Poder Ejecutivo
Ministerio de Urbanismo, Vivienda y Hábitat
Resolución N° 2105

POR LA CUAL SE DEJA SIN EFECTO LA RESOLUCIÓN N° 827 DEL 27 DE DICIEMBRE DE 2018 Y SE APRUEBA EL MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN - 4TA. VERSIÓN Y EL MANUAL DE CRISIS Y VOCERÍA DEL MINISTERIO DE URBANISMO, VIVIENDA Y HÁBITAT.

Asunción, 15 de octubre de 2021.

VISTO: El Memorándum MDMECIP 126-2021 del 28/09/21; las Resoluciones N°s 827 del 27/12/18, 1548 del 10/09/19 y 162 del 08/02/21; el Dictamen DIDI N° 1261/2021 del 30/09/21; la Ley N° 6152/18; y,

CONSIDERANDO: Que, Memorándum MDMECIP 126-2021 del 28 de setiembre de 2021, la Dirección de MECIP dependiente de la Dirección General de Control Interno, manifiesta: *"...solicitar Dictamen Jurídico previo a la Resolución para la utilización de los Manuales de Políticas de Comunicación y de Crisis y Vocería. Cabe destacar que ya se contaba con un Manual Estratégico de Comunicación Segunda Versión aprobado por Resolución 827 del 27/12/2018 siendo este modificado previo análisis y la primera versión del Manual de Crisis y Vocería. Participaron de la Reunión convocada representantes de la Dirección de Comunicación, del MECIP y de DIDO. Se adjunta el Acta de la Reunión mantenida con la Dirección de Comunicación donde figuran todos los temas tratados, los responsables y las fechas consignadas para su cumplimiento... ".*

Que, por Dictamen DIDI N° 1261/21 del 30 de setiembre de 2021, la Dirección General Jurídica y Notarial manifiesta "*...en atención a las consideraciones expuestas y en virtud de lo establecido por la Ley N° 6152/2018 "Que crea al MUVH" y la Resolución N° 752/21, esta Dirección de Dictámenes concluye que corresponde: 1. Dictar acto administrativo que apruebe los Manuales de Comunicación y de Crisis y vocería, conforme al documento adjunto al Memorando MDMECIP N° 126/2021 dejando sin efecto la Resolución N° 827 del 27/12/2018 "QUE APRUEBA EL MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 3RA. VERSIÓN*".

Que, por Resolución N° 827 del 27 de diciembre de 2018, se dispuso: "*Art. 1°) APROBAR el Manual Estratégico de Comunicación – 3° Versión, del Ministerio de Urbanismo, Vivienda y Hábitat, el cual se adjunta como Anexo a la presente resolución.... ".*

Que, por Resolución N° 162 del 8 de febrero de 2021, por la cual se modifica la Resolución N° 1889 del 5 de noviembre de 2019, en lo que respecta a la Conformación del Equipo Técnico MECIP (ETM).

Que, el Art. 8° de la Ley N° 6152/2018 dispone: *"El Ministro de Urbanismo, Vivienda y Hábitat (MUVH), es la máxima autoridad institucional. En tal carácter es el responsable de la dirección y de la gestión especializada, técnica, financiera y administrativa de la Entidad, en el ámbito de sus atribuciones legales, asimismo, ejerce la representación legal del Ministerio".*

Por tanto, en ejercicio de sus atribuciones legales,

El Ministro de Urbanismo, Vivienda y Hábitat
Resuelve:

Art. 1°) **DEJAR** sin efecto la Resolución N° 827 del 27 de diciembre de 2018.

Art. 2°) **APROBAR** el Manual Estratégico de Comunicación – 4ta. Versión y el Manual de Crisis y Vocería, que forman parte del Anexo I y II de la presente Resolución, conforme al Memorándum MDMECIP 126-201 del 28 de setiembre de 2021 y al Dictamen DIDI N° 1261/2021 del 30 de setiembre de 2021.

Art. 3°) **ENCOMENDAR** a la Dirección General de Control Interno la implementación y el efectivo cumplimiento de los Manuales aprobados, conforme se establece en la presente Resolución.

Poder Ejecutivo
Ministerio de Urbanismo, Vivienda y Hábitat
Resolución N° 2105

POR LA CUAL SE DEJA SIN EFECTO LA RESOLUCIÓN N° 827 DEL 27 DE DICIEMBRE DE 2018 Y SE APRUEBA EL MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN - 4TA. VERSIÓN Y EL MANUAL DE CRISIS Y VOCERÍA DEL MINISTERIO DE URBANISMO, VIVIENDA Y HÁBITAT.

Asunción, 15 de octubre de 2021.

Art. 4°) **DISPONER** la publicación de la presente resolución en la página web institucional.

Art. 5°) **COMUNICAR** a quienes corresponda y cumplido, archivar.

ANGÉLICA ROCÍO SEGOVIA MEDINA
Encargada de Despacho
Secretaría General

CARLOS ALBERTO PEREIRA OLMEDO
Ministro

Ac/cr

ANEXO II A LA RESOLUCIÓN N° 2105 del 15/10/2021

TAVAPY ÑEMOHENDA,
OGA'APO HA TEKOHA
Moresondéha
Ministerio de
URBANISMO,
VIVIENDA Y HÁBITAT

TETÃ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL

Paraguay de la gente
Paraguái tetãyguára mba'e

— MUVH —

MANUAL DE CRISIS Y VOCERÍA

2021

Índice.....2

Introducción.....3

1- Tipos de crisis posibles.....4
2- Etapas previas de una crisis.....4
3- Fuentes de origen de una crisis.....5
4- Comité de crisis.....5
5- Pasos para una gestión de crisis y puntos a tener en cuenta.....5
6- Niveles de crisis.....6
7- Productos del MUVH.....6
8- Comunicación Interna.....6
9- Seguimiento de la crisis.....6
10- Indicaciones para voceros.....7

MANUAL DE CRISIS Y VOCERÍA
MUVH

INTRODUCCIÓN

LA CRISIS SEGÚN ALBERT EINSTEIN

"No pretendamos que las cosas cambien, si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar 'superado'. Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones."

La crisis es un evento que impacta de forma negativa en la imagen de la institución y tiene un efecto público. También hay crisis que no son públicas y que de igual manera afecta el clima e imagen institucional.

En tiempos de crisis la comunicación, es de gran importancia. El tiempo el que estamos viviendo y posiblemente se extienda, trae consigo incertidumbre, sobreinformación, infodemia, falta de criterio y diversas opiniones que cobran relevancia en las redes sociales o de boca en boca, como "chismes de pasillo".

1- Tipos de crisis posibles

Crisis comunicacionales	Crisis de tipo político y social	Crisis reputacionales	Crisis de seguridad	Crisis tecnológicas
Información proporcionada de manera errónea o parcial. Servicios de información inconclusos. Las personas dentro de la organización deben conocer y estar informados sobre la situación y como actuar, de modo a proceder también como canales de información correcta. Respuestas a destiempo. Uso inadecuado de medios internos y externos. Los medios de comunicación son los que lideran la difusión de mensajes, depende mucho de ellos la prevención y la manera de manejar una crisis.	Incidentes sociales. Intereses políticos. Acusaciones de corrupción y nepotismo.	Respuestas erróneas a los medios masivos de comunicación, filtración o fuga de información errada o perjudicial: Las respuestas dadas son las que determinan la buena relación con los mismos. Rumores de los Stakeholders: La percepción de estos es la base para tener una buena reputación.	Ataques informáticos	Fallas en las tecnologías de comunicación. Colapso en sistemas informáticos. Incumplimientos en los plazos establecidos sobre el desarrollo del proyecto.

2- Etapas previas de una crisis

Una crisis tiene cinco etapas.

Primera etapa. Detección.

Esta evaluación debe ser profundamente autocrítica, haciendo un monitoreo de áreas críticas, como por ejemplo FONAVIS, Desarrollo Inmobiliario, Programas con fondos BID, etc.

El proceso de investigación de las crisis y conflictos potenciales debe incluir entrevistas a directivos, la evaluación de crisis anteriores, el análisis de los recursos humanos y materiales, establecer quiénes serían perjudicados por una crisis, identificar los tipos de crisis potenciales, señalar los escenarios en que se pueden crear crisis, evaluar la capacidad de respuesta de la organización, conocer la relación que tiene la organización con los medios de comunicación, etc.

Para esta etapa de detección de señales se debe escuchar, monitorear, sondear y analizar de manera constante todo lo que esté sucediendo, dentro y fuera de la institución. Especialmente se debe medir la temperatura en los medios masivos diariamente, así como redes sociales.

Segunda etapa. Prevención.

Contar con el manual de crisis, el cual deben tener y conocer todos los colaboradores de la institución de manera a que cuando exista alguna crisis sepan qué hacer, qué decir y cómo actuar, evitando entrar en pánico, confusión o desinformación. Es importante considerar que toda organización tiene algún tipo de riesgo de afrontar una crisis que puede ser bajo, medio o alto.

Tercera etapa. Contención o gestión de Comunicación

Una vez desatada la crisis, la organización trata de contenerla o contrarrestarla, con el fin de evitar la caída de su reputación. Para ello se comunica con sus diferentes públicos de la manera más adecuada. El gabinete de crisis debe conformarse por asesores de las áreas Jurídica, Financiera, Auditoria, Planificación Estratégica, Comunicación y/o aquellos que la Máxima Autoridad considere. Deben mantener reuniones en forma permanente para

elaborar un plan de acción, implementar las acciones y herramientas concretas, evaluar el impacto de estas últimas y afinar cada procedimiento.

Cuarta etapa. Recuperación.
Los esfuerzos de la organización están orientados en recuperar sus operaciones normales. Aquí también cabe una labor informativa, dando cuenta de los progresos en ese sentido. Esto también lo determinará el gabinete de crisis.

Quinta etapa. (Post-crisis) Aprendizaje. La organización hace un autodiagnóstico de lo aprendido durante la crisis y hace una evaluación del estado en que se encuentra el posicionamiento de su imagen institucional hacia sus diferentes públicos. Se define un plan de trabajo cuyo objetivo sea la restauración de esa imagen, así como un plan de comunicación postcrisis.

3- Fuentes de origen de una crisis

Internas	Externas
Miembros de la institución	medios de comunicación, publico de interés, denuncias del público en general

4- Comité de crisis
El MUVH deberá contar con un comité de crisis que será el responsable de la gestión de una situación **determinada y evaluará la importancia de un incidente/situación** para catalogarla o no como una crisis, asignarle su nivel de importancia y poner en marcha el protocolo de actuación que corresponda.

La Dirección de Comunicación tendrá a cargo el monitoreo de medios y redes, se encargará de reportar al Gabinete sobre la situación, este último convocará al Comité según el tipo de alerta, MEDIA o ALTA.

- Definir vocero responsable de informar sobre la situación y el desarrollo de la crisis.
- Responsable de coordinar la información a transmitir internamente.
- Responsable de coordinar la información que se facilitará a los medios.
- Responsabilidades del Comité:
- Dirección, coordinación y toma de decisiones.
- Asignación de responsabilidades de cada uno de sus miembros.
- Responder con capacidad de conocimientos y agilidad ante cualquier necesidad.
- Es el único que podrá redactar y difundir toda la información y los procedimientos correspondientes a la emergencia.
- Servir de enlace entre los distintos procesos de la institución y medios de comunicación.

5- Pasos para una gestión de crisis y puntos a tener en cuenta

- Educar y sensibilizar a los colaboradores de la institución. Únicamente el equipo de comunicación designado es quien debe tener contacto con los medios de comunicación y generar enlaces.
- La DIRCOM convocará al Comité de Crisis, en caso de alerta baja, el proceso de convocatoria y coordinación de respuestas será dirigida por DIRCOM, siempre que se presente alguna posibilidad de crisis (monitoreo diario a medios de comunicación)

- El Comité definirá las medidas a tomar y el involucramiento de los voceros oficiales según sea el caso.
- Inmediatamente se debe definir la metodología de respuesta, según el tipo de crisis (Sin comunicación, comunicados, vocero o ambos).
- Definir el canal de viralización de la metodología de respuesta. Es decir, medios de prensa con respuestas oportunas y claras, tweet institucional con declaración relacionada a la publicación, etc.
- Realizar seguimiento a la noticia

6- Niveles de crisis

Nivel	Medida	Acciones
Alto	**Alta demanda periodística**	**Comunicación masiva Comunicados Conferencias RR.SS**
Medio	**Demanda periodística intermedia**	**Respuesta a medios puntuales Entrevistas Comunicados**
Bajo	**Sin comunicación**	**-**

7- Productos del MUVH

- Viviendas sostenibles
- Reordenamiento urbano
- Mejoramiento integral del Barrio Chacarita Alta
- Reubicación de afectados del incendio de Chacarita
- Barrio San Blas para bañadenses
- Complejo Habitacional Defensores del Chaco para clase media
- Recuperación de Centro Histórico
- FONAVIS
- Proyectos que quedaron sin presupuesto por el recorte

8- Comunicación interna

Generar y mantener una comunicación completa, fluida y transparente, tanto con los colaboradores internos como con organizaciones o publico de interés que trabajan con la institución o tienen algún tipo de relacionamiento (SAT, ATC). A través de diversos canales como emails, carteles, volantes, boletines informativos, (de preferencia en formato digital) etc.

Esto ayudará a:

*Que todos estén informados sobre los proyectos que se están haciendo, qué, para qué, cómo, cuándo, dónde y por qué.

*Reforzar el conocimiento general de la institución, sus acciones y proyectos actuales y futuros.

*Mantener un relacionamiento constante y ser un canal de comunicación.

*Motivar a que los colaboradores e instituciones estén bien informados y puedan transmitirlo.

9 - Seguimiento de la crisis.

Los indicadores de gestión, ayudarán a dar cumplimiento a cada acción y mantener un seguimiento necesario ante la crisis.

- **Evaluación;** Para medir o evaluar si las acciones que están siendo realizadas son eficaces y están rindiendo según lo que se necesita.

- **Eficiencia;** Nos ayuda a medir la respuesta de los colaboradores de la institución que realizan las acciones y tareas necesarias, evalúa la capacidad para determinar el nivel de respuesta o qué tan rápido lo pueden llevar a cabo de modo a subsanar algún problema.
- **Eficacia;** Nos permitirá determinar cuáles son las acciones más adecuadas para cada caso, de modo a disminuir cualquier error y conseguir buenos resultados.
- **Cumplimiento;** Para evaluar si la situación se manejó bien o si hay cosas que ajustar.

10- Indicaciones para voceros

- Mensaje claro, conciso y comprensible para todos.
- Disposición para entrevistas. Serán canalizadas a través Dirección de comunicación.
- Si no sabe la respuesta a alguna pregunta, puede decirlo, pero explicar las razones, ya sea porque no tiene la información, etc. No especule.
- Mantener la calma en todo momento, ya que el que conoce y sabe más es el vocero.
- Explicar cómo se originó el problema, como ha sido controlado y que harán para que no se repita.
- Ser el primero en informar.

ANEXO I A LA RESOLUCIÓN N° 2105 del 15/10/2021

TAVAPY ÑEMOHENDA, OGA'APO HA TEKOHA
Mitemondeha
Ministerio de URBANISMO, VIVIENDA Y HÁBITAT

TETÃ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL

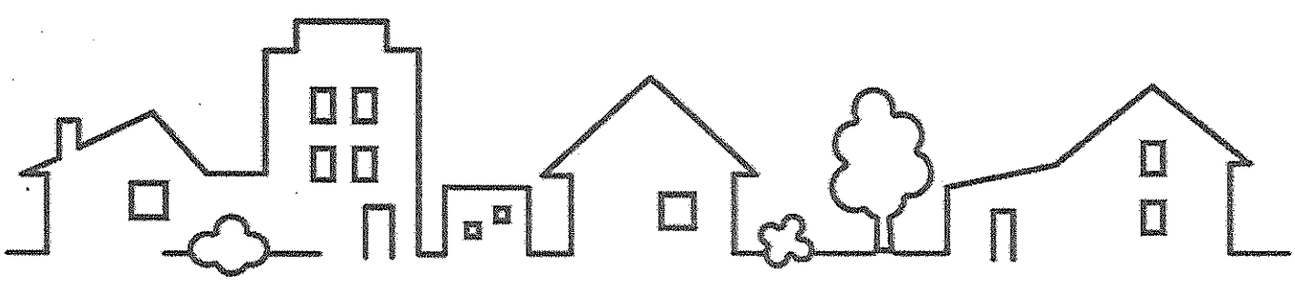
Paraguay de la gente
Paraguái tetãyguáva mbaé

— MUVH —

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

2021

4TA. VERSIÓN



ANEXO I A LA RESOLUCIÓN N° 2105 del 15/10/2021

Índice.....2
Introducción.....3

I. Marco Legal de La Política Comunicacional.....4
II. Visión y misión institucional.....4
III. Objetivos del plan de comunicación.....4
IV. Alcance.....4
V. Principios y/o valores generales que sustentan el carácter del servicio público.....5
1. Políticas de Comunicación del MUVH.....6
1.1Política de Comunicación Institucional.....6
Lineamiento 1: Inducción y Reinducción.....6
Lineamiento 2: Difusión de información sobre la gestión.....6
Lineamiento 3: De los Medios Comunicacionales.....7
Lineamiento 4: Mural.....7
Lineamiento 5: Boletín Interno.....7
1.2 Política de Apoyo en Comunicación a las dependencias de la Institución.....8
Lineamiento 1: Fortalecimiento de la Dirección de Comunicación.....8
Lineamiento 2: Asesoría Técnica.....8
Lineamiento 3: Realización de campañas y/o materiales.....9
2. Políticas de Comunicación Pública.....9
2.1Política de Administración de Medios.....9
Lineamiento 1: Producción de medios y contenidos de la Institución.....9
Lineamiento 2: Web Institucional.....10
Lineamiento 3: Redes Sociales.....10
Lineamiento 4: Instrumentos para la práctica del free press (prensa libre).....10
Lineamiento 5: Manejo de Crisis.....10
Lineamiento 6: Modelo de vocerías del MUVH.....10
2.2Política de relacionamiento con grupos de interés.....11
Lineamiento 1: Contratistas y Proveedores.....11
Lineamiento 2: Ciudadanía en general.....11
Lineamiento 3 Otras Instituciones Públicas.....11
3. Políticas de Rendición de Cuentas a la Sociedad.....12
3.1 Política de Estructuración de la Información.....12
Lineamiento 1: Obtención y consolidación de la Información.....12

Introducción

La comunicación cumple un rol estratégico y transversal dentro del Ministerio Urbanismo Vivienda y Hábitat (MUVH). A través de la comunicación se seleccionan, procesan e intercambian informaciones con el fin de lograr una comunicación fluida entre los diferentes niveles de la institución con diferentes sectores de manera transparente.

Busca además, crear, establecer, mantener una imagen positiva de las acciones desarrolladas en el marco de la Política Habitacional, con miras al fortalecimiento de la identidad institucional.

Está orientada además, a generar legitimidad, presencia y reconocimiento de la función pública del sector habitacional, como entidad pública abierta, visible y buena interlocutora de su público interno y externo, a través de procesos comunicacionales íntegros y completos como norma de su cultura organizacional.

ANEXO I A LA RESOLUCIÓN N° 2105 del 15/10/2021

I. Marco legal de la política comunicacional

Resolución 827/18 por la Cual se aprueba el manual estratégico de comunicación- En el marco de la implementación del modelo estándar de control interno para entidades públicas del Paraguay en el Ministerio de Urbanismo, Vivienda y Hábitat.

Ley N° 5282 "De libre acceso ciudadano a la información pública y transparencia gubernamental" Declaración de los Derechos Humanos. La libertad de información puede definirse como el derecho a tener acceso a la información que está en manos de entidades públicas. Es parte integrante del derecho fundamental a la libertad de expresión.

Declaración de los Derechos Humanos. La libertad de información puede definirse como el derecho a tener acceso a la información que está en manos de entidades públicas. Es parte integrante del derecho fundamental a la libertad de expresión.

II. Visión y misión institucional

Misión: Somos la institución rectora de las políticas públicas de viviendas, urbanísticas y del hábitat, gestionando planes, programas y acciones que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la República del Paraguay.

Visión: Ser el ente público de reconocido liderazgo en brindar soluciones habitacionales a los sectores más vulnerables, promoviendo un territorio ordenado y sostenible, en el ámbito urbanístico, habitacional y del hábitat.

III. Objetivos del plan de comunicación

a. General

Posicionar al Ministerio de Urbanismo, Vivienda y Hábitat como la Institución rectora y gestora de las políticas públicas de vivienda, urbanismo y hábitat.

b. Específicos

- Visibilizar al MUVH como una institución cercana a la población, en la que ésta se pueda apoyar para gestionar y canalizar sus aspiraciones de acceder a una vivienda digna.

- Comunicar la coherencia del MUVH con sus propósitos institucionales.

- Instalar al MUVH como referente para el abordaje de temas relacionados al Urbanismo, la Vivienda y el Hábitat ante los medios de comunicación más importantes de los 17 Departamentos.

- Promover el posicionamiento del MUVH como la Institución aliada con que cuenta la población más vulnerable y la clase trabajadora (clase media) para acceder a oportunidades y encontrar mecanismos que le permitan acceder a una solución habitacional.

- Difundir mensajes sobre el papel preponderante que tiene el MUVH en la trasformación de la vida de las personas. "Entregar una vivienda digna es cambiar la historia de una familia".

- Gestionar la presencia mediática de la Institución mediante alianzas con medios de prensa públicos o privados.

IV. Alcance

- Personas Beneficiadas con los distintos Programas del MUVH
- Personas mayores de 18 años que puedan interesarse en acceder a algunos de los Programas Habitacionales que ofrece el MUVH.
- Medios de Comunicación Nacional y medios de alcance departamental, de carácter comercial, alternativo y comunitario.
- Población con acceso a internet, web institucional y redes sociales oficiales.

- Sector público y privado con deseos de aplicar el reordenamiento territorial y urbano.
- Actores estratégicos (periodistas, directores de medios, influencers, Legisladores)

V. Principios y/o valores generales que sustentan el carácter del servicio Público

Según lo dispuesto en el Código de Ética del MUVH, aprobado por Resolución N° 825 de fecha 27 de diciembre de 2018, *Los valores éticos son guías de comportamiento de las personas en el relacionamiento humano, generado en principios normativos, dando lugar a la convivencia armónica y respetando la dignidad humana.*

- Respeto

Es la esencia de las relaciones humanas, es un valor basado en el reconocimiento de los otros como diferentes e igualmente valiosos, que nos debe llevar a desarrollar un trato amable y cortes con las diferentes personas del equipo de la institución y de la sociedad en general.

-Honestidad

La honestidad es actuar y transmitir la verdad de una manera coherente, sincera, decente, franca, honrada, transparente y autentica conforme a la justicia. Esta actitud siembra confianza en uno mismo y en aquellos quienes están en contacto con la persona honesta. Implica también denunciar las irregularidades, incluso cuando alguien se oponga o existan presiones en contra.

- Espíritu de servicio

El espíritu de servicio es una actitud o motivación interna expresada en el trabajo colaborativo y solidario hacia los demás. Es una cualidad valorada en los funcionarios o servidores públicos debido al trabajo sensible y fundamental que desarrolla para la mejora de la condiciones de vida de los ciudadanos.

A través de este valor demostramos a la sociedad y los compañeros nuestro servicio cordial y atento, con calidad, calidez, empatía a las necesidades de todas las personas, tanto al ciudadano que viene en busca de una solución habitacional como también de todos los funcionarios de la institución demostrando compañerismo.

-Responsabilidad

Es la capacidad de reconocer, hacerse cargo y asumir las funciones asignadas y las consecuencias que emanan de ellas, demostrando en nuestras acciones celeridad y diligencia en la ejecución y entrega de los trabajos, así como en la gestión y solución de obstáculos o problemas

-Compromiso

Es tener la competencia de asumir con responsabilidad, lealtad y disciplina las tareas asignadas, identificando las metas institucionales como propias, basada en el sentido de pertenencia. El compromiso es un comportamiento que beneficia tanto a quien lo ejercita como a quienes lo reciben y genera un resultado satisfactorio para todos.

6-Innovacion

Actitud y capacidad de proponer e introducir nuevas ideas para el mejoramiento de los modelos de gestión, los procesos y métodos de trabajos, a fin de potenciar una mejora continua de la producción, la cultura organizacional, la tecnologías informática, la construcción, la economía, la gestión social y la sostenibilidad ambiental favoreciendo una dinámica orientada a las mejores prácticas que generen cambios significativos y calidad del trabajo.

- Calidad

Es la cualidad del trabajo que se realiza prestando atención a los detalles tanto de los procesos como del resultado final, además de cumplir con las normativas. El trabajo de calidad tiene como

consecuencia la satisfacción de las necesidades y expectativas de quienes precisan servicio (clientes internos y externo).

- Igualdad y equidad:
Es la Aplicación de los derechos y obligaciones de manera justa y ecuánime a las personas según lo que a cada una corresponda. Este principio busca reducir las desigualdades existentes.

- Empatía
La Empatía nos permite establecer vínculos más sólidos y positivos con los demás. Se define como la capacidad para reconocer y comprender los sentimientos, ideas, conductas y actitudes de los demás y entender las circunstancias que les pueden afectar en situaciones concretas.

1. Políticas de Comunicación del MUVH
La Política de Comunicación del MUVH busca lograr una visión compartida, sentido de pertenencia y compromiso de los funcionarios respecto a la Misión, Visión y los Valores institucionales para mejorar la interlocución con el público (interno/externo) mediante la implementación de los procesos tendientes a la apropiación de los planes estratégicos y programas del MUVH así como al mejoramiento del capital social.

1. 1 Política de Comunicación Institucional
Se refiere al conjunto de acciones y procedimientos que será implementado con la intensión de compartir con los funcionarios los objetivos de la Institución y los resultados de la gestión, de manera a construir la visión compartida y el sentido de pertenencia institucional.

Lineamiento 1: Inducción y Reinducción.
Los procesos de inducción y reinducción, además de proporcionar al funcionario información relativa a su trabajo, deberán cumplir un propósito estratégico de construcción de visión compartida.

- **Orientaciones operativas:**
  Apoyo técnico en la difusión y elaboración de instrumentos que faciliten la información de interés para la inducción o reinducción.

1. Todo funcionario administrativo y/o técnico al ingresar a la Institución, recibirá inducción durante los primeros tres meses posteriores a su incorporación. El procedimiento de inducción será responsabilidad de la Dirección General de Gestión y Desarrollo de las Personas.
2. Los Directores, Jefes de Oficinas de las Agencias Regionales, que trabajan en el interior del país, recibirán inducción en una jornada que se desarrollará y estará a cargo de la Dirección General de Gestión y Desarrollo de las Personas con el apoyo de la DirCom.
3. En todo procedimiento de inducción los responsables de llevar adelante las jornadas, comunicarán a los nuevos funcionarios la misión, visión, los objetivos, los principios y valores éticos de la Institución actualizados que serán utilizados por los niveles gerenciales para los procesos de reinducción, con el mismo contenido, agregándole información sobre gestión y directrices estratégicas de la institución.

Lineamiento 2: Difusión de información sobre la gestión.
La difusión de los resultados de la gestión del MUVH estará destinada a lograr visión compartida y a desarrollar sentido de pertenencia y compromiso de los funcionarios con respecto a la misión de la entidad, utilizando todos los medios tecnológicos disponibles.

- **Orientaciones operativas:**

1. Periódicamente, la DirCom, elaborará materiales de difusión que contengan información resaltante de los resultados de la gestión institucional, los cuales serán difundidos

masivamente para el público interno mediante instrumentos tecnológicos. Estos materiales serán elaborados por la DirCom con un estilo ameno, con un lenguaje agradable y sencillo, que facilite la comprensión y apropiación respecto a los resultados de la gestión.

2. Los Directores Generales y Directores, propiciarán la creación de espacios para la socialización de la información acerca de la gestión con todos los funcionarios, con énfasis en el grado de avance en función a los objetivos Institucionales. Dichos espacios se realizarán periódicamente en cada Dirección y en ellos se deberá discutir la información disponible respecto a la gestión, así como el análisis de los niveles de cumplimiento y avance de las metas del MUVH afectadas por las tareas de dichas dependencias, dentro del contexto global de los objetivos de la Institución.
3. Los Directores Generales y Directores, designarán a los responsables de sistematizar lo tratado en cada espacio de socialización de información, y fomentarán la inclusión de las opiniones de los funcionarios en la realización de las tareas, propiciando la predisposición para el trabajo conjunto, para facilitar el cumplimiento de las metas y los objetivos propuestos.
4. Los documentos de sistematización elaborados por cada Dirección General-Direcciones deberán ser enviados a la autoridad jerárquica inmediata, con copia a la Dirección General Gabinete para su consolidación y registro en la DirCom a fin de gestionar los espacios de socialización de acuerdo a su relevancia y medir su impacto e influencia en el desarrollo de las tareas y los procesos de la Institución.
5. La Máxima Autoridad promoverá que toda información producida y decisión tomada por los Directores Generales-Directores, sean explícitamente vinculadas a los procesos, objetivos y misión del MUVH, con el fin de fomentar el desarrollo de sentido de pertenencia en todos los funcionarios de la entidad.

Lineamiento 3: De los Medios Comunicacionales.

La Institución, a través de la DirCom se ocupará de la elaboración, producción y distribución y/o ubicación de las siguientes publicaciones destinadas a cumplir la función de medios organizacionales.

Lineamiento 4: Mural:

1. Los contenidos de esta publicación serán producidos según requerimiento, y los mismos apuntarán a informar a los funcionarios y, en menor medida, al público en general, acerca de los procesos de la Institución, a fin de contribuir a la apropiación e identificación de los mismos con la entidad, sus fines y objetivos.
2. El mismo contará con contenidos generales de interés para todas las áreas de la Institución, que podrán ser elaborados por las propias áreas de la entidad y ubicados por ellos mismos, destinados a algún público o áreas determinados.

Lineamiento 5: Boletín Interno:

1. El Boletín – electrónico - de masiva difusión hacia los funcionarios, tendrá una periodicidad diaria o como mínimo dos veces por semana, cuya frecuencia debería ser evaluada anualmente.
2. Los contenidos apuntarán a fortalecer y masificar el conocimiento acerca de los diversos procesos de la entidad, y serán seleccionados y editados por la DirCom en base a la producción primaria y en estrecha colaboración con los responsables de todas las áreas.
3. El boletín será el medio a través del cual se realizará oficialmente la difusión de información sobre la gestión de la Institución, y servirá además de canal de retroalimentación a las políticas de la misma para los diversos grupos de interés, principalmente los internos.
   Las distintas áreas de la entidad, así como también los funcionarios, podrán elaborar contenidos específicos que podrán ser incluidos en la edición del material difundido.

- **Medios electrónicos:**

a. LA INTRANET: es un medio con el cual es necesario familiarizar a los funcionarios buscando su incorporación a la cultura del MUVH, para lo cual la misma ofrecerá herramientas útiles y de conocimiento y acceso masivo para los funcionarios de la entidad, orientados a colaborar en la promoción del trabajo colaborativo, la construcción de visión compartida y el compromiso de los mismos con el MUVH.

b. La administración técnica de soporte y funcionamiento de la intranet estará a cargo de la Dirección General de TICS.

c. Cada área de la entidad contará con un espacio de libre gestión de contenidos del cual serán totalmente responsables.

1.2 Política de Apoyo en Comunicación a las dependencias de la Institución

La DirCom como instancia de la entidad encargada del diseño y la ejecución de las acciones estratégicas de comunicación, implementará un programa de apoyo de comunicación a las demás dependencias de la misma, a fin de fortalecer sus capacidades, habilidades y destrezas, propiciando la descentralización y una mayor autonomía en la producción y puesta en común de contenidos comunicacionales.

Lineamiento 1: Fortalecimiento de la Dirección de Comunicación.

A fin de llevar a cabo las acciones del Programa de Apoyo en Comunicación a las demás dependencias de la entidad, la DirCom se fortalecerá técnica y estructuralmente de manera permanente, a fin de asegurar procesos de mejora continua que le permitan el cumplimiento efectivo y eficiente de las metas trazadas.

Orientaciones:

1. La DirCom gestionará la incorporación de técnicos calificados en el área de comunicación para fortalecer su equipo de trabajo en los sectores que así lo requieran.
2. Así mismo, a través de las demás áreas e instancias de la entidad, promoverá el fortalecimiento de las redes de dinamizadores como método para descentralizar efectivamente los flujos de información y la comunicación al interior de la misma y hacia la sociedad.
3. Las dependencias ejecutoras del Presupuesto de Gastos e Inversiones de la Institución preverán para la DirCom los recursos técnicos, tecnológicos, y financieros indispensables para la ejecución de sus tareas, con el fin de asegurar incrementar gradual y permanentemente su capacidad operativa.
4. Cuando la información es generada por un departamento y esta compete a otras direcciones. Será el área generador, responsable de informar a quienes naturalmente estén involucrados. Antes de remitir el material a la DirCom para su difusión.

Lineamiento 2: Asesoría Técnica.

La DirCom brindará asesoría técnica a las dependencias de la entidad en cuanto a temas que hacen a la comunicación de la organización, principalmente aquellos que en general pueden o deben ser manejados por personal técnico.

Orientaciones:

1. La DirCom, asesorará en comunicación organizacional a técnicos o responsables de las dependencias de la entidad que así los soliciten. Los temas en los cuales se podrá brindar asesoría son, entre otros:

- Manejo de la información en situaciones de riesgo o de crisis.
- Selección de medios, discursos, estilos y lenguajes comunicacionales de acuerdo al público, oportunidad y tipo de mensajes.

- Vocerías institucionales

Lineamiento 3: Realización de campañas y/o materiales.
A fin de fortalecer la gestión de la entidad en la producción de materiales, la DirCom dirigirá la realización de materiales comunicacionales y campañas de difusión y promoción planificadas por las demás dependencias de la misma, a través de la colaboración con los responsables de la ejecución de las tareas.

Orientaciones:

1. Se dará difusión al interior de la entidad de la existencia del Programa de Apoyo en Comunicación, principalmente en lo referente al apoyo en la realización de campañas y materiales comunicacionales.
2. La DirCom propiciará la construcción de una agenda común con las diferentes dependencias a fin de facilitar la elaboración oportuna de los materiales necesarios para las campañas planificadas.
3. A la vez, brindará apoyo técnico para la realización de las campañas y elaboración de materiales estipulados en las acciones planificadas por las dependencias de la Institución.

2. Políticas de Comunicación Pública
La comunicación pública que realice la Institución estará orientada a afianzar la visibilidad, la credibilidad, y la confianza de sus grupos de interés hacia la gestión de la misma y la construcción de la agenda pública del sector, a través del manejo fluido y responsable de la información y la comunicación como elementos indispensables para la transparencia de sus acciones.

2.1. Política de Administración de Medios
La comunicación de la Institución se orientará a fortalecer los temas del sector ante la sociedad, fortalecer el conocimiento de los procesos de la entidad y a la apropiación de los mismos por parte de los funcionarios y el público en general, para lo cual se impulsará la utilización sistemática de medios propios, tecnológicos y de espacios en medios masivos de comunicación.

Lineamiento 1: Producción de medios y contenidos de la Institución.
La producción de medios y contenidos para su inserción en medios de la entidad o en medios masivos de comunicación, apuntará a fortalecer el posicionamiento de la imagen del MUVH en el imaginario colectivo. Los medios se harán en un lenguaje agradable, sencillo y de fácil comprensión, tratarán temas de actualidad y de interés general.

Orientaciones operativas:

1. Todos los medios de la entidad deberán responder a la línea editorial y de estilo de la misma, a través del trabajo conjunto de los responsables de cada área del MUVH que produzcan alguna pieza comunicativa o mediática, y la Dirección de Comunicación, sea cual fuere su formato.

- **Línea Editorial:** Toda producción de contenido comunicacional y/o mediático deberá corresponder a la misión, la visión y los objetivos del MUVH, colaborando en la generación de confianza de la ciudadanía hacia la gestión de la entidad, contribuir a la transparencia de sus acciones. Toda comunicación deberá ser planificada a fin de lograr vinculación e identificación con el accionar del MUVH, apuntando a fortalecer los temas del sector en el imaginario colectivo con un carácter promocional y nunca publicitario en cada una de ellas.
- **Líneas de estilo en la producción de materiales:** Las líneas de estilo para los materiales producidos serán determinados en un Manual de Estilo elaborado por la DirCom de manera consensuada con las demás áreas de la entidad. Las mismas deberán ajustarse a los criterios técnicos específicos para cada formato comunicacional y a la línea editorial establecida. De manera supletoria se recurrirá al Manual de Estilo del MITIC o el Decreto del Poder Ejecutivo que rige para la materia.

Lineamiento 2. Web institucional:

El sitio WEB oficial del MUVH ofrecerá un diseño atractivo, funcionalidad de sus herramientas y canales de retroalimentación, además de información actualizada y de interés general acerca de todos los procesos de la entidad, principalmente aquellas referentes al relacionamiento con organismos de control y sectores organizados de la sociedad civil, y a la rendición de cuentas ante la sociedad acerca de las acciones del MUVH.

Orientaciones operativas:

1. Cada área del MUVH contará con un espacio de libre gestión de contenidos del cual serán totalmente responsables. La definición de los contenidos se hará conjuntamente con la DirCom.

Lineamiento 3. Redes Sociales:

El MUVH al igual que el resto de las instituciones públicas se encuentra instalado en las Redes Sociales, a fin de compartir e informar a sus usuarios, asi como monitorear y recepcionar quejas, reclamos, además de sugerencias, determinando la relevancia y urgencia de cada uno

Lineamiento 4: Instrumentos para la práctica del free press (prensa libre).

La práctica del free press buscará posicionar los temas de interés prioritario y agendas del MUVH, de acuerdo a los criterios establecidos en los lineamientos de participación de la entidad en medios masivos de comunicación. Los principales formatos a ser utilizados serán:

- Conferencias de prensa.
- Entrevistas y reportajes.
- Boletines de prensa.
- Boletín electrónico externo (News Letters)
- **Orientaciones:**
  El formato de comunicación será propuesto por la Máxima Autoridad del MUVH y convocada por la DirCom acorde a una agenda planificada de carácter proactivo, salvo casos de necesidad de comunicación inmediata con la ciudadanía, para lo cual se requerirá de un tiempo de preparación de al menos 24 horas.

Lineamiento 5: Manejo de Crisis

Ante situaciones de crisis o eventos que puedan desestabilizar o amenazar el normal desenvolvimiento y cumplimiento de los objetivos del MUVH, se aplicará un manejo comunicacional que permita una rápida reacción y la mitigación del impacto de las mismas en la imagen de la entidad.

- **Orientaciones:**

1. Se seguirán los pasos establecidos en el Manual para el manejo de crisis, el cual será consultado desde el inicio hasta el final de la situación de crisis.
2. La Máxima Autoridad convocará inmediatamente al Gabinete de Crisis, conformada de antemano de acuerdo a lo expresado en el Manual para el manejo de crisis.
3. La Comisión de Crisis convocará a la DirCom para las situaciones de crisis, integrado por un vocero institucional, Máxima Autoridad, Dirección de Comunicación, Dirección General de Gabinete, Dirección o Direcciones afectada/s representadas por Técnicos y la Unidad de Transparencia y Participación Ciudadana.
4. El Vocero institucional (Máxima Autoridad) será la única autorizada para emitir información oficial y responder preguntas de los medios masivos de comunicación.

Lineamiento 6: Modelo de vocerías del MUVH.

La vocería del MUVH responderá a los principios éticos y a la política de gestión de la entidad y del sector, y se orientará principalmente a generar confianza en la relación de la Institución con su público interno y externo.

- **Orientaciones:**

1. La vocería del MUVH estará organizada y asistida técnicamente por la DirCom que establecerá los criterios técnicos para su manejo a través de lo expresado en el Manual de Crisis y Vocería.

2. La Máxima Autoridad del MUVH será considerada como el principal vocero de la entidad, y aquellos voceros técnicos designados por la Máxima Autoridad.

3. Los voceros del MUVH se mantendrán actualizados acerca de las informaciones que la entidad decide difundir, y respetarán los criterios establecidos para la comunicación con sus diversos públicos.

2.2. Política de relacionamiento con grupos de interés: En su relacionamiento con los grupos de interés, el MUVH promoverá el libre acceso a la información salvo aquellos casos que sean considerados de carácter confidencial o reservado y dentro de los términos estipulados para que permanezca en reserva, atendiendo a las características y necesidades específicas de cada grupo.

Lineamiento 1: Contratistas y Proveedores. La Institución garantizará a todos los interesados la información necesaria y oportuna para los procesos de contratación pública, en igualdad de condiciones, así como la posibilidad de entablar una comunicación fluida y abierta que permita mejorar los procedimientos de contratación de bienes y servicios.

Orientaciones:

1. La Unidad Operativa de Contrataciones (UOC), dará amplia difusión del Pliego de bases y condiciones, así como la posibilidad de entablar una comunicación fluida y abierta que permita mejorar los procedimientos de contratación de bienes y servicios.

La UOC proveerá a todos los interesados, en condiciones de igualdad, la información necesaria para la presentación de propuestas.

Lineamiento 2: Ciudadanía en general. Los procesos de comunicación con la ciudadanía se ajustarán a criterios de dos vías: Ciudadanos-Institución e Institución-Ciudadanos.

- **Orientaciones:**

1. Las áreas del MUVH encargadas de las operaciones de la política de la entidad, propiciarán el involucramiento de sectores de la sociedad civil en el diseño de sus acciones, a través de los canales habilitados por la institución.

2. La DirCom apoyará técnicamente el despliegue de acciones comunicativas que faciliten y propicien la participación de la ciudadanía en la retroalimentación de la planificación de la entidad, a partir de la rendición de cuentas.

3. Todos los aportes de los ciudadanos que sean incluidos en los procesos de planificación de la entidad serán comunicados a los interesados, con el fin de generar mayores niveles de confianza y transparencia hacia la gestión del MUVH y mayores niveles de involucramiento de los actores sociales.

4. Periódicamente, el MUVH realizará acciones que apunten a lograr mayores índices de participación e involucramiento de la sociedad de la gestión institucional, tales como Consultas Nacionales, convenios de trabajo conjunto y colaboración con organizaciones de la sociedad civil, entre otras.

Lineamiento 3: Otras Instituciones Públicas. El MUVH promoverá la coordinación de acciones y cooperación con otras instituciones públicas, a fin de incrementar la calidad e integralidad de los servicios estatales, y a la vez se propiciará la ejecución de acciones orientadas a facilitar y volver más eficiente el intercambio de información clara, veraz y oportuna para la ejecución de las acciones acordadas.

Orientaciones:

1. La DirCom promoverá el relacionamiento continuo y la realización de acciones conjuntas con áreas de comunicación de otras instituciones públicas, a fin de propiciar el intercambio de experiencias o informaciones.

2. La DirCom promoverá el adecuado flujo de información estratégica y sobre la gestión para la ejecución de acciones acordadas con otras instituciones públicas, en el marco de la cooperación interinstitucional.

3. Políticas de Rendición de Cuentas a la Sociedad

La Rendición de Cuentas a la Sociedad, entendida como instrumento fundamental de la transparencia con el ciudadano y con el propio servidor público, se sustenta en información clara, oportuna, veraz y suficiente sobre los procesos y resultados del MUVH. La entidad desarrollará un Programa de Rendición de Cuentas interna y externa que contribuya al cumplimiento de los objetivos de la misma, promueva el control ciudadano y garantice la transparencia y eficiencia en la utilización de los bienes públicos.

3.1. Política de Estructuración de la Información:

La información sobre la gestión será consolidada, estructurada, profundizada y documentada de manera suficiente para facilitar la toma de decisiones de la Máxima Autoridad respecto al enfoque que se le dará a la rendición de cuentas.

Lineamiento 1: Obtención y Consolidación de la Información.

La información sobre los resultados será aportada por los sistemas de información pública de la Unidad de Transparencia, la cual será consolidada para su posterior utilización en la rendición de cuentas a la sociedad y al propio funcionario/a de la entidad.

Orientaciones:

- Semestralmente, cada área e instancia ejecutora de programas del MUVH elaborará un documento consolidado parcial a través del cual rendirá cuentas de sus metas y objetivos, a modo de informe de gestión.
- La DirCom del MUVH tendrá a su cargo la recepción y recopilación de todos los informes de gestión de las áreas y programas de la entidad, así como el contraste de los mismos con la planificación de la Institución, a fin de producir un informe ejecutivo de gestión de la entidad, el cual servirá de insumo básico para la rendición de cuentas a la sociedad.
- Los informes de gestión de las áreas e instancias ejecutoras de programas serán remitidos a la DirCom 15 días antes de la fecha definida para la realización de la audiencia pública de rendición de cuentas a la sociedad.
- La DirCom elaborará el informe consolidado de gestión del MUVH.