

RESOLUCIÓN PR N° 375 /2019

Asunción, 19 de junio de 2019

POR LA QUE SE MODIFICA LA RESOLUCIÓN PR N° 298/2019 DE FECHA 20 DE MAYO DE 2019.-

VISTO: La Resolución PR N° 298/2019 de fecha 20 de mayo de 2019 “*POR LA QUE SE APRUEBA EL PLAN ESTRATEGICO COMUNICACIONAL DE LA INDUSTRIA NACIONAL DEL CEMENTO (I.N.C.), CORRESPONDIENTE AL PERIODO 2019*”, la Carta Interna VCM N° 29/2019 de la Coordinación MECIP, de fecha 27 de mayo de 2019; y

CONSIDERANDO: Que, la Coordinación MECIP eleva a consideración la solicitud de modificación de la Resolución PR N° 298/2019 por la que se establece la aprobación del *Plan Estratégico Comunicacional de la I.N.C.*-

Que, en tal sentido manifiesta que la misma debe ser aprobada como *Manual Estratégico de Comunicación de la I.N.C.*”, cuyo texto íntegro debe ir firmado por la Máxima Autoridad en cada una de sus hojas incluido el sello de la Presidencia. El criterio requerido por la Auditoría General del Poder Ejecutivo taxativamente define como “Manual Estratégico de Comunicación Institucional” al documento que contiene las Políticas de Comunicación Institucional, estableciendo Planes Estratégicos para el cumplimiento de sus objetivos institucionales.-

POR TANTO, en uso de las atribuciones que le confiere el Art. 17° de la Ley N° 2199/2003, modificatoria del Art. 23° de la Ley N° 126/69 “Carta Orgánica de la Industria Nacional del Cemento”.-

EL PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA NACIONAL DEL CEMENTO RESUELVE:

Art. 1° **Modificar** la Resolución PR N° 298/2019 de fecha 20 de mayo de 2019 y en tal sentido dejar establecido que se **aprueba** el “*Manual Estratégico Comunicacional de la I.N.C.*”, foliado del 1 al 14, el cual acompaña y forma parte íntegra de esta Resolución.--

Art. 2° **Comunicar** a quienes corresponda y luego archivar.-----



LUIS FABRICIO GAMARRA OJEDA
Secretario General



ING. JAVIER RODRIGUEZ FERRER-CAJIGAL
Presidente



INDUSTRIA NACIONAL
DEL CEMENTO

■ TETÄ REKUÁI
■ GOBIERNO NACIONAL

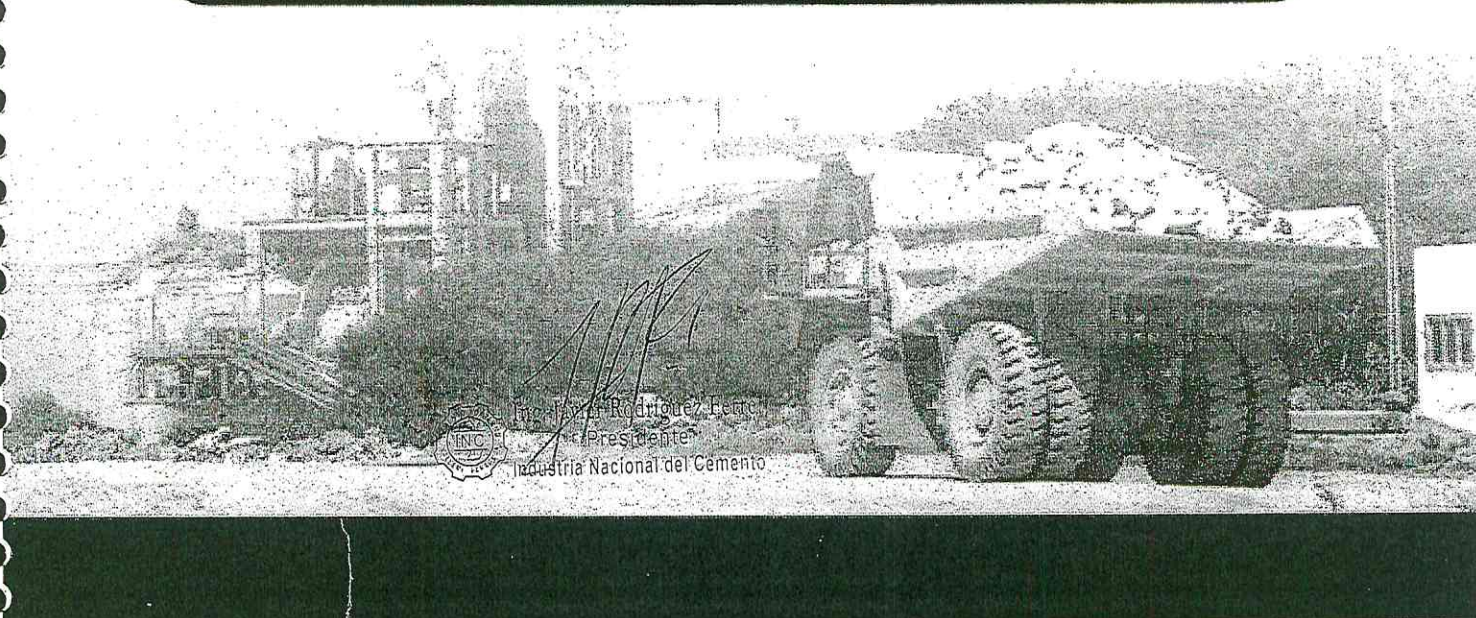
Paraguay
de la gente

MANUAL DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

INDUSTRIA NACIONAL DEL CEMENTO

		MESA DE ENTRADA	
EXP. N° 0670			
FECHA 12-04-19	HORA 14:18		
		Vera logías de nificación	

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



Estrategia de Comunicación

1. Presentación

La comunicación institucional, y por ende la de la INC, tiene un objetivo: generar consenso. Si la comunicación de una empresa pública como la nuestra no actúa bien, no hay consenso, y si no hay consenso, no hay buena gestión, ni buenos resultados.

El consenso tiene que ver con un sistema de creencias de una sociedad, existe cuando entre los miembros de un grupo social hay acuerdo acerca de los principios, valores, normas y también respecto a la deseabilidad de ciertos objetivos de la comunidad y de los medios aptos para lograrlo. (Soni, 1998).

A efectos de nuestra labor comunicativa, el consenso es la búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber (y de hecho probablemente siempre existan) grupos en los márgenes del consenso o fuera de este, las políticas de nuestra institución deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas (Riorda,). El logro del consenso es sinónimo de legitimidad de las obras y los servicios desarrolladas en forma de las acciones desarrolladas por nuestra institución.

Desarrollamos esta estrategia de comunicación institucional desde el enfoque macro del Gobierno Nacional 2018-2023, sintetizado en el eslogan "Paraguay de la Gente".

La INC, en sintonía con el Gobierno Nacional, toma como eslogan propio la frase "Cementos para la Gente".

Ambos eslóganes, se convierten en los hashtags #ParaguayDeLaGente y #CementosParaLaGente que acompañarán todas las acciones de comunicación, tanto online como offline, que desarrollemos desde la INC.

Una definición que resume el concepto de comunicación que se aspira alcanzar con los productos y servicios a cargo de nuestra institución, es el presentado por Manuel Castells. "Comunicar es compartir significado".

Comunicar, no es lo mismo que informar. Nuestras acciones comunicativas, desde la INC, hasta el último eslabón de los funcionarios y de los operarios que realizan trabajos para la institución, deben basarse en generar una percepción en la que todos los ciudadanos y el Gobierno compartan el mismo significado de aquello que se pretende comunicar.

Para lograr lo anterior, el norte de: la planificación, la definición, la implementación y la evaluación de nuestras políticas públicas, lo marca el elemento central del eslogan de nuestro gobierno: la gente.

Supone que estemos dispuestos a la apertura para escuchar las prioridades de la ciudadanía -agenda pública- para que éstas se conviertan políticas públicas -agenda de gobierno-, lo que supondrá poco esfuerzo para que los medios de comunicación adquieran ese mismo tono al referirse a la institución, -agenda de medios-.

El diseño de nuestras acciones obedece a un modelo abajo-arriba de las acciones de gobierno en el que la ciudadanía participa de manera activa de todo el proceso. La clave



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

que define nuestra comunicación institucional con la gente, protagonista de toda nuestra labor institucional, es la interacción.

Nuestra comunicación está anclada en un trabajo bien hecho, pensado para la gente y desde la gente, cuyo significado es compartido por todos.

2. Objetivo del Plan Estratégico de Comunicación

El presente Plan Estratégico de la Industria Nacional del Cemento, tiene por objetivo colaborar como marco referencial para el diseño y aplicación de las acciones que se deriven de la intervención por parte de sus áreas misionales, tomando en cuenta los principios de Gobierno Abierto: transparencia y acceso a la información, rendición de cuentas y participación ciudadana.

3. Visión, misión, valores, objetivos y funciones de la INC

Para la realización de la comunicación institucional, contamos con las herramientas formales que definen a nuestra institución que, con el elemento central de la interacción con la gente, ponen el marco a nuestras acciones de gobierno.

3.1. Visión:

Convertirnos en una industria clave para el desarrollo del país, altamente sustentable con el medio ambiente, innovadora y competitiva en el mercado.

3.2. Misión:

Satisfacer las necesidades de la construcción de nuestro país, creando valor para nuestros grupos de interés. Ser la industria más importante del Paraguay de nuestro género.

3.3. Valores fundamentales:

- Compromiso.
- Transparencia.
- Integridad.
- Excelencia.
- Innovación.
- Patriotismo.
- Respeto al medio ambiente.

3.4. Objetivo:

La Industria Nacional del Cemento tiene como objetivo principal proveer con eficacia y eficiencia una de las materias primas para la construcción en todo el Paraguay: el cemento.

3.5. Funciones:

La Industria Nacional del Cemento, como órgano del Poder Ejecutivo tendrá, entre otras, las siguientes funciones y competencias.

- Satisfacer la demanda del mercado nacional.
- Mejorar la satisfacción de los clientes.



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

- Realizar inversiones para optimizar y modernizar la infraestructura.
- Ejecutar un programa de responsabilidad social empresarial.
- Potenciar la comunicación externa de la empresa.
- Implementar un plan de fortalecimiento interno.

4. Estructura:

Presidencia

- Jefatura de Gabinete
- Secretaría General
- Auditoría Interna
- Asesoría Jurídica
- Asesorías Técnicas
- Unidad de Seguridad y Vigilancia
- Unidad de Planificación Estratégica
- Unidad de Transparencia y Anticorrupción
- Unidad Ejecutora de Proyectos
- Unidad Operativa de Contrataciones
- Coordinación MECIP y Gestión de Calidad
- Coordinación de Inteligencia de Mercados

Gerencia General:

- Coordinación Ambiental
- Coordinación Técnica Comunicacional
- Unidad de Coordinación Ejecutiva
- Departamento de Otras Exportaciones

5. Marco referencial:

Este documento identifica los canales de comunicación de uso frecuente por parte de la Industria Nacional del Cemento para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 28 de la Constitución Nacional de la República del Paraguay, las leyes 5189/14 de Transparencia y 5282/14 de Acceso a la Información, incorporando en la cultura institucional los principios de Gobierno Abierto: transparencia y acceso a la información, rendición de cuentas, y participación ciudadana.

6. Marco estratégico aprobado por MITIC que define nuestra comunicación en la INC.

La estrategia de comunicación de gobierno pondrá en práctica acciones que evidencien claramente la filosofía marcada en el Plan de Gobierno "Paraguay de la Gente 2018-2023". El programa establece como principio rector el ejercicio de un gobierno transparente, inclusivo y participativo, con énfasis en la atención y satisfacción de las demandas ciudadanas. Asimismo, apuntará a definir la gestión de gobierno y facilitar el conocimiento y acceso a los servicios que presta el estado.

El Gobierno Nacional, en salvaguarda del carácter pluricultural y bilingüe de la nación paraguaya, promoverá la comunicación de gobierno en las dos lenguas oficiales de la República: castellano y guaraní.

Se recurrirá a las plataformas de comunicación públicas con que cuenta el estado y aquellas a crearse, y también se apelará a la gestión ante los medios masivos, digitales y alternativos de comunicación privada, invocando el derecho que tiene la ciudadanía



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

de "recibir información veraz, responsable y ecuánime" (Artículo 28, Del Derecho a Informarse, de la Constitución Nacional) y de acceder a las tecnologías que ofrece la era digital. El objetivo es habilitar canales efectivos y eficaces de comunicación e interrelación entre la ciudadanía y el Gobierno, para que la gente esté no solo informada, sino que reciba el compromiso asumido con el Presidente de la República con cada uno de los ciudadanos durante la campaña electoral.

La comunicación de gobierno, potenciará la difusión de las soluciones y las respuestas que dé el Gobierno a las necesidades, inquietudes y expectativas de la gente, teniendo presente la promesa de reconstruir la Nación sobre valores de la ética y la moral pública.

La comunicación de gobierno, transmite desde el primer momento la responsabilidad del Gobierno como garante de los derechos a la libertad de expresión y a la información pública, considerando que los mismos constituyen derechos fundamentales consagrados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y explícitamente en nuestra Carta Magna, en sus artículos 26, De la libertad de expresión y de prensa; 27, Del empleo masivo de los medios de comunicación social; 28, Del derecho a informarse; 29, de la libertad de ejercicio del periodismo; y 30, De las señales de comunicación electromagnética, de manera a ganarse la confianza y optimismo en la gestión de gobierno.

Además, cabe destacar también que la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), ha trazado un programa de temas con relación a la comunicación y la información, que básicamente constituyen líneas guías para el trabajo comunicativo. Estos principios se basan en:

- a- Acceso a la información.
- b- Fortalecimiento de capacidades.
- c- Desarrollo de contenidos.
- d- Libertad de expresión.
- e- Desarrollo de los medios.
- f- Memoria del mundo.

La comunicación se orientará a ser un elemento de transformación social y cultural mediante la incorporación de valores éticos y de convivencia democrática y la promoción del aumento de la productividad para el combate a la pobreza.

La estrategia apuntará a tener la iniciativa y fijar la agenda de discusión pública, a través de la difusión de mensajes claros y contundentes, ya sea de manera directa por el presidente de la República o de voceros sectoriales bien definidos y preparados. En esta primera etapa la instalación de la agenda de discusión debe hacerse a través de los medios de comunicación para que la sociedad advierta la importancia de los programas a ser desarrollados, las prioridades y vislumbrar el futuro deseado.

7. ¿Quiénes realizan la comunicación de la INC?

Si bien desde la Coordinación Técnica Comunicacional y bajo su responsable máximo, todos y cada uno de quienes, de alguna manera, directa o indirecta, estamos vinculados a la INC, realizamos comunicación institucional a través de nuestras acciones y comportamiento.

Hacemos dos tipos de comunicación, una interna que es la comunicación entre nosotros mismos dentro del funcionariado, cargos de designación política y las distintas dependencias que cada uno ocupa en la INC. La comunicación entre nosotros debe ser



fluida y cordial con un predominio de la cooperación entre compañeros para la consecución de los objetivos de la institución. La promoción del sentido de pertenencia es muy importante para la óptima realización de las tareas diarias que redunden en satisfacción personal e institucional.

La otra comunicación es la externa. Ésta es toda aquella que sale de la institución para la gente, a través de nuestras redes sociales, de los medios de comunicación y de cualquier otro canal que permita a la gente formarse una imagen de nosotros.

La comunicación interna y externa están íntimamente relacionadas. Para que la externa sea óptima, la interna debe serlo en primer término.

8. Delineamientos para la estrategia de comunicación.

Las acciones que enumeramos a continuación son las que, en conjunto, nos permitirán establecer el marco de referencia para que la comunicación con la ciudadanía sea eficiente y eficaz:

- Identificar a todos los actores involucrados en torno a la intervención y clasificarlos en: afectados, usuarios y observadores.
- Identificar y clasificar a los grupos de interés en torno a la intervención.
- Diseñar e implementar, en cada caso, las herramientas necesarias para asegurar la participación de cada uno de ellos durante el proceso de intervención.
- Identificar los mejores canales de comunicación para cada uno.
- Identificar el lenguaje que utilizan.
- Identificar a los líderes de opinión que les motiva.
- Identificar las llamadas a la acción y a los líderes políticos que les inspiran.

9. Comunicación Interna

Tanto en la comunicación interna como en la externa, todas las dependencias y cada funcionario generan imagen y percepción institucional de manera explícita e implícita.

9.1. Objetivos de la comunicación interna

- Mejorar la comunicación.
 - o Asegurar la gestión, el trato y la difusión de las acciones de comunicación.
 - o Apoyar la implantación de nuevos instrumentos y métodos de trabajo.
- Consolidar la identidad institucional.
 - o Propiciar el buen conocimiento de la INC y sus funciones en todos sus funcionarios y colaboradores.
 - o Fomentar el cuidado de la imagen de la INC en todas sus representaciones visuales.
- Mejorar el clima institucional.
 - o Fomentar una cultura institucional basada en los valores de la INC (Compromiso, transparencia, integridad, excelencia, innovación y patriotismo) y que estos se traduzcan en un trato cordial entre compañeros y respecto a los ciudadanos que acuden a las dependencias de la INC.



Ing. Javier Rodríguez Ferrer.
Presidente
Industria Nacional del Cemento

- Fomentar el sentido de compromiso con el trabajo bien hecho y la importancia del buen servicio a los ciudadanos.

9.2. Obtención y difusión de la información en la comunicación interna.

Ascendente	Descendente
Buzón de sugerencias.	Carta del Presidente (impreso o digital)
E-mail.	Cartelería
Minutas de reunión	Circulares
Informes	Whatsapp
Redes sociales	Audiovisuales

9.3. Capacitaciones

Desde la Coordinación Técnica Comunicacional, estableceremos una coordinación fluida con las demás dependencias para que todos los funcionarios reciban la capacitación necesaria para una buena atención a los usuarios y un buen relacionamiento entre compañeros. La calidad en la atención a los usuarios y en la realización de servicios son imprescindibles para el cumplimiento de los objetivos de la institución.

El Programa de Capacitación incluirá Programas y Proyectos que busquen potenciar actitudes y conductas, para brindar un buen servicio acorde a los objetivos de la institución.

Desde la Coordinación Técnica Comunicacional realizaremos la promoción necesaria para que el Programa de Capacitación sea valorado y aprovechado por todas las dependencias.

La satisfacción de la gente respecto al servicio brindado por los funcionarios de la institución, debe ser medida mediante herramientas como encuestas o grupos focales. Los resultados que arrojen la investigación serán aprovechados para la realización de ajustes para potenciar los aciertos y corregir las faltas.

9.4. Reconocimiento a funcionarios

Reconoceremos la labor y el desempeño de los funcionarios que con su esfuerzo demuestren, a través de su gestión profesional y laboral, que están comprometidos con los ideales institucionales y la entrega de los mejores servicios a los usuarios. La

Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

Coordinación Técnica Comunicacional, elaborará una Matriz de Evaluación para los funcionarios que, en el mes de diciembre, será remitida a todas las direcciones generales para la aplicación de los criterios de evaluación.

Cada Dirección General guardará un memorándum con el nombre del mejor funcionario designado y la matriz de la evaluación para ser archivado en el legajo, otra se entregará al funcionario.

La Coordinación Técnica Comunicacional distinguirá al funcionario destacado con Certificados de Reconocimiento y remitirá la nómina de mejores funcionarios del año para su difusión. Estos podrán ser premiados con cursos de capacitación con instituciones educativas que posean convenios con la INC.

Desde la Coordinación Técnica Comunicacional difundiremos la nómina de los mejores funcionarios de la institución.

9.5. Comunicación interna dentro de la propia Coordinación Técnica Comunicacional

La Coordinación Técnica Comunicacional elaborará un manual de actuación exclusivo en el que se detallarán los aspectos centrales de la comunicación como:

- Temas prioritarios de comunicación.
- Estilo de lenguaje utilizado: estamos.
- Frecuencia de publicaciones en redes sociales.
- Responsables de cada tipo de publicación.
- Turnos de guardia en redes sociales.
- Plan de medios.

10. Comunicación Externa

La comunicación pública de nuestra institución estará orientada a la interacción, el fortalecimiento, la credibilidad y la confianza hacia los diferentes públicos, a través del manejo fluido de la comunicación, como elemento indispensable para la transparencia de sus acciones, el manejo fluido y responsable de la información y la comunicación, como componente indispensable en la transparencia de sus acciones y estos a su vez faciliten el cumplimiento de los objetivos de la INC. La conectividad de los ciudadanos se logra, además de obras, a través de la comunicación con ellos en la que la clave está en la interacción.

10.1. Campañas de posicionamiento de la INC

1. Publicidad.
2. Producción de material informativo propio.
3. Lanzamiento de productos.
4. Relaciones con la comunidad.
5. Relaciones con los grupos de interés.

10.2. Página web y Redes Sociales

Página web con información valiosa y actualizada, con posibilidad de interacción con los ciudadanos, sobre los servicios que realiza la INC y los trabajos en desarrollo por la institución.



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

Publicaciones planificadas por áreas y según actividades que se difunden de forma diaria a través de redes sociales apoyado con imágenes, videos, esquemas..., que refuercen el mensaje. Transmisión en vivo durante eventos y conferencias.

Establecimiento de una base de datos para envío de textos por Whatsapp para convocatorias y mensajes muy puntuales y focalizados.

10.3. Manejo de la información

La información es claramente identificada, recolectada y registrada según datos dados por las dependencias de la INC.

El Coordinación Técnica Comunicacional designará un representante, quien será el responsable de solicitar y recepcionar las informaciones de las diferentes áreas y establecerá mecanismos de recolección de información y los plazos a ser presentados. Del mismo modo, cada dependencia designará a un representante para la integración de la información y será el nexo con el representante de la Dirección de Comunicación.

La información a ser publicada por los medios de prensa, deberán ser comunicadas a la Coordinación Técnica Comunicacional, con suficiente anticipación, teniendo en cuenta la fecha, hora, lugar del evento, responsables, programas, salvo en caso de casos de urgencia.

La información a ser publicada deberá ser revisada y aprobada por la responsable de la Coordinación Técnica Comunicacional antes del envío a los medios masivos de comunicación.

10.4. Relacionamiento con grupos de interés

La INC tiene una política de apertura a los grupos de interés y ésta se basará en la imparcialidad y equidad en el manejo de la difusión de la información, excepto aquellos casos que se considere de carácter reservado, atendiendo a las características específicas de cada grupo en un marco de confianza y colaboración.

La relación con los gremios se hará en colaboración y sobre la base de alianzas estratégicas, propiciando espacios de diálogo y firmas de pacto ético con el sector privado.

Se dará amplia difusión a las bases y condiciones establecidas en procesos de contrataciones de bienes y servicios, así como los resultados de dichos procesos.

La Coordinación Técnica Comunicacional en su relacionamiento con la Dirección de Informática, actualizará diariamente la página web de la INC, considerando el interés colectivo y respetando la confidencialidad.

Todas las actividades donde tenga participación de la INC, ya sean nacionales, internacionales, internas, deberán ser canalizadas a través de la Coordinación Técnica Comunicacional

Todas las dependencias de la INC proveerán a la Coordinación Técnica Comunicacional, la información que deba comunicarse.



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

La Coordinación Técnica Comunicacional será la asesora a las diversas instancias sobre estrategias a ser utilizados en la elaboración de materiales informativos.

La Coordinación Técnica Comunicacional, tendrá la responsabilidad de hacer los ajustes necesarios de la información recepcionadas, de acuerdo al estándar establecido.

La Coordinación Técnica Comunicacional remitirá a la Jefatura de Gabinete, un informe periódico o según requerimiento del mismo.

10.5. Relacionamento con Medios de Comunicación

La Coordinación Técnica Comunicacional fomentará una política de apertura y de buen relacionamiento con los medios de comunicación masivos, tanto a nivel nacional e internacional para satisfacer las demandas y la difusión estratégica de la información institucional.

Las demandas de los medios de comunicación y los requerimientos institucionales de una adecuada coordinación para dar satisfacción a las partes, ya sea para entrevistas con periodistas, convocatorias de prensa, preparación de eventos con los medios, así como la distribución de informes.

La Coordinación Técnica Comunicacional es la responsable de la coordinación y convocatorias de los medios de comunicación para la realización de entrevistas, ruedas de prensa, etc., con autoridades de la institución.

Las ruedas de prensa y reuniones informales serán realizadas dentro de la institución, cuando las autoridades del mismo consideren necesario comunicar e informar a la ciudadanía sobre algún acontecimiento de interés general, postura sobre un tema determinado, responder a denuncias, entre otros aspectos.

Las entrevistas y reportajes concedidos a medios de comunicación, se enfocará siempre hacia el logro de un mejor posicionamiento de la entidad.

Todos los funcionarios de la INC que necesiten comunicar algo a la ciudadanía, necesariamente deberán recurrir a la Coordinación Técnica Comunicacional para recibir una orientación profesional antes de hacerlo. El objetivo es mantener la coherencia en los mensajes que se emiten institucionalmente.

Las cuentas personales de los funcionarios públicos en redes sociales deben ser sensibles a que sus publicaciones podrán ser relacionadas con el cargo que ocupan en la INC.

11. Provisión de la información

Los materiales de información elaborados y producidos para publicaciones de todas las dependencias, serán remitidas previamente a la Coordinación de Comunicación para su verificación y adecuación correspondiente.

Se emitirán Boletines de Prensa precisas en forma sistemática sobre las acciones y actividades de la institución, de manera a que la información esté disponible para la ciudadanía en general y los diferentes grupos de interés. Estas deberán ajustarse a los criterios de responsabilidad en el manejo de las informaciones.



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

Los boletines de prensa también serán difundidos a través de correos institucionales, correos privados, notas, memos, circulares, etc., para la comunicación interna.

12. Portavoz institucional

La INC, contará con funcionarios de buen nivel que actuarán de voceros para dirigirse a la sociedad ya sea en forma directa o a través de medios de comunicación, tanto en encuentros nacionales e internacionales.

El Presidente de la INC será en todo momento el portavoz oficial y principal de la institución, dentro y fuera del país.

Los gerentes de la distintas áreas son funcionarios del alto rango autorizados para dirigirse a la opinión pública cuando lo consideren oportuno, salvo mejor criterio de la alta autoridad institucional.

El Coordinación Técnica Comunicacional podrá actuar de vocero institucional para la difusión ordinaria de información, de serle asignada esta función por la máxima autoridad.

Ningún funcionario está autorizado a dar a conocer a la ciudadanía información que pueda perjudicar la imagen de la institución.

13. Clasificación de la información

La información será consolidada y sistematizada previa clasificación. La confidencialidad de cierta información tendrá como fin asegurar el cumplimiento de los objetivos de la institución y en ningún caso servirá para obstaculizar la transparencia de la gestión del Instituto Nacional del Cemento.

El interés general prevalecerá siempre sobre el interés particular para la difusión pública de una información.

Será considerado como información confidencial, que por su naturaleza no puede ser revelada, ya sea interna o externa y por lo tanto pueda afectar a ciertas acciones que lleva adelante la institución.

El Presidente o a quien él designare son los responsables de determinar el tiempo que será mantenida en reserva una información declarada confidencial.

Ningún funcionario podrá utilizar ni retener información de la institución para la consecución de fines personales, de grupos o sectores.

Todos los funcionarios respetarán los criterios establecidos para el manejo de información de la INC, en especial la de carácter confidencial, incluso fuera de sus actividades laborales.

14. Interacción con la Ciudadanía

La comunicación con la ciudadanía y usuarios de los servicios que presta la INC, estará centrada en construir una relación cercana con los mismos, pues constituye la idea central del Paraguay de la gente. La atención a la ciudadanía pone en marcha una serie de actuaciones:

- Redes sociales.
- Página web.



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

- Teléfonos de información.
- Otros.

Diseñar y mantener una web puesta a la ciudadanía, donde orientará acerca de trámites y procesos administrativos, además dispondrá de informaciones básicas referente a las dependencias de la INC.

La Ventana de Acceso a la Información, se actualizará y ajustará en cuanto a su eficiencia y funcionamiento.

15. Monitoreo de Medios de Comunicación

- Se realizará un seguimiento de la información emitidas por los medios de comunicación, sean estos, impresos, radiales, televisivos y electrónicos para su análisis.
- La Coordinación Técnica Comunicacional será responsable del monitoreo diario de medios de Comunicación, sobre temas que conciernen a la institución.
- Monitorear la información que manejan las redes sociales de la INC
- Analizar la tendencia de la información de acuerdo al medio informativo.
- Emitir informes sobre el monitoreo diario para que pueda ser utilizado en toma de decisiones.
- Realizar una medición de la información de los medios impresos –diarios- para su posterior análisis.
- Elaborar un reporte de medios electrónicos para su análisis.
- La INC contará con un sistema de monitoreo de las emisiones radiales y televisivas, de forma diaria y permanente.
- La Coordinación Técnica Comunicacional copilará las publicaciones de medios escritos en general sobre la institución y áreas que le competen.
- La Coordinación Técnica Comunicacional, archivará en forma impresa y digital si fuere necesario, todas las publicaciones de prensa escrita, radial y televisiva.
- Todas las informaciones copiladas referentes a la institución serán remitidas diariamente al Presidente, Gerente General, otros.

16. Comunicación y crisis

La comunicación de crisis es un tipo de comunicación reactiva. No parte naturalmente de nosotros, sino que nos vemos forzados a responder ante una situación planteada por el contexto.

Una crisis supone una situación no habitual -previsible o no- que requiere de atención inmediata y que no se resuelve a través de procedimientos de rutina (Hardvard Business Press, 2008).



Ing. Javier Rodríguez Ferrer
Presidente
Industria Nacional del Cemento

Ante una eventual crisis, interna o externa, que puedan desestabilizar el normal cumplimiento de los objetivos de la INC, se tendrá una respuesta rápida conforme a un Plan de Comunicación de Crisis, facilitando la labor informativa, evitando rumores que dañen la imagen de la institución.

Al detectar una situación de riesgo para la institución, se activará el Comité de Crisis, que crearemos para tal circunstancia. El manejo oportuno de la información en tiempos de crisis es fundamental para fortalecer la credibilidad y evitar confusiones en la población.

Ante una eventual crisis, la máxima autoridad convocará de forma inmediata al Comité de Crisis.

- El Comité de Crisis, decepcionará las informaciones de la situación, así como el resultado del monitoreo de los medios de comunicación.
- El Comité de Crisis analizará y evaluará la situación e implementará el Plan de Comunicación en Situación de Crisis y propondrá acciones correctivas en la mejora de la comunicación si fuere necesario.

17. Rendición de cuentas a la sociedad.

La rendición de cuentas a la sociedad es nuestra forma de comunicación a la ciudadanía de todas las políticas públicas que hemos desarrollado y cómo lo hemos hecho. Para su realización, se conformará un Comité Técnico de Rendición de Cuentas.

18. Coordinación

Para que los trabajos de comunicación se realicen de manera coordinada, el equipo de comunicación deberá realizar reuniones periódicas y realizar una planificación mensual de actividades a desarrollar. Para que esto sea posible es necesario:

- Conocer la agenda del presidente, el gerente general y otros.
- Priorizar eventos más relevantes.
- Establecer la agenda mediática a marcar.
- Investigar datos o información de interés.
- Subir información al portal con links al contenido o servicios promovidos en cada evento.
- Identificar personajes clave para:
 - o Planificar entrevistas/post en redes sociales.
 - o Historias de éxito.
 - o Redactar comunicados resaltando mensajes clave.

18.1 Aniversario N° 50 de la INC

Planes de Comunicación

Esta estrategia de comunicación de la INC será la base para todos los planes de comunicación que hagan falta para las acciones comunicacionales



Ing. Javier Rodríguez Ferrar
Presidente
Industria Nacional del Cemento

específicas dentro de la institución. Además de guardar un historial impreso de la estrategia y los planes, también se preverá el archivado online de todos los documentos.



Ing. Javier Rodríguez Ferrer,
Presidente
Industria Nacional del Cemento