

	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Código: PRO-DPC-001 Emisor: SGAB-DPC Versión: 01 Página: 1 de 7
---	--	--

GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

ELABORADO POR	VERIFICADO POR	VISTO BUENO POR
Nombre y Apellido: Lic. David González Ronald Villalba Esteban Areco	Nombre y Apellido: Lic. Liz Irala	Nombre y Apellido: Ing. Alejandro Hunicken
Cargo: Funcionario del DPC. Funcionario del DPC. Funcionario del DPC.	Cargo: Jefe del DPC.	Cargo: Titular, Secretaria de Gabinete.
Firma:  Fecha: 03-10-2025	Firma:  Fecha: 28-10-2025	Firma:  Ing. Agr. Alejandro Hunicken Director de Gabinete SENAVE Fecha: 03-11-2025



GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Código: PRO-DPC-001
Emisor: SGAB-DPC
Versión: 01
Página: 2 de 7

1. OBJETIVO

Establecer la metodología y los pasos para la gestión efectiva de la Comunicación Institucional, asegurando la coherencia de los mensajes y el fortalecimiento continuo de las relaciones con los públicos interno y externo.

2. ALCANCE

Abarca desde la recopilación de la información hasta la difusión interna y externa.

3. PROCESO/SUB PROCESO RELACIONADO

E02.01 GESTION DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

E02.02 GESTION DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

4. SIGLAS Y DEFINICIONES

4.1. Siglas

- 4.1.1. **DPC:** Departamento de Prensa y Comunicación.
- 4.1.2. **ECECI:** Equipo de Conducción Estratégica y Control Interno.
- 4.1.3. **SENAVE:** Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas.
- 4.1.4. **MITIC:** Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

4.2. Definiciones

- 4.2.1. **Documento:** información y el medio en el que está contenida. Ejemplo: registro especificación, documento de procedimiento, plano, informe y norma.
- 4.2.2. **Difusión:** proceso de transmitir y distribuir información de una fuente a otras entidades o personas, utilizando diversos medios como internet, redes sociales, medios tradicionales o incluso el boca a boca.
- 4.2.3. **Contenidos:** se refiere a todo tipo de información que se utilizan para transmitir al público objetivo.
- 4.2.4. **Campañas de comunicación:** contempla una serie de actividades planificadas utilizando varios canales de comunicación con el objetivo de promover un servicio, idea o evento a una audiencia objetivo, que puede ser interno o externo.
- 4.2.5. **Emisor:** Quien inicia la transmisión de información hacia el público destinatario.
- 4.2.6. **Hitos comunicacionales:** Son las acciones misionales del año que puedan ser consideradas como hitos comunicacionales por su relevancia para los distintos públicos de la institución.



Three handwritten signatures in blue ink.



GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Código: PRO-DPC-001
Emisor: SGAB-DPC
Versión: 01
Página: 3 de 7

5. RESPONSABLE

Todas las dependencias son responsables de la aplicación de este procedimiento.

6. ACTIVIDADES

6.1. Recopilación de información

El DPC remitirá a todas las áreas el **FOR-DPC-001 "TABLA DE CONTENIDOS"**, vía correo institucional, preferentemente en el último trimestre del año.

Las áreas tendrán un plazo máximo de 30 días desde su recepción, para remitir vía correo electrónico institucional del director de la dependencia al correo comunicaciones@senave.gov.py los datos requeridos, conforme a la necesidad de comunicación interna y externa identificada.

6.1.1.1. Información que registrar en el FOR-DPC-001

Para el llenado del **FOR-DPC-001 "TABLA DE CONTENIDOS"**, los directores de las todas dependencias son responsables de verificar y aprobar de acuerdo a los siguientes criterios:

6.1.1.2. Temas a Comunicar (Qué comunicar):

En la primera columna se deberá establecer los asuntos que deben ser comunicados desde la dependencia, en concordancia con los procesos asignados en el Manual de Organización y Funciones vigente.

En los casos donde se tuviere más de un tema, se agregarán filas para cada caso.

Ejemplos:

- Informes técnicos.
- Actividades.
- Planes, proyectos y/o Programas.
- Campañas.
- Disposiciones Normativas.
- Disposiciones Internas.

6.1.1.3. Frecuencia de la Comunicación:

En esta columna se deberá indicar la periodicidad de cada tema mencionado en el 6.1.1.1, debe ser comunicado, pudiendo ser de manera diaria, semanal, mensual, trimestral, semestral, anual, en fechas o periodos bien determinados o según necesidad.

6.1.1.4. Emisor Responsable:

En esta columna se deberá especificar quien será responsable de la información publicada según cada caso, pudiendo ser el Departamento o la Dirección.



mecip
2015

	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Código: PRO-DPC-001 Emisor: SGAB-DPC Versión: 01 Página: 4 de 7
---	--	--

6.1.1.5. Partes interesadas (A quien comunicar):

En esta columna se deberá especificar el público destinatario de la información, pudiendo ser público interno determinado o público general del SENAVE, usuarios de los servicios del SENAVE, ciudadanía, medios de comunicación, instituciones y organismos vinculados, gobierno, órganos de control, etc.

6.1.1.6. Medios y materiales de comunicación (cómo comunicar):

En esta columna se deberá indicar la forma adecuada de transmitir la información, considerando al público destinatario, las opciones disponibles y los medios establecidos oficialmente en las normativas de referencia de acuerdo con el ámbito de competencia de cada dependencia.

Ejemplos:

- Documentos oficiales internos: Notas, actas, memos, providencias, dictámenes, Resoluciones, etc.
- Boletín informativo interno, circulares, Intranet
- Documentos Oficiales externos: Notas, resoluciones, convenios, contratos, comunicados.
- Volantes, afiches, trípticos, etc.
- Redes Sociales, página web, medios de comunicación masiva, correo electrónico, mensajería vía celular.
- Reuniones, capacitaciones.
- Otros.

6.1.1.7. Tipo de Comunicación

En esta columna se deberá especificar si la información será de difusión interna o externa, pudiendo ser destinada para ambos en algunos casos, aclarando los medios y materiales en cada uno, según lo descrito en el 6.1.1.5.

6.2. Compilación y Análisis

El DPC realizará un análisis de la información recibida por las distintas dependencias por medio del FOR-DPC-001 "TABLA DE CONTENIDOS".

6.3. Elaboración del Plan de Comunicación Institucional

El DPC en base a la información analizada elaborará el FOR-DPC-002 "PLAN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL", el cual será remitido a la Secretaría de Gabinete para su aprobación, mediante la firma del titular.

6.4. Plan de Comunicación Institucional

El DPC deberá comunicar vía correo electrónico institucional a todas las áreas la aprobación del FOR-DPC 002 "PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL".



Three handwritten signatures in blue ink.





GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Código: PRO-DPC-001
Emisor: SGAB-DPC
Versión: 01
Página: 5 de 7

6.5. Ejecución del Plan de Comunicación Institucional

6.5.1. Comunicación Interna

Los responsables definidos en el 6.1.1.3 deberán realizar la comunicación requerida, conforme a los criterios establecidos en el **FOR-DPC-002 "PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL"**.

6.5.2. Comunicación Externa

El DPC realizará una clasificación de las informaciones de tipo externas, para elaborar un cronograma de comunicaciones que serán establecidas en el **FOR-DPC-003 "PROGRAMA DE DIFUSIÓN ANUAL"**, que será verificado por el titular de la Secretaria de Gabinete y aprobado por Resolución de la MAI.

6.5.2.1 El FOR-DPC 003 "PROGRAMA DE DIFUSIÓN ANUAL" será elaborado por el DPC, conforme a los siguientes ítems:

6.5.2.1.1 Eje Estratégico: Conforme al Plan estratégico Institucional en curso, se deben seleccionar los ejes que guiarán las acciones del Plan de Difusión Anual.

6.5.2.1.2 Público: definir los Públicos Objetivo, citando primero a aquellas personas/asociaciones/instituciones que tienen relacionamiento con el trabajo y/o servicio de la institución y tienen incidencia relevante para la misma. Pueden ser ciudadanía, usuarios, medios de comunicación, agentes cooperantes, etc.

6.5.2.1.3 Mensajes: Considerando el público objetivo definido y el eje estratégico, se deben definir los mensajes adecuados al lenguaje de dicho público.

6.5.2.1.4 Canales: tras identificar el público objetivo y elaborado los mensajes institucionales para cada uno, se debe analizar el canal de comunicación a ser utilizado para transmitir los mensajes construidos.

6.5.2.1.5 Hitos comunicacionales: Se debe contemplar, además de las acciones de impacto positivo, aquellas que puedan significar amenazas, de modo a estar preparados para apoyar posibles situaciones de crisis.

6.5.2.1.6 Requerimientos: Luego de haber analizado el Contexto, los Objetivos, la definición de Públicos Objetivo, los Mensajes, y de haber seleccionado los Canales a ser utilizados, se deben construir los Presupuestos y establecer los Recursos Humanos necesarios para implementar dichas acciones comunicacionales.

6.6 Campaña de Comunicación






GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Código: PRO-DPC-001
Emisor: SGAB-DPC
Versión: 01
Página: 6 de 7

El DPC define la ejecución de una campaña de comunicación, basado en la necesidad detectada a través de los monitoreos, decisiones del ECECI, propuestas de las dependencias etc. La planificación de la campaña se realiza en forma conjunta con la dependencia solicitante utilizando el "FOR-DPC-004 CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN"

7. CONTROL DE CAMBIOS

Ítem	Página	Cambios

8. REFERENCIAS

8.1. Ley N° 2459/04: "Que crea el Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas (SENAVE)".

8.2 El Decreto N° 2.274/2019 de Paraguay reglamenta la Ley N° 6207/2018, que creó el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC).

8.3 Resolución MITIC N° 396/2020 POR LA CUAL SE APRUEBA E IMPLEMENTA EL REGLAMENTO DE LOS LINEAMIENTOS SOBRE ÁREAS DE COMUNICACIÓN DE ORGANISMOS Y ENTIDADES DEL ESTADO (OEE), DE LA INSTANCA DE COORDINACIÓN DE COMUNICADORES DE OEE, SU CAPACITACIÓN Y LOS FLUJOS DE INFORMACIÓN ENTRE EL MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (MITIC) Y LOS OEE, CONFORME, A LOS ARTÍCULOS 15, 16 Y 17 DEL DECRETO N° 2.274/19.

8.4 GUÍA DE CONTENIDOS PARA EL PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE ORGANISMOS Y ENTIDADES DEL ESTADO DEL MITIC

9. DOCUMENTOS

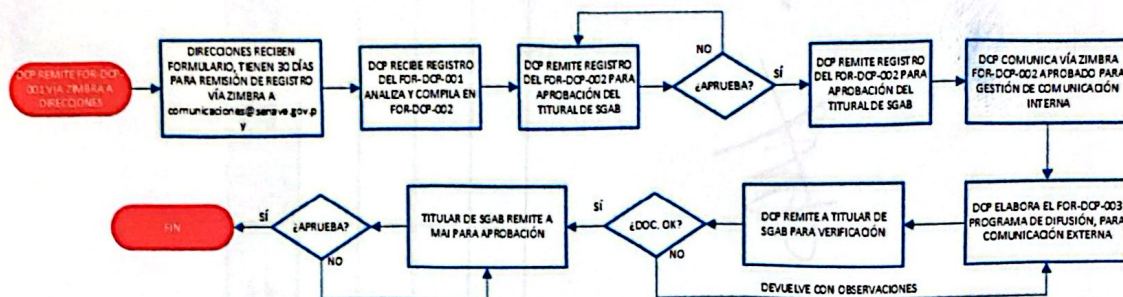
Nombre del Documento	Código	Área de archivo	Responsable	Tiempo de retención por dependencia	Disposición Final
TABLA DE CONTENIDOS	FOR-DPC-001	Servidor de SENAVE	DPC	INDEFINIDO	N/A
PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	FOR-DPC-002	DPC	DPC	5 AÑOS	ARCHIVO CENTRAL
PROGRAMA DE DIFUSIÓN ANUAL	FOR-DPC-003	DPC	DPC		
CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	FOR-DPC-004	AREA SOLICITANTE	AREA SOLICITANTE		



mecip
2015

10. ANEXOS

ANEXO I: Flujograma de actividades



11. APROBACIÓN DEL DOCUMENTO

APROBACIÓN POR LA MAI	
Nombre y Apellido	
Fecha	
Vigencia	El documento entra en vigencia desde la fecha de promulgación de la resolución.



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



TABLA DE CONTENIDOS

Código: FOR-DPC-001
Emisor: SG-DPC
Versión: 01
Página: 1 de 1

DEPENDENCIA:

FECHA:

Ítem	Temas a Comunicar (Qué comunicar)	Frecuencia de Comunicación (Cuándo comunicar)	Emisor Responsable (Quién comunica)	Partes Interesadas (A quién comunicar)	Medio y materiales a utilizar (Cómo comunicar)	Tipo de Comunicación

Elaborado por:

Verificado y Aprobado por:



Three handwritten signatures in blue ink.

60000006





PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Código: FOR-DPC-002
Emisor: SG-DPC
Versión: 01
Página: 1 de 1

Ítem	Temas a Comunicar (Qué comunicar)	Frecuencia de Comunicación (Cuándo comunicar)	Emisor Responsable (Quién comunica)	Partes Interesadas (A quién comunicar)	Medio y materiales a utilizar (Cómo comunicar)	Tipo de Comunicación

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:



Handwritten signatures and initials in blue ink.

00000010





PROGRAMA DE DIFUSIÓN ANUAL

Código: FOR-DPC-003
Emisor: SG-DPC
Versión: 01
Página: 1 de 1

DEPARTAMENTO DE PRENSA Y COMUNICACIÓN

FECHA:

AUTORIDAD DE COMUNICACIÓN REGISTRADA EN MITIC:

CARGO:

CELULAR:

Eje Estratégico	Público	Mensaje	Canal	Hitos comunicaciones	Requerimientos

CORREO ELECTRÓNICO:

Elaborado por:

Aprobado por:





CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Código: FOR-DPC-004

Emisor: SG-DPC

Versión: 01

Página: 1 de 1

00000012

BRIEF DE CAMPAÑA

Dependencia y punto de contacto:	<i>Jefatura o Dirección que lidera la campaña Nombre y rol de referente para contacto Información de contacto (celular y correo electrónico)</i>
Tema de campaña:	<i>Indicar el tema central de la campaña.</i>
Periodo de campaña:	<i>Plazo en la cual debe ejecutarse</i>
Cobertura de campaña:	<i>Indicar si la campaña es interna, externa, nacional, regional, departamental, etc.</i>

- ♦ **Nota:** Toda la información proveída será utilizada para diseñar la propuesta creativa y operativa de la campaña o piezas solicitadas.
- ♦ **Compromiso:** Cuanto más preciso sea el llenado de este brief, más eficiente será la respuesta en tiempos y resultados.

DATOS

Situación general	<i>Descripción de la situación, datos concretos y números relevantes del tema de campaña.</i>
Referencias linkeadas de campañas anteriores	<i>Breves explicaciones y links a materiales de campañas anteriores para tener una idea de las estrategias y mensajes ya utilizados.</i>
Buenas prácticas y aprendizajes de campañas anteriores o similares	<i>Listar acciones que tuvieron buenos resultados y/o propuestas que, en su aplicación, no lograron su propósito. En caso de querer mantener un mensaje o estrategia de una campaña anterior, listar también en este apartado.</i>
Leyes y/o resoluciones que influyen en la campaña	<i>Por ejemplo: Ley XXX que otorga días de permiso para hacerse exámenes ginecológicos.</i>
Objetivo:	<i>Al escribir los objetivos de campaña considerar escribir un objetivo en general, otro específico de comunicación y otro específico relacionado al cambio de comportamiento que se pretende promover.</i>
Público:	<i>Son las diferentes poblaciones a las que apuntamos con la campaña</i>
Mensajes:	<i>Establecer las líneas de mensajes a comunicar en la campaña. Aquí también se pueden compartir conceptos claves, terminologías a evitar y vocabularios institucionales</i>
Obligatorios	<i>Información que debe ir en la comunicación si o si aparte de los mensajes. Por ejemplo, Centros de Control con dirección y horarios que deben ser parte de los flyers para redes sociales, también en caso que tengan algún perfil referente que quieren que participe de la comunicación.</i>
Pedido para el equipo creativo	<i>Listar las necesidades y/o pedidos que solicitan al equipo de creatividad, flyers, videos, slogan, etc</i>

Elaborado por:

Aprobado por:



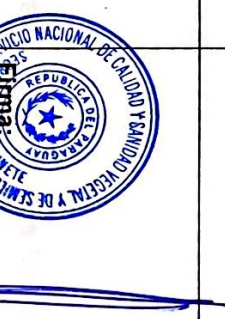
[Handwritten signatures]



60000013

	ELABORACION DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN	Código: ITR-DPC-001 Emisor: SG-DPC Versión: 01 Página: 1 de 3
---	--	--

ELABORACIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN

ELABORADO POR	VERIFICADO POR	VISTO BUENO POR
Nombre y Apellido: Ronald Villalba	Nombre y Apellido: Lic. Liz Itala	Nombre y Apellido: Ing. Alejandro Hunicken
Cargo: Funcionario del DPC	Cargo: Jefe del DPC	Cargo: Titular, Secretaria de Gabinete
Firma: 	Firma:  Fecha: 28 de mayo de 2025	Firma:  Fecha: 28 de mayo de 2025 Ing. Alejandro Hunicken Director de Gabinete SENAVE





ELABORACION DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN

Código: ITR-DPC-001
Emisor: SG-DPC
Versión: 01
Página: 2 de 3

1. OBJETIVO

Establecer la sistemática a seguir en la elaboración de contenidos institucionales dirigidas al público interno y externo

2. ALCANCE

Abarca desde la solicitud de elaboración de un material de comunicación hasta la aprobación del mismo.

3. PROCESO/SUB PROCESO RELACIONADO

E02.01 GESTION DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

E02.02 GESTION DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

4. SIGLAS Y DEFINICIONES

4.1. Siglas

4.1.1. **DPC:** Departamento de Prensa y Comunicación.

4.1.2 **SENAVE:** Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas.

4.1.3 **MITIC:** Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

4.2. Definiciones

4.2.1 **Documento:** información y el medio en el que está contenida. Ejemplo: registro especificación, documento de procedimiento, plano, informe y norma.

4.2.2 **Contenidos:** se refiere a todo tipo de información que se utilizan para transmitir al público objetivo.

5. RESPONSABLE

El DPC será responsable de la aplicación de este instructivo, en colaboración con todas las dependencias del SENAVE para la provisión de datos.

6. ACTIVIDADES

6.1. Recepción de pedidos

El DPC del SENAVE recepcionará los pedidos de elaboración de contenidos a través del correo electrónico institucional del departamento.

6.2. Verificación de datos:

El DPC verificará los datos o información proporcionada para asegurarse de que corresponda al pedido solicitado. Esto garantiza que el contenido creado sea preciso y relevante para las necesidades del solicitante.




 **mecip**
2015



ELABORACION DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN

Código: ITR-DPC-001
Emisor: SG-DPC
Versión: 01
Página: 3 de 3

00000015

6.3. Elaboración de contenido

Conforme a las informaciones proporcionadas se elaboran los materiales gráficos o audiovisuales, siguiendo las normas gráficas del gobierno actual establecido por el MITIC. Los contenidos pueden ser flyers, volantes, trípticos, certificados, comunicados, videos, etc.

6.4 Verificación de contenido

El DPC presentará el material solicitado a la dependencia solicitante para su revisión y aprobación. El solicitante verificará que los datos y contenido del material correspondan al pedido establecido.

6.5 Aprobación de contenido

La aprobación del contenido será responsabilidad exclusiva del área solicitante.

7. CONTROL DE CAMBIOS

Ítem	Página	Cambios

8. DOCUMENTOS

Nombre del Documento	Código	Área de archivo	Responsable	Tiempo de retención por dependencia	Disposición Final

9. APROBACIÓN DEL DOCUMENTO

APROBACIÓN POR LA MAI	
Nombre y Apellido	
Fecha	
Vigencia	El documento entra en vigencia desde la fecha de promulgación de la resolución.

