que permite enviar y recibir mensajes de texto, archivos, imágenes y videos en tiempo real, a través de dispositivos conectados a Internet. Estas plataformas ofrecen alternativas de comunicación como videollamadas, creación de grupos y listas de difusión.
- **Correo electrónico:** Es una herramienta de comunicación fundamental a través de la cual se puede enviar información más extensa, adjuntar archivos y personalizar mensajes.
- **Sitio web:** Está diseñado para ofrecer una experiencia de usuario intuitiva y organizada. A través del mismo se puede acceder de forma fácil y rápida a información detallada sobre la institución, como documentos normativos, servicios, historia de la entidad, noticias, y otros contenidos de interés.
- **Redes sociales:** Herramientas que facilitan la interacción de las personas a través de Internet, adaptándose a diversos dispositivos como computadoras, tabletas o teléfonos inteligentes (smartphones). Cada plataforma o aplicación tiene su propia dinámica, en cuanto al tipo de contenido que maneja. Estas plataformas facilitan acercar información a los distintos públicos de la institución, promoviendo la transparencia y participación ciudadana.
- **Central telefónica/internos:** Constituye la combinación de dispositivos software y hardware que da lugar a la operatividad de manera integrada, permitiendo las conexiones de un departamento a otro e incluso de funcionario a funcionario.
- **Carteles o tableros digitales:** Utilizando un lenguaje visual innovador, transmiten información de manera clara y concisa para el público interno, como también para el externo, en las dependencias con atención al público.
- **Boletín informativo:** Su principal objetivo es mantener a los públicos internos y externos informados sobre las actividades, logros, novedades y acciones relevantes de la organización. La institución puede transmitir información de manera periódica y estructurada, promoviendo transparencia, coherencia y compromiso.

La DGCOM establecerá la frecuencia y el procedimiento para la elaboración de los contenidos a ser difundidos a sus diferentes públicos.

c. Definición de Información que será Comunicada

El MEF garantiza el acceso y la difusión de la información generada en el ejercicio de sus funciones, estableciendo lineamientos claros para comunicarla a cada grupo de interés, de manera transparente, pertinente y oportuna, con el fin de fortalecer la confianza pública y asegurar la previsibilidad en el desarrollo económico nacional.

La información institucional se consolida bajo las siguientes categorías:

- **Normativa:** Relacionada con leyes, decretos, resoluciones, manuales y disposiciones de cumplimiento obligatorio en materia económica, fiscal y de gestión de personas.
- **Misional, operativa y organizacional:** Generada por las dependencias del MEF para la coordinación interna de los recursos institucionales, tecnología y comunicación que dan soporte técnico al funcionamiento diario del Ministerio, asegurando que la información sea un activo estratégico para la transparencia y el desarrollo del país.

La información producida y gestionada en el MEF se constituye en un bien público una vez que reúne los elementos de fondo y forma establecidos en los procedimientos oficiales. Mientras no se cumplan tales requerimientos, el funcionariado está comprometido a mantener su privacidad.

Para garantizar el resguardo de los activos de información, se establecen los siguientes criterios:

La confidencialidad de la información institucional constituye un deber funcional de todas las personas vinculadas al MEF, sin perjuicio del principio de publicidad de los actos de la administración pública.

Toda información emanada del MEF cumplirá estrictamente con las disposiciones legales que resguardan tratamiento de datos personales, el carácter reservado y confidencial de la información, respetando los tiempos, procesos y niveles de seguridad establecidos en la normativa.

Toda información en proceso de elaboración, análisis o validación tendrá carácter confidencial hasta tanto se formalice su condición de información pública. Esto incluye documentos preliminares, borradores, datos técnicos e informes en desarrollo.

Las personas que, por razón de sus funciones, accedan a información no pública deberán guardar reserva, absteniéndose de su divulgación sin autorización expresa. Este deber de discreción se extiende a la información obtenida en comités, equipos de trabajo o proveniente de terceros (personas físicas o jurídicas).

Informaciones a ser difundidas de acuerdo al tipo de público:

Público interno

- Procedimientos internos y lineamientos institucionales
- Estrategias de comunicación y planes de gestión
- Indicadores de desempeño y resultados de la gestión
- Protocolos de actuación y directrices de cumplimiento

Público externo

- Políticas y regulaciones económicas
- Proyectos de inversión pública y oportunidades de colaboración
- Resultados de estudios económicos y proyecciones
- Resultados generales de gestión y proyectos institucionales
- Programas de impacto social y económico
- Rendición de cuentas sobre recursos, beneficios y aportes
- Políticas, regulaciones y cambios normativos de interés general
- Estadísticas macroeconómicas, reportes públicos y comunicados oficiales

d. Indicadores de Cumplimiento

Las herramientas para la construcción del Plan de Comunicación Institucional serán el Plan Estratégico Institucional y el Plan Anual de Comunicación Institucional, producto del PCI. Este último documento permitirá medir el grado de avance del plan.

- **Informes de gestión:** Se establecerá medición semestral del PACI y una medición anual del PCI
- **Herramientas de medición:** Encuestas, entrevistas, grupos focales.
- **Medición de impacto:** Herramientas que ofrecen las plataformas de redes sociales.
- **Revisión y ajustes:** El documento debe ser revisado y ajustado anualmente.

e. Plan Anual de Comunicación Institucional (PACI)

El Plan Anual de Comunicación Institucional (PACI) se constituirá en la hoja de ruta que la DGCOM establecerá anualmente con el objetivo de cumplir con las metas trazadas en el Plan de Comunicación Institucional (PCI), que deberá definir y proyectarse, conforme al Plan Estratégico Institucional (PEI) y el Plan Operativo Institucional (POI).

Este planeamiento de acciones, a ser desarrollado en un ejercicio fiscal, deberá contener los mismos elementos que el PCI proyectado a un año, acorde a la normativa vigente que rige para los OEE, conforme con las disposiciones emitidas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC) en su carácter de órgano rector en materia comunicacional para el sector público.

El monitoreo y evaluación se realizará en los niveles de Comunicación Interna y Comunicación Externa.

VII. Orientaciones por Componentes

En este apartado se plantean las orientaciones generales de la gestión de la comunicación institucional y el trabajo con las diferentes reparticiones, las cuales se agrupan en cuatro componentes: 1. Comunicación Interna, 2. Comunicación Externa, 3. Comunicación Digital, 4. Análisis de la Información.

1. Comunicación Interna

La Comunicación Interna asegura la interacción comunicativa, la difusión y circulación amplia y focalizada de la información al interior de la institución, para un claro cumplimiento de sus objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos.

Promueve el trabajo colaborativo en la institución, mejora su receptividad, actitud de servicio, define y gestiona la proyección de su identidad e imagen institucional y genera visión compartida entre todos los funcionarios.

Así también, se focaliza en las personas que trabajan en la institución, a fin de contribuir con una adecuada cultura organizacional del Ministerio.

Para fortalecer los procesos internos de comunicación y garantizar la adecuada emisión y recepción de la información a través de los canales disponibles, tanto digitales como físicos, se deberá considerar la relevancia y pertinencia de los contenidos para el público interno, a fin de promover el compromiso, el sentido de pertenencia y la identidad institucional.

1.1. Información y Comunicación Interna

El proceso de información y comunicación al interior de la institución estará a cargo de la DGCOM en coordinación, principalmente, con la Dirección General de Gestión del Capital Humano (DGGCH), en todos los temas que hacen a la gestión y el desarrollo de las personas que trabajan en el MEF; así como otras áreas que tengan acciones que impacten, directa o de manera transversal en el funcionariado, con el correspondiente soporte del área de informática.

ORIENTACIONES

- La DGCOM está a disposición de las diferentes áreas, conforme con la estructura orgánica, conformación de comités, equipos o comisiones especiales que se creen para la revisión, elaboración y definición de objetivos, planes o líneas de acción para cumplir con los objetivos trazados, de acuerdo con las disposiciones legales.
- La DGCOM tiene a su cargo la publicación/socialización/difusión de informaciones en la intranet (u otro canal que se establezca), que provengan desde las diferentes áreas, coordinaciones, comités, equipos o comisiones. Las reparticiones, así como sus unidades organizativas, deberán proveer la información o datos para la elaboración del material que luego será publicado, difundido y socializado.
- Las diferentes reparticiones, comités, comisiones y equipos de trabajos, solicitarán el apoyo de la DGCOM para la cobertura o generación de acciones comunicacionales con anticipación, para optimizar los recursos institucionales. Las dependencias deberán proveer la información base que será publicada, difundida, socializada (notas, invitación, datos básicos que respondan a qué, quién/es, cuándo, dónde, cómo, para qué/por qué). A tal efecto, la DGCOM tendrá habilitado un canal para la recepción de los pedidos.
- La DGCOM trabajará en coordinación con la Dirección General de Secretaría General Institucional (DGSGI) para la socialización de actos administrativos generados y producidos para el público interno, u otra área que tenga a su cargo el registro de actos administrativos emitidos y que requieran de publicación y/o socialización.
- La DGCOM apoyará con acciones comunicacionales a la Dirección General de Gestión del Capital Humano (DGGCH) en los procesos de inducción a personas incorporadas al MEF (servidores públicos) como proceso continuo para afianzar la cultura organizacional, mejorar el clima laboral y fortalecer el sentido de pertenencia. Apoyará además en el proceso de reinducción.
- Para todos los casos, la DGCOM requerirá la designación de un responsable de la repartición que acompañará el proceso de construcción de la acción comunicacional, desde la provisión de la información hasta la evaluación del impacto o receptividad por parte del público interno.

1.2. Promoción de las Políticas del Talento Humano

Las Políticas del Talento Humano del MEF contienen directrices, lineamientos y orientaciones definidos por la alta gerencia, para los integrantes de la organización.

La comunicación es transversal y esencial para el éxito del Sistema de Gestión de Personas, ya que permite una implementación fluida, garantiza la comprensión de los procesos y fomenta la colaboración entre todos los actores involucrados.

La DGCOM apoyará con la elaboración de materiales sencillos y claros (edición y diseño) que permitan facilitar información general sobre la institución, a las personas incorporadas.

1.2.1. Inducción y Reinducción

En el caso de la inducción, se clasifica en inducción general e inducción específica. Mientras que la reinducción constituye un proceso continuo a modo de recordación de las informaciones de carácter general.

- **Inducción general:** Consiste en la presentación del plantel de funcionarios y documentos institucionales en formato impreso o digital, como también la misión, visión, valores, políticas y objetivos institucionales, manual de funciones y estructura. Esto además incluye la socialización del reglamento interno, Código de Ética, sistema de gestión de documentos y comunicación electrónica, como el uso de correo institucional, intranet, sitio web, política de uso de bienes y equipos, entre otros.
- **Inducción específica:** Es la inducción a la unidad organizativa en la cual prestará servicio la persona incorporada en su puesto de trabajo, las tareas y actividades a desarrollar para integrarse al equipo y la dinámica laboral. La inducción específica se dará al momento de producirse una movilidad interna, de un área a otra dentro del mismo Ministerio o con la incorporación de un nuevo servidor público.
- **Reinducción:** Es un proceso de actualización y refuerzo de conocimientos institucionales, desarrollado de manera articulada entre la DGCOM, la DGGCH y las demás dependencias del Ministerio, a través de los medios y mecanismos establecidos para el efecto.

1.2.2. Evaluación del Desempeño

La DGCOM apoyará a la DGGCH en la socialización de la herramienta de Evaluación del Desempeño con la edición y diseño de materiales que faciliten al funcionariado conocer y manejar la herramienta, sobre todo de interiorizarse de la importancia del cumplimiento de las tareas asignadas, al momento de la evaluación.

1.2.3. Reconocimiento a la Labor de los Servidores de la Institución

La DGCOM tendrá a su cargo la edición y diseño de los materiales para la socialización, estableciendo las acciones comunicacionales para informar sobre el reconocimiento a la labor de los funcionarios.

1.3. Promoción de los Valores Institucionales y Compromisos Éticos

La DGCOM se ocupará de difundir las decisiones adoptadas por el Comité de Control Interno Y brindará su colaboración al Comité de Ética y Buen Gobierno para la socialización y difusión de las acciones propuestas, con el objetivo de incorporar los valores y compromisos éticos en el proceso de implementación del Sistema de Control Interno.

La responsabilidad de capacitar y evaluar será de cada uno de los comités mencionados, mientras que la DGCOM apoyará con la difusión, convocatoria y otras acciones que requieran la participación del área.

1.4. Gestión Documental

La gestión documental es un proceso transversal en todas las reparticiones del MEF, atendiendo que cada unidad organizativa genera y analiza datos que en suma constituyen la información pública. Es parte del sistema de información y permite contar con la información documentada.

La DGCOM apoyará la gestión de la Dirección General de Secretaría General Institucional (DGSGI) para dar a conocer los procedimientos establecidos en la gestión documental desde la recepción, trámite, despacho, notificación y archivo de los documentos, denominados expedientes o documentos oficiales del MEF. Se dispondrá la elaboración conjunta de materiales comunicacionales destinados a socializar los protocolos que regulan los procedimientos, criterios y requisitos de los trámites y servicios del MEF.

Se trabajará de manera coordinada con todas las dependencias a fin de mantener actualizado el catálogo de trámites y servicios, y así optimizar el trabajo de las unidades organizativas, y, sobre todo, facilitar a los diferentes públicos los pasos y requerimientos necesarios, según el servicio que demanden de la institución.

1.5. Gestión de la Imagen Institucional

La imagen institucional es un conjunto de elementos construidos con elementos tangibles e intangibles desde el interior de la institución y a partir de la opinión, percepción y sentir de los diferentes públicos, a partir de la experiencia directa o indirecta con la institución.

La imagen institucional se construye a partir de la integración de elementos tangibles e intangibles, que incluyen la misión, visión y valores institucionales establecidos en las normas, la identidad visual, la calidad de los servicios y trámites ofrecidos, así como la reputación de la organización. Esta reputación se fortalece mediante la coherencia entre el mensaje institucional y la gestión, difundida a través de las acciones comunicacionales, en alineación con lo establecido por el MITIC, ente rector de la imagen país e institucional.

1.5.1. Imagen Intangible

La imagen intangible, construida al interior de la institución, resulta de la misión, visión y los valores definidos e interiorizados por cada uno de sus integrantes, impactando en el clima laboral y favoreciendo a la cultura organizacional de manera coherente, entre la acción y el discurso.

A su vez, la percepción y opinión de las personas usuarias de los servicios y de la atención brindada por el Ministerio, tanto en modalidad presencial como virtual, contribuyen de manera conjunta a la construcción de su imagen externa intangible.

La consolidación de la imagen intangible se sustenta en el cumplimiento de los objetivos institucionales, en el impacto de las acciones comunicacionales y en la experiencia de las personas que interactúan con la institución.

Para mantener una imagen institucional positiva, es necesario garantizar que los canales de contacto y atención al público estén operativos, accesibles y eficientes, permitiendo la recepción de sugerencias, opiniones y retroalimentación.

PUNTOS DE ATENCIÓN IDENTIFICADOS

- **Atención presencial:** Sucede cuando el ciudadano acude solicitando respuestas, aclaraciones, servicios u orientación para realizar trámites. Estos puntos facilitan una comunicación e interacción más efectiva con el ciudadano: recepción, oficina de acceso a la información pública, mesa de entrada.

Otros espacios que permiten la interacción son las jornadas, ferias, reuniones, capacitaciones organizadas por las diferentes reparticiones, con sus públicos específicos. Son momentos oportunos para medir la valoración de los servicios prestados.

- **Atención electrónica o virtual:** Constituyen los canales que requieren soporte de las TIC, pudiendo ser estos los correos electrónicos, mensajería instantánea e interacción de las redes sociales.
- **Atención telefónica:** Debe contar con la información suficiente para dar respuesta a las consultas, inquietudes, reclamos y otros por parte de la ciudadanía. La telefonía móvil proveída por la institución como línea corporativa, debe utilizarse solo y exclusivamente para el fin establecido.

ORIENTACIONES

- Se propondrá acciones para socializar e interiorizar la misión, visión y valores institucionales, de manera a reflejarse en el clima laboral y en la prestación de los servicios.
- Se establecerá tendrá a su cargo establecer los lineamientos para la atención directa al público, que las reparticiones deberán aplicar en la atención de forma presencial o electrónica. Para el efecto, las reparticiones identificarán la modalidad de atención que presta cada una de sus unidades organizativas.
- En coordinación con las diferentes dependencias y que cuentan con unidades de atención al recurrente, se planteará mecanismos o herramientas para medir la percepción de los usuarios de los servicios ofrecidos por la institución, los cuales serán aplicados por cada punto de atención.
- La repartición coordinará con la DGGCH actividades de inducción o reinducción al servidores públicos que tiene a su cargo la atención al recurrente.
- La DGCOM apoyará a la DGGCH en la difusión de las capacitaciones en temas actitudinales, para garantizar la prestación de un buen servicio, en especial al servidores públicos que realiza la atención, a fin de que el mismo, mediante su labor, pueda proyectar una buena imagen institucional.

1.5.2. Imagen Tangible

La imagen tangible está conformada por la identidad visual definida o establecida a partir de los lineamientos del ente rector en esta materia, que consiste en los elementos visuales distintivos que representan a la marca como el logotipo, los colores, la tipografía y los elementos gráficos asociados.

ORIENTACIONES

- Se elabora el Manual de Imagen Institucional a ser aplicado en todos los materiales producidos por las diferentes reparticiones.
- Se apoyará en la edición y diseño de materiales producidos por las dependencias de la institución, que tendrán impacto al interior y exterior de la institución.
- Se verificará las especificaciones técnicas para los materiales que lleven la identidad institucional, como banners, backdrops y backpodium, papelería, señaléticas, agendas, libros, entre otros.
- Se realizará un relevamiento de los materiales que las diferentes reparticiones tienen previsto elaborar para organizar los trabajos de edición, diseño y diagramación de los mismos, a fin de velar por la correcta aplicación de la imagen institucional.
- La edición realizada por la DGCOM se centrará en el aspecto formal, no en el contenido, por lo tanto, la dependencia que proporcione el documento debe garantizar la máxima precisión, minimizando los errores. Una vez editado, diseñado y diagramado el material, se remitirá a la repartición responsable para el visto bueno correspondiente, y posteriormente proceder a la publicación o impresión, según sea el caso.

2. Comunicación Externa

El MEF plantea la aplicación de mecanismos innovadores que permitan informar y comunicar a los diferentes públicos, de manera clara, oportuna y transparente, todas las acciones desarrolladas para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Para cumplir con su misión, todas las reparticiones del Ministerio proporcionarán información de manera precisa y oportuna, contribuyendo con insumos para la generación de contenidos comunicacionales que serán publicados y difundidos mediante los medios o canales oficiales de la institución.

2.1. Coberturas de Eventos

Contemplando la diversidad y los numerosos temas desarrollados e implementados por las reparticiones, implica y se infiere a la realización de eventos que requerirán de cobertura para registrar los mismos en diversos formatos, y proceder posteriormente a la producción de materiales.

Entre las actividades que requerirían la realización de coberturas se encuentran las reuniones internas de la alta gerencia, reuniones de la MAI con autoridades de otras instituciones, mesas de trabajos, reuniones de comités establecidos por las reglamentaciones, jornadas, talleres, cursos, participación de autoridades en eventos realizados por otras instituciones, y otras no especificadas en este listado.

ORIENTACIONES

- Se habilitará un correo institucional para la recepción del cronograma de actividades y eventos de las diferentes reparticiones, así como los programas y otras informaciones.
- Se mantendrá actualizada la agenda de eventos programados de manera a prever el personal, equipos y movilidad necesarios para el traslado hasta la sede del evento.
- En la etapa previa a la actividad, la repartición que requiera la elaboración de algún material específico para la promoción, difusión o socialización del evento, deberá remitir todos los datos e indicar el tipo de material comunicacional requerido: flyer informativo, convocatoria, invitación, gacetilla de prensa, material audiovisual, otros.
- Se priorizará la elaboración de los productos, teniendo en consideración la complejidad, el tiempo requerido para la difusión, la fecha del evento y otros datos que considere de importancia.
- La repartición designará un responsable para canalizar las consultas, realizar la verificación del material, previo a la gestión de autorización para su publicación y difusión.
- Se planteará, según el evento a desarrollarse, cuáles serán los productos comunicacionales que se registrarán (fotografías, audios, entrevistas, videos y otros).
- Se realizará la convocatoria de medios de comunicación públicos y privados, si la actividad así lo amerita.

2.2. Producción de Contenidos

Las reparticiones del Ministerio, como parte de un sistema de información, generan datos, producen informes y otros materiales tendientes a cumplir con los objetivos previstos. Estos datos constituyen insumos comunicacionales para la producción de contenido noticioso o como documento informativo a ser publicado y difundido.

La producción de contenido implica la elaboración de noticias, entrevistas, reportajes, crónicas, comunicados y otros materiales como textos para posteo en las redes sociales, sean estas en tiempo real o no.

ORIENTACIONES

- Para la producción de contenidos, la DGCOM tendrá en cuenta los lineamientos y objetivos contemplados en el PEI, enmarcado en la política pública establecida y priorizada por la administración.
- Para la elaboración de los contenidos, se priorizará la acción/resultado/ producto obtenido como logro institucional, y posteriormente el área responsable.
- En las ocasiones en que el insumo sea la declaración del Ministro, Viceministro, Gerentes o Directivos, al momento de la transcripción, la redacción se enfocará y pondrá especial atención en que el mensaje esté dentro del contexto adecuado.
- La DGCOM tendrá en cuenta al momento de elaborar los contenidos, especialmente de corte noticioso, los datos remitidos por la repartición, los cuales deben ser precisos para construir un material enriquecido.

- En la producción de los contenidos, al momento de redactar, se tendrá en cuenta que los términos utilizados no generen un impacto negativo. En los casos que sean de uso técnico y se requiera adaptar a un lenguaje sencillo, claro o una ejemplificación, se recurrirá a la repartición responsable.

2.3. Vocería Institucional

La vocería en el ámbito comunicacional es la función que se asume como miembro de una organización o una persona designada, especialmente por tener capacidad de interactuar con los medios de comunicación.

El Ministro es el principal vocero de la institución. No obstante, según el tema o el sector, serán voceros los viceministros y el Gerente General. En esta línea, es fundamental mantener una misma línea discursiva, un mensaje ordenado, claro, concreto y oportuno.

Podrán ser voceros, conforme a la delegación o designación de la máxima autoridad institucional, viceministros, gerentes y directores generales acorde a sus ámbitos de competencia, como profesionales por su especialización o responsabilidad en temas específicos.

ORIENTACIONES

- La DGCOM será la responsable del seguimiento de las intervenciones del vocero o voceros en los medios de comunicación.
- Se realizará las convocatorias a los medios de comunicación (prensa, radio, TV) cuando el vocero indique la necesidad de una conferencia de prensa.
- Se incorporará en el plan de capacitación la necesidad de entrenamiento para vocería.

2.4. Relacionamiento con los Medios de Comunicación

La relación del Ministerio con los medios de comunicación públicos y privados se basará principalmente en los principios de transparencia, objetividad entendida como veracidad, equidad y visibilidad, en el marco del respeto.

Este relacionamiento buscará mantener canales de comunicación eficientes, reconociendo el impacto de los medios en cuanto al alcance y receptividad de todos los públicos meta identificados.

ORIENTACIONES

- Se elaborará un plan de trabajo que facilite la gestión de prensa, según el tipo de medio (televisivo, radial, impreso).
- Se establecerá mecanismos que contribuyan a la sensibilización y mayor conocimiento de la misión institucional por parte de los diferentes medios, sean estos privados o públicos.
- Se mantendrá actualizada la agenda de medios, con datos de los mismos como programas, periodistas, presentadores, productores, horarios, números de teléfono y direcciones de correo electrónico para contactos, y otros datos que dinamicen el relacionamiento.
- La DGCOM será el enlace con los diversos medios y se encargará del seguimiento de las repercusiones.
- Cada dependencia del MEF deberá establecer procedimientos claros para la clasificación, procesamiento y consolidación de la información para luego remitir a la DGCOM, que se encargará de que los resultados de la gestión estén visibles para el público.

- La DGCOM es responsable de la difusión de la información elaborada y procesada por las diferentes reparticiones del Ministerio, para que el público tenga acceso a los diferentes informes, de manera ordenada, consolidada, clara, exacta y oportuna.
- Desde esta dependencia se establecerá la periodicidad para el envío de información a los medios de comunicación, que será en igualdad de condiciones.
- Se coordinará con el ministro, viceministros, gerente general y responsables de las demás reparticiones la elaboración de la agenda institucional, estableciendo los temas a compartir con los medios.
- La DGCOM será la responsable de convocar a los medios de comunicación para las coberturas de prensa, según prioridades y urgencias.
- Se presentará las prioridades de logísticas e insumos a la Gerencia General, a fin de incorporarlas en el presupuesto institucional.
- Se recibirá los requerimientos de los medios y coordinará con las autoridades y responsables de las diferentes dependencias de la institución el contacto con los medios para entrevistas, reportajes y otros, o para la provisión de la información solicitada.
- Para garantizar una mayor visibilidad de las acciones institucionales, las distintas áreas del Ministerio coordinarán con la DGCOM la planificación y ejecución de las actividades que requieran cobertura periodística de medios, facilitando la elaboración de gacetillas y otros materiales de difusión.
- La DGCOM tendrá a su cargo la cobertura y la elaboración de los contenidos informativos a ser distribuidos a los medios públicos y privados del país, una vez gestionada la aprobación.
- Se identificará las necesidades informativas que puedan surgir a partir de la presencia del Ministerio en los medios, tanto tradicionales como digitales y redes sociales.

2.5. Participación Ciudadana

El Ministerio fomentará mecanismos para la participación ciudadana como un derecho que tiene el ciudadano de participar en la gestión pública, mediante procesos que favorezcan la inclusión y la cohesión social.

ORIENTACIONES

- La DGCOM, como responsable de mantener los canales de comunicación con información actualizada, coordinará con la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia un plan para dar cumplimiento a las obligaciones de transparencia de la información pública, que tiene como beneficiarios a la ciudadanía.
- La DGCOM, en colaboración con las diferentes áreas de la institución, implementará mecanismos de participación ciudadana, desde el portal web institucional, fomentando la co-creación de políticas públicas, la transparencia y la rendición de cuentas, fortaleciendo así el vínculo entre la institución y la ciudadanía.
- Todas las reparticiones del Ministerio que intervengan en los procesos de participación ciudadana lo harán en el marco del respeto, armonía y oportunidad, con la clara convicción de brindar un servicio excelente a la ciudadanía

2.6. Información Pública

La información pública y el acceso a la misma representan un derecho fundamental para todos los ciudadanos de acceder a datos, información y documentos que se encuentran y se generan en el Estado, derecho consagrado en la Constitución, en los Convenios Internacionales y en las leyes.

El Ministerio, en su carácter de fuente pública, está sujeto a las disposiciones que establecen y reglamentan el acceso a la información pública, con la implementación de las modalidades, plazos, excepciones y sanciones correspondientes.

La **Ley N° 5189/2014** y la **Ley N° 5282/2014** y otras leyes que establecen la publicación de información en el sitio web institucional requerirán de la elaboración de protocolos y procedimientos que delimiten las responsabilidades.

ORIENTACIONES

- La DGCOT coordinará con DGAT un cronograma para la actualización y difusión de las informaciones que deben ser publicadas en la web institucional, en cumplimiento de la ley de acceso a la información pública y transparencia gubernamental, así como su actualización.
- La DGCOT incluirá en su plan de comunicación institucional acciones que permitan dar cumplimiento a lo dispuesto en la ley respecto a la difusión y publicidad de la información pública, así como los mecanismos para realizar las solicitudes de acceso a la información pública cuando esta no sea remitida.
- La DGCOT no será responsable de la publicación fuera del plazo legal de la información en la web institucional, fuera en los plazos establecidos en las normas; a fin de evitar situaciones que afecten a la imagen institucional. En este sentido, la DGAT será responsable de solicitar los documentos a las reparticiones pertinentes, y su posterior remisión a la DGCOT.
- Las reparticiones del Ministerio son responsables de mantener actualizado el apartado de marco legal de sus unidades organizativas, conforme a lo dispuesto en la Ley N° 5282/2014.
- La DGCOT será la responsable de la publicación de los documentos, en cumplimiento de lo establecido en las leyes y sus reglamentaciones, y mantener su ordenamiento en el sitio web institucional.

2.7. Relacionamiento con los Organismos y Entidades del Estado

La articulación interinstitucional, es decir, el relacionamiento con los OEE, tiene como objetivo vincular al Ministerio con las instituciones públicas del país, por mandato de las leyes. Debido a los diversos temas a su cargo, tiene por finalidad optimizar acciones, las cuales inciden directamente en la ciudadanía, generando valor público.

La misión del Ministerio abarca una variedad de temas, compromisos y responsabilidades asignadas y atribuidas por las leyes, muchas de las cuales tienen como público específico a las instituciones de los tres Poderes del Estado y los tres Niveles de Gobierno, de la administración central, descentralizada y local.

ORIENTACIONES

- Para garantizar una comunicación estratégica y eficiente, las distintas áreas del Ministerio compartirán con la DGCOT un registro detallado de sus colaboraciones interinstitucionales. Esta información permitirá diseñar acciones de comunicación que fortalezcan los vínculos entre las diferentes entidades y mejoren la visibilidad de las acciones gubernamentales.

- Las diferentes dependencias del Ministerio proveerán a la DGCOM de información sobre sus actividades conjuntas con otras instituciones, facilitando una coordinación estratégica de la comunicación y asegurando un mensaje coherente y efectivo.
- La DGCOM se articulará con las áreas de comunicación que integran el Equipo de Comunicadores del Estado (ECOE), coordinado por el MITIC, para todas aquellas acciones de comunicación que permitan optimizar la gestión institucional en el cumplimiento de las obligaciones.

2.8. Relacionamiento con los Organismos y Agencias Internacionales

El MEF, por su naturaleza y las atribuciones que tiene, requiere una especial atención al momento de definir las acciones comunicacionales con las organizaciones y agencias internacionales o cooperantes.

ORIENTACIONES

- Todas las reparticiones del MEF son responsables de proveer a la DGCOM el listado de las cooperaciones con agencias y organismos internacionales, el cual deberá contener información respecto a la naturaleza, misión, objetivo, acciones financieras, tipo de apoyo, y otros datos que faciliten precisar las acciones comunicacionales y la generación de materiales informativos.
- El Viceministerio o área encargada de la gestión de cooperaciones con agencias y organismos internacionales suministrará los compromisos y acuerdos vigentes, con el fin de definir las acciones comunicacionales y asegurar el cumplimiento de las disposiciones legales en la materia.
- Las distintas dependencias del Ministerio proporcionarán a la DGCOM información detallada sobre sus actividades conjuntas con organismos internacionales, lo que permitirá coordinar la comunicación con estos organismos, y con ello, se garantizará una mayor visibilidad.

3. Comunicación Digital

Reconociendo el potencial de las plataformas digitales para llegar a públicos diversos, el Ministerio implementará una estrategia de comunicación digital integral. A través de esta estrategia se establecerán canales de diálogo directo con la ciudadanía, para fomentar la participación y fortalecer la transparencia en la gestión pública.

Mediante el empleo de las plataformas digitales, el Ministerio se posiciona a la vanguardia de la comunicación gubernamental, ofreciendo información actualizada y promoviendo la interacción con la ciudadanía.

3.1. Sitio Web Institucional

El sitio web institucional es el principal canal de comunicación del Ministerio, constituye una fuente confiable y actualizada de información para los ciudadanos.

A través del portal web, el Ministerio busca fortalecer el vínculo con la población, facilitando el acceso a la información y los servicios públicos. Por ello, ofrece una amplia gama de servicios en línea y facilita la comunicación bidireccional, fomentando la participación ciudadana.

ORIENTACIONES

- La DGCOM es responsable de mantener el orden y la coherencia del sitio web institucional, en relación con la imagen y líneas gráficas, clasificación de las informaciones y documentos a publicar.

- Tendrá el rol de administrador para la generación de plantillas predeterminadas a ser utilizadas por las reparticiones que requieran contar con un espacio en el sitio web.
- Estará a su cargo mantener la interface entre los sitios web que fueron creados, previo a la existencia del MEF.
- Será la responsable de procesar las solicitudes de publicaciones de contenidos en la web institucional, que sean producidos y actualizados por otras reparticiones del Ministerio.
- Será la única dependencia ministerial con el rol de publicar informaciones en la sección de noticias del sitio web institucional.
- Habilitará un correo para la recepción de las solicitudes de publicación en la web institucional.
- Establecerá los lineamientos para los documentos a ser publicados en la web del MEF, teniendo en consideración, según el formato, la claridad de los datos, legibilidad de los documentos y la correcta aplicación de la imagen institucional. La información y datos contenidos en los documentos serán responsabilidad de las reparticiones que soliciten la publicación de los mismos en la web de la institución.
- Las reparticiones que requieren publicar información o documentos en la web institucional deberán remitirlos a la DGCOM con el tiempo suficiente que permita la verificación previa, a fin de proceder a los ajustes que correspondan.
- Las reparticiones con la misión de proveer información para su publicación en la web institucional, en cumplimiento de las disposiciones legales, deberán remitirla al menos 5 días antes de la fecha límite establecida en la norma, a efectos de preservar los intereses institucionales.
- Para garantizar una imagen institucional unificada y facilitar la navegación de los usuarios, todas las reparticiones con sitio web vinculado o enlazado a la web institucional del MEF deberán adoptar la misma línea gráfica, priorizando la claridad, la accesibilidad y la coherencia visual.
- Las reparticiones que tienen a su cargo la elaboración de informes a ser publicados deben seguir los criterios establecidos por la DGCOM respecto al orden, claridad y aplicación correcta de la imagen institucional.

3.2. Redes Sociales

Las redes sociales se han consolidado como herramientas esenciales para la comunicación y la interacción en la era digital. Consciente de esta realidad, el MEF utiliza estas plataformas para establecer un canal directo con la ciudadanía, con el objetivo de informar, como también de conocer y responder a sus inquietudes. De este modo, se difundirá información sobre la gestión de la institución, fortaleciendo la imagen de la misma como una entidad moderna, innovadora y comprometida con el servicio a la ciudadanía.

ORIENTACIONES

- La DGCOM es responsable de coordinar el uso de las redes sociales en las que el MEF tenga cuentas oficiales. Para habilitar una cuenta en una nueva plataforma social a nombre del Ministerio, se realizará un análisis previo de la pertinencia, a fin de garantizar que ello contribuya al logro de los objetivos comunicacionales, siempre siguiendo los lineamientos establecidos en la normativa vigente.

- Las cuentas de redes sociales utilizadas por el Ministerio deberán reunir las características que las identifiquen como cuenta oficial.
- Se gestionará las cuentas de cada plataforma considerando las características propias de cada red social y el público objetivo.
- Se solicitará a la instancia pertinente la adquisición de equipos tecnológicos (notebooks, tablets, teléfonos móviles, cámaras, software, etc.) que garanticen el cumplimiento de los más altos estándares de calidad y seguridad en la gestión de contenidos.
- La DGCOM es responsable de asignar los roles y permisos de acceso y gestión de contenidos en cada plataforma donde el Ministerio tenga presencia, con el objetivo de asegurar un manejo seguro, eficiente y alineado a las políticas institucionales.
- Establecerá normas claras de confidencialidad y seguridad de la información en la administración de las cuentas del MEF en plataformas sociales. Cada responsable de la administración de las cuentas oficiales deberá firmar un compromiso de confidencialidad, garantizando que no revelará información sensible ni utilizará las plataformas para fines personales o fuera del ámbito de la misión institucional.
- La DGCOM tendrá a su cargo la presentación de los informes referentes al impacto que tienen las publicaciones en las diferentes plataformas.
- Promoverá la capacitación de los funcionarios que administran las cuentas del MEF en redes sociales, asegurando que cuenten con los conocimientos y habilidades necesarios para gestionar las cuentas de manera efectiva y segura.
- La DGCOM propondrá los protocolos de usos, manejo y seguridad en línea con los lineamientos que emita el MITIC respecto a las plataformas de redes sociales, los cuales serán aprobados mediante acto administrativo.

3.3. Diseños de Materiales Gráficos

La producción de materiales gráficos es un proceso estratégico que va más allá del diseño, implica la creación de piezas visuales que, adaptadas a cada público objetivo y al canal de difusión, transmitan de manera clara y concisa los mensajes institucionales, contribuyendo al logro de los objetivos del MEF.

ORIENTACIONES

- La DGCOM coordinará los proyectos gráficos a solicitud de las reparticiones que requieran la producción de líneas gráficas, cualquiera sea el formato y soporte, los que se ajustarán a la imagen institucional y a las directrices de la imagen de gobierno.
- Se encargará de aplicar correctamente la imagen institucional en los materiales, siguiendo las directrices del ente rector y los requisitos de organismos y agencias de cooperación.
- Al desarrollar estos materiales gráficos, ya sean impresos o digitales, garantizará que los contenidos sean comprensibles y coherentes, y que se ajusten a los diversos canales de comunicación disponibles.
- Propondrá, según la magnitud del material a producir, un procedimiento para la validación y aprobación de los contenidos gráficos.

- La DGCOM tendrá a su cargo el diseño de las publicaciones que requiera el Ministerio en los espacios de los medios impresos, conforme lo establecen las normativas.
- La DGCOM, como responsable de la correcta aplicación de la imagen institucional y la línea gráfica, deberá aprobar todo material producido en las diferentes reparticiones.

3.4. Banco de Imágenes

Es una plataforma digital que permite almacenar, organizar y gestionar una amplia colección de fotografías, ilustraciones, gráficos y otros recursos visuales a ser utilizados para diversos fines, como en la elaboración de materiales gráficos, publicaciones, presentaciones, sitios web y campañas de difusión.

ORIENTACIONES

- La DGCOM implementará un banco de imágenes en la web institucional para facilitar al usuario el acceso rápido y eficiente a contenido visual de alta calidad sobre el MEF.
- Contará con un archivo fotográfico de alta calidad, accesible en la web, que permitirá la búsqueda y localización de imágenes de manera eficiente, organizadas por evento, fecha, mes y año.
- La cobertura fotográfica es una actividad que compete a la DGCOM, con el objetivo de contar con un archivo de imágenes de las actividades desarrolladas por las distintas reparticiones y sus respectivas unidades organizativas, cumpliendo con estándares de calidad.
- Las tomas fotográficas de las actividades que no contaron con la cobertura de la DGCOM, tanto al interior como al exterior de la institución, deberán reunir las siguientes características para su utilización:
 - Reflejar el contexto del entorno del protagonista (paseo/ panorámica).
 - Mostrar la actividad desde diferentes ángulos.
 - No ser realizadas con filtros y tampoco aplicarles retoques.
 - Deben enviarse a la DGCOM como documento, para evitar pérdida de calidad.

3.5. Producción de Materiales Audiovisuales

Los materiales audiovisuales son herramientas versátiles que permiten adaptar los mensajes a diferentes públicos y canales de distribución. Su capacidad para combinar elementos visuales y auditivos los convierte en una herramienta poderosa para comunicar ideas complejas de manera simple y efectiva.

A través de los materiales audiovisuales, se puede transmitir mensajes complejos, facilitando la comprensión y la retención de información.

ORIENTACIONES

- La DGCOM gestionará ante la instancia pertinente el equipamiento para la producción de materiales audiovisuales (equipos, software de edición, otros).
- Tendrá a su cargo la coordinación de toda producción de materiales audiovisuales por iniciativa o a solicitud de las reparticiones.

- Al contar con una solicitud de un material audiovisual, tendrá a su cargo la elaboración del guión, el cual será consensuado con la repartición solicitante, como también para establecer el plan de producción.
- Todos los detalles de la postproducción, entiéndase la manipulación del material audiovisual, imagen, sonido, música, color y mezcla final de todos estos elementos, estará a cargo de la DGCOM.
- La DGCOM coordinará con la repartición involucrada la validación del producto audiovisual para su posterior difusión.

4. Monitoreo y Análisis de la Información

El análisis de la información implica la realización del monitoreo de los medios de comunicación, que repliquen las informaciones emitidas por el MEF, así como las publicaciones de informaciones que atañen a la gestión institucional, de manera directa o transversal.

El cumplimiento de este proceso se constituye en una de las fuentes para la gestión del conocimiento y viceversa.

4.1. Monitoreo de Medios

Para el monitoreo se tendrán en cuenta los medios de información, portales de agencias de noticias, noticieros, programas televisivos y radiales, con el objetivo de identificar las tendencias en la agenda de los medios.

Se incluirán en el monitoreo las redes sociales, como canal directo para medir la percepción ciudadana sobre un determinado tema o temas en discusión, y así estar al pendiente de las tendencias.

Además, deberá incluirse los portales web de las agencias de noticias, tanto nacionales como internacionales, así como las webs de los actores claves en los procesos que desarrolla el Ministerio, para el cumplimiento de su misión.

ORIENTACIONES

- La DGCOM tiene a su cargo la realización del monitoreo de los medios a nivel nacional, con el fin de medir la presencia institucional a partir de las noticias emitidas desde la institución.
- Se incluirá en el monitoreo a medios de noticias internacionales especializados en los temas que hacen a la misión del Ministerio.
- Se emitirá al menos un resumen del monitoreo de medios (clipping) por día, o la cantidad requerida, el cual será compartido con la MAI e integrantes de la alta gerencia.
- El reporte del monitoreo incluirá las principales noticias de los medios, editorial y otras que mencionen algún tema relacionado a la misión del Ministerio o guarde relación con actores claves.
- La DGCOM habilitará el correo para la solicitud de monitoreo sobre temas específicos por parte de las reparticiones.
- Realizará el seguimiento del impacto que genere la participación o intervención de las autoridades del Ministerio en los diferentes medios.

4.2. Análisis de la Información

Tomar decisiones rápidas, con base en información, es crucial para todo organismo y el Ministerio, como rector de políticas públicas, con mayor razón precisa del análisis de percepciones significativas que se refieran a su desempeño.

El análisis de la información permite procesar los datos, teniendo en cuenta las variables y barajando los diferentes escenarios desde la recopilación hasta la toma estratégica de decisiones.

ORIENTACIONES

- La DGCOM propondrá el protocolo para la realización del análisis de la información, definiendo el método para examinar y presentar percepciones que faciliten la toma de decisiones comunicacionales por parte de las autoridades, como también los tipos de análisis.
- Uno de los análisis que se deberá presentar será de las noticias que se refieran a la misión institucional, aplicando una valoración de alerta, permitiendo de esa manera sugerir las acciones comunicacionales para cada caso.
- La DGCOM, a partir del análisis de las noticias identificadas con impacto en la gestión institucional en los portales de medios de comunicación locales o internacionales, planteará según cada caso una acción comunicacional, en coordinación con la repartición involucrada en el tema.
- Al identificarse una noticia cuya información amenaza con desacreditar la imagen institucional, la DGCOM comunicará de manera inmediata a la MAI y a integrantes de la alta gerencia para evaluar la pertinencia de activar el Comité de Control de Crisis.
- La DGCOM elaborará informes periódicos de la presencia del Ministerio en los medios de comunicación y el impacto de las acciones desarrolladas, en cumplimiento de los objetivos trazados, conforme a su misión.

VII. Presentación de Informes y Rendición de Cuentas

El MEF, por su naturaleza, tiene la obligación de presentar informes según los plazos establecidos en la Constitución, las leyes y otras disposiciones, así como rendir cuentas a la ciudadanía a través de medios apropiados para proporcionar información comprensible de alcance masivo y permanente sobre el manejo de los recursos públicos, los resultados e impacto de su gestión.

ORIENTACIONES

- DGCOM apoyará al Comité de Rendición de Cuentas al Ciudadano (CRCC) en todo lo relacionado con las acciones comunicacionales que se establezcan en el Plan de Rendición de Cuentas al Ciudadano.
- La DGCOM trabajará coordinadamente con el para establecer un cronograma que permita la edición, diseño y diagramación del producto comunicacional a ser socializado en el marco de la Rendición de Cuentas Institucional. La pieza comunicacional (informe, video u otro) debe contar con la aprobación del Comité antes de ser publicado.

- La DGCOM solicitará a las diferentes reparticiones los compromisos establecidos en las normas con relación a la presentación de informes. En las solicitudes, se tendrá en cuenta: denominación del informe, marco legal - jurídico, cronograma de presentación, instancia a quién se presenta el informe, requerimiento de edición, diseño y diagramación del material, establecer el formato (digital - impreso).
- Se elaborará un plan de trabajo, con el insumo provisto por las reparticiones, con propuestas de acciones comunicacionales, según la finalidad de cada informe.
- Se trabajará con el área de Protocolo del Ministerio en una guía para la realización de Audiencias Públicas, estableciendo en ella todos los aspectos en la materia.
- La Audiencia Pública estará a cargo del CRCC, instancia que será responsable de la planificación, desarrollo y evaluación del evento, mientras que la DGCOM tendrá a su cargo todas las acciones comunicacionales y el correspondiente monitoreo para conocer el impacto del informe y rendición de cuentas realizado.

VIII. Gestiones Transversales

Campaña de Comunicación

La campaña de comunicación implica la realización de una serie de actividades planificadas, utilizando varios canales de comunicación a partir de la definición del objetivo, sea este instalar un servicio, un tema, o una acción dirigida a un público.

El área de Comunicación, en equipo de trabajo o a solicitud de una repartición que requiera instalar un servicio o un tema, podrá plantear una campaña de comunicación de costos mínimos. Ello implica que todo el proceso será desarrollado por los profesionales y técnicos de la DGCOM, quienes utilizarán los canales institucionales para el efecto.

Para la realización de una campaña de comunicación que requiera la contratación de una agencia o productora la DGCOM intervendrá en la elaboración del término de referencia, bases y condiciones, o el pliego de la convocatoria, según sea el requerimiento de la fuente de financiación. También cumplirá un papel fundamental en la construcción y aprobación de los mensajes y materiales, cuidando que los mismos estén en línea con la misión, visión, valores e imagen institucional.

Todas las campañas se plantearán conforme a lo dispuesto en las normativas emitidas por el ente rector para el Poder Ejecutivo, la disponibilidad presupuestaria según fuente de financiación e involucrando al área responsable del tema.

Receptividad Institucional

El crecimiento y fortalecimiento institucional dependen principalmente de la satisfacción de sus integrantes, es decir, de las personas que brindan sus servicios en la institución. Estas personas tienen una percepción que influye directamente en su nivel de satisfacción con la organización.

Un aspecto clave a consolidar y afianzar en la institución es la aceptación y el reconocimiento por parte de sus diversos públicos, lo que implica la legitimación de los mismos en los distintos ámbitos en los que interviene. En el caso del Ministerio, podemos identificar dos grandes grupos:

- **Público Interno:** Este grupo está formado por las unidades de los organismos y entidades del Estado que actúan como el brazo ejecutor de las políticas, programas y herramientas que el Ministerio emite, en cumplimiento de las normativas y atribuciones que le corresponden. Este grupo también puede ser considerado parte de la administración pública.
- **Público Externo:** Comprende a todos aquellos que no pertenecen al sector público, como la sociedad civil organizada, asociaciones, comités, grupos sectoriales, gremios, grupos privados, sector empresarial y ciudadanía en general.

Un grupo estratégico adicional lo componen las agencias y organismos internacionales, cuya relación con la institución puede tener diferentes modalidades, tales como: observación, medición de gestión, calificación, inversión, entre otros.

Para cada uno de estos grupos se pueden aplicar mecanismos y herramientas de medición, según la situación y objetivo específicos. Algunas de estas herramientas incluyen encuestas, entrevistas individuales, grupos focales, análisis de comentarios, buzón de quejas y reclamos, entre otras, todas ellas con criterios establecidos.

La DGCOM, en coordinación con otras dependencias, según corresponda, es responsable de aplicar las herramientas adecuadas para medir la receptividad institucional por parte de los diversos públicos y actores estratégicos.

Los objetivos de estas mediciones pueden incluir conocer la efectividad de los canales de comunicación, evaluar el impacto de las acciones comunicacionales, medir la eficiencia en la prestación de los servicios, valorar la percepción de los públicos sobre el servicio recibido, y analizar la accesibilidad a los sistemas o trámites en línea, entre otros aspectos definidos por las reparticiones involucradas.

Además, la DGCOM incorporará en su Plan de Comunicación Institucional la realización de encuestas y mediciones de percepción para evaluar el grado y alcance de las acciones comunicacionales desarrolladas e implementadas.

A partir del análisis y sistematización de los datos obtenidos a través de los instrumentos aplicados, la DGCOM podrá formular y proponer acciones de mejora para la gestión de la comunicación institucional. En caso de que se identifiquen áreas de mejora en las reparticiones evaluadas, estas podrán recibir el apoyo necesario para implementar las acciones de comunicación correspondientes.

Buzón de Sugerencias

El buzón de sugerencias es un canal diseñado para recabar opiniones, recomendaciones, quejas y reclamos de los diferentes públicos, tanto internos como externos.

Esta herramienta, que facilita la retroalimentación, contribuye a la mejora continua de los procesos y servicios del Ministerio.

ORIENTACIONES

- La DGCOM establecerá el procedimiento para la gestión del buzón de sugerencias, el cual será electrónico, adaptado a las necesidades y el contexto. Se identificará claramente a las áreas responsables de recibir, verificar, clasificar, gestionar y hacer el seguimiento de las sugerencias, quejas y reclamos recibidos a través de este canal.
- Además, será la encargada de implementar el buzón de sugerencias para el público interno, asegurando la inducción y reinducción sobre los objetivos y el funcionamiento adecuado de esta herramienta. De igual forma, se desarrollará un buzón electrónico dirigido al público externo, el cual estará disponible a través del portal web institucional.
- Este sistema permitirá una gestión eficaz de la retroalimentación, garantizando la transparencia, la mejora de los servicios y la atención a las necesidades de los diversos públicos de la institución.

IX. Comunicación en Tiempo de Crisis

La gestión de la comunicación en tiempo de crisis es un conjunto de acciones estratégicas y coordinadas que buscan mitigar el impacto de eventos adversos, proteger la reputación institucional y restaurar la confianza de los públicos a través de una comunicación clara, transparente y oportuna.

Para definir cuándo una crisis o un tema que potencialmente puede suscitar una situación que afecte la reputación institucional se establece la siguiente precisión:

- **Crisis:** Es una situación o evento inesperado que genera una amenaza significativa para la reputación, credibilidad o imagen de una organización. Puede estar relacionada con problemas internos (errores operativos, fallas en procesos) o externos (ataques mediáticos, desastres naturales, accidentes).
- **Rumor:** Información no verificada que circula entre el público y que puede generar confusión o desconfianza. Aunque un rumor no siempre desemboca en una crisis, si no es gestionado adecuadamente, puede escalar y convertirse en una crisis pública.

La comunicación en tiempos de crisis debe ser gestionada con rapidez y transparencia en la respuesta. El manejo adecuado de la información puede convertir una crisis en una oportunidad para demostrar responsabilidad y compromiso institucional. Al mismo tiempo, la falta de control puede tener consecuencias negativas para la reputación y la confianza pública.

ORIENTACIONES

- La DGCOM identificará los temas que podrían generar una situación de crisis, ya sean estas producidas desde el interior o impacten por situaciones externas, a través del sistema de monitoreo y análisis de la información.
- Además, el sistema implementado deberá permitir la identificación de los grupos de interés afectados (autoridades, funcionarios, medios de comunicación, etc).
- La identificación temprana de los temas de potencial crisis, permitirá a la DGCOM proponer medidas necesarias para mitigar sus posibles efectos.

- La DGCOM contará con un protocolo de actuación ante los temas de potencial crisis, a través del cual contemplará evaluar la magnitud del problema.
- Una vez evaluado el alcance y el impacto en la credibilidad institucional, así como las posibles repercusiones en la reputación e imagen del Ministerio, la DGCOM deberá determinar si es necesario emitir una respuesta inmediata o, en su defecto, elevar el caso a consideración de la MAI y la alta gerencia, para una acción más amplia con intervención del Comité de Control de Crisis.
- En caso de que la MAI determine la necesidad de instalar el Comité de Control de Crisis, designará a sus integrantes, quienes deberán estar acompañados de forma obligatoria por los responsables o profesionales de las áreas jurídica, anticorrupción y comunicación.
- DGCOM elaborará un Manual de Gestión de la Comunicación en situaciones de crisis del MEF.

X. Consideraciones Generales

- Identificar temas transversales relevantes para la institución que necesitan de abordaje comunicacional, mediante un diagnóstico, considerando objetivos estratégicos y contexto.
- La DGCOM imprimirá los trámites para dar cumplimiento a las Normas de Requisitos Mínimos que se establece en el Componente de Comunicación, y apoyará la implementación.
- La DGCOM aplicará recomendaciones para la incorporación del lenguaje inclusivo en su gestión.
- Toda información que no sea de dominio público y que, por su naturaleza, requiera protección para evitar su divulgación y a la que se tenga acceso en el desempeño de las funciones, deberá ser tratada con confidencialidad.
- La DGCOM, tomando como referencia los objetivos trazados en la planificación de la comunicación institucional, elevará a consideración de la Gerencia General las necesidades reales y objetivas del área, las cuales tendrá en cuenta al momento de analizar las prioridades para la elaboración del Plan Anual de Contrataciones (PAC).
- A solicitud de la DGGCH, presentará su necesidad de asignación de personal, fundamentando la importancia de contar con la dotación óptima de técnicos y profesionales en el área.
- Como responsable de la comunicación institucional, tendrá participación en los procesos de definición, diseño, elaboración y evaluación de posibles campañas comunicacionales.
- La DGCOM tendrá a su cargo la revisión y actualización del Manual de Comunicación Institucional, siempre alineados a la misión, visión, valores y políticas, como también a los objetivos trazados.

Esto permitirá la comprobación de la efectividad y la eficacia de las acciones implementadas, de modo a que provean un sustento en caso de que sea necesario impulsar o redireccionar ajustes durante la implementación de las políticas, y orientar las acciones de mejoramiento.