

RESOLUCIÓN N°1940/2024/DG/SG/DPP.

POR LA CUAL SE ACTUALIZA LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA DIRECCION NACIONAL DE CORREOS DEL PARAGUAY (DINACOPA).

Asunción, 23 de setiembre de 2024

VISTO: La Nota N° 32/DPP/2024, de setiembre, donde comunica que en base a los trabajos de revisión realizados por el equipo técnico designado, y tras la correspondiente verificación llevada a cabo por la Asesoría de Comunicación; y

CONSIDERANDO: Que la Política de Comunicación de la DINACOPA tiene como objetivo garantizar la transparencia en la gestión institucional, facilitando el acceso a la información pública y promoviendo la rendición de cuentas ante la ciudadanía.

Que, la Ley 4016/2010 “Que crea la Dirección Nacional de Correos del Paraguay –DINACOPA”, en su Art. 7, Funciones,-Inc. D) promover las acciones necesarias para la adecuada utilización de la asistencia y cooperación técnica en materia postal a escala nacional e internacional y propender a la interacción y cooperación mutua con entidades del sector público y privado , j) diseñar , elaborar y proponer la normativa orgánica de la DINACOPA, para el mejor servicio y funcionamiento administrativo y operativo;

Que, el Decreto N° 62 de fecha 17 de agosto del 2023 de la Presidencia de la República del Paraguay, nombra a la Dra. Nidia Rosa López de González, como Directora General de la Dirección Nacional de Correos del Paraguay;

POR TANTO; En uso de sus atribuciones legales,

**LA DIRECTORA GENERAL DE LA DINACOPA
RESUELVE:**

Art. 1º. ACTUALIZAR, la Política de Comunicación de la Dirección Nacional de Correos del Paraguay (DINACOPA), adjunto el manual de la Política de Comunicación a la presente Resolución.

Art. 2º. DISPONER que por intermedio de la Asesoría de Comunicación, se proceda a la difusión y socialización correspondiente

Art. 3º. COMUNICAR, a quienes corresponda y cumplido archivar.



Sr. CESAR MANUEL GONZALEZ
Secretario General



Dra. NIDIA ROSA LOPEZ DE GONZALEZ
Directora General
Dirección Nacional de Correos del Paraguay
Dinacopa



***POLÍTICAS
DE
COMUNICACIÓN***

**Asunción - Paraguay
2024**

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 2

ÍNDICE

Política de la Comunicación.....	3
1. Comunicación Institucional.....	3
1.1. Administración de la Comunicación.....	3
Lineamiento 1. Conformación de un Comité de Comunicación.....	4
Lineamiento 2. Planeamiento Estratégico de la Comunicación.....	4
Lineamiento 3. Canalización de la Información y la Documentación.....	4
Lineamiento 4. Elaboración y diseño de materiales comunicativos.....	5
Lineamiento 5. Mantenimiento y actualización constante de la página oficial de la Institución.....	5
Lineamiento 6. Comunicación en las redes sociales.....	6
1.2. Alineación Estratégica.....	6
2. Comunicación Pública.....	7
2.1. Manejo de la Información.....	8
Lineamiento 1. Relacionamiento con los grupos de interés.....	8
Lineamiento 2. Relacionamiento con los medios de comunicación.....	9
Lineamiento 3. Clasificación de la Información.....	10
3. Rendición de Cuentas.....	11
3.1. Mecanismos de Rendición de Cuentas.....	11
Lineamiento 1. Elaboración de materiales estratégicos.....	12
Lineamiento 2.....	12

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 3

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

En la Dirección Nacional de Correos del Paraguay (Dinacopa), la comunicación tendrá carácter estratégico para el cumplimiento de la misión. Sus objetivos serán el de contribuir a fortalecer la cultura de la transparencia en la gestión de la institución y proyectar la imagen institucional. Para los cuales:

- 1- Se orienta la comunicación institucional a garantizar coherencia en la actuación de los funcionarios públicos con respecto a la misión institucional, a fortalecer su sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración para la realización del trabajo armónico.
- 2- Gestionará la información como un bien colectivo, indispensable para el conocimiento de los procesos, la realización del trabajo y para garantizar una adecuada interlocución con sus grupos de interés.
- 3- Tendrá un programa de Rendición de Cuentas a la ciudadanía, en el marco del entendimiento de la administración como un servicio, y de la Rendición de Cuentas como el deber en el ejercicio de los principios del interés público y la transparencia que deben tener los actos de los servidores públicos.

1. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

La comunicación institucional es aquella que orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la institución, para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfocan el accionar de la Dirección Nacional de Correos del Paraguay (Dinacopa).

1.1. ADMINISTRACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA:

La Dirección Nacional de Correos del Paraguay (Dinacopa) administrará su Política de Comunicación a través de la Asesoría de Comunicación, creada por Resolución N.º: 18/2014/DG/SG, que tiene por objetivo apoyar la política y estrategia de la institución, difundir la gestión desarrollada que basa su accionar en una planificación estratégica y orientada a crear una imagen exterior de la institución, coherente con la identidad corporativa, que favorece su posicionamiento. Y, además, logre una adaptación permanente a los cambios del entorno, mediante el conocimiento actualizado del sector, de manera que le permita conocer las necesidades, deseos y comportamientos de sus usuarios actuales o potenciales. Conocer los movimientos de la organización y del resto de los factores del entorno que facilitan u obstaculizan la actividad desarrollada por la misma, a fin de elaborar y desplegar una estrategia adecuada que le asegure el éxito de la gestión.

Para el desarrollo de sus actividades, la institución cuenta con un plantel de funcionarios, quienes también se convierten finalmente en uno de los grupos de interés.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 4

La comunicación institucional está orientada respecto a la misión, la visión y las políticas institucionales, así como los principios y valores establecidos en el Código de Ética.

Para generar un fuerte sentido de pertenencia y de trabajo en cooperación se llevarán a cabo acciones para la generación de espacios de encuentro y relacionamiento y eventos para el reconocimiento de la labor de los funcionarios.

LINEAMIENTO 1.

COMFORMACIÓN DE UN COMITÉ DE COMUNICACIÓN.

La Dirección Nacional de Correos poseerá un plantel de especialistas multidisciplinarios conformado por los representantes de la Asesoría de Comunicación, Relaciones Públicas, Prensa, Secretaría General, Secretaría Privada, que organizan, estructuran y vinculan la información interna y externa al sistema, apoyando el buen funcionamiento de la comunicación institucional y pública.

ORIENTACIONES:

1. La Asesoría de Comunicación propondrá los canales de comunicación entre las distintas unidades y niveles técnicos y administrativos.
2. Se conformará un equipo con representantes de las distintas áreas de la Dinacopa.

LINEAMIENTO 2.

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN.

Esta actividad se basará en las políticas institucionales, los procesos, lineamientos éticos, planes y programa; el contexto y los resultados de la línea de base para la elaboración de un Plan de Acción de Comunicación en forma anual para la Dirección Nacional de Correos. Esta actividad estará a cargo del Comité de Comunicación que será conformado para dicho efecto.

ORIENTACIONES:

1. Se elaborará un Plan Operativo de Acciones Comunicativas de la Dirección Nacional de Correos para calendarizar y planificar las diversas actividades de todo un año.
2. El referido plan deberá contemplar todas las acciones de comunicación, articulando las actividades previstas de modo a optimizar los recursos institucionales.

LINEAMIENTO 3.

CANALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN.

Las dependencias de la Dirección Nacional de Correos participarán activamente en el proceso de garantizar la correcta canalización de la información y documentación, promoviendo y mejorando el trabajo en equipo, a través de espacios formales que darán a conocer de manera oportuna y transparente la información relacionada a la gestión de la institución.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 5

ORIENTACIONES:

1. Cada dependencia comunicará los datos, informes y productos a los canales establecidos o redes de enlaces.
2. Cada dependencia remitirá, además, la documentación requerida que sirva como medio para la verificación formal.

LINEAMIENTO 4.

ELABORACIÓN Y DISEÑO DE MATERIALES COMUNICATIVOS.

Se prepararán materiales oportunos y adecuados para la comunicación con los grupos de interés de la Dirección Nacional de Correos, de acuerdo con estos parámetros:

- Documentales fílmicos y/o producciones multimedia que evidencien las acciones de la institución en el ámbito de su aplicación.
- CD's o soportes magnéticos que contengan información referentes a la gestión institucional.
- Murales en sitios estratégicos, donde se exhibirán materiales informativos producidos por las dependencias que sean de interés para los funcionarios.
- La Asesoría de Comunicación supervisará los materiales que serán difundidos en los murales: circulares, resoluciones, decretos, leyes, comunicados, informativos, trípticos, convocatorias, avisos, volantes y otros.
- Medios impresos para la promoción de las actividades y objetivos misionales de la institución.
- Los materiales producidos para la difusión masiva deberán ajustarse a las pautas establecidas en el presente documento.
- La Asesoría de Comunicación orientará y supervisará a todas las dependencias para la elaboración de los materiales que posteriormente serán impresos o difundidos en las diferentes plataformas.

Responsable: Asesoría de Comunicación dependiente de la Dirección General.

LINEAMIENTO 5.

MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN CONSTANTE DE LA PÁGINA OFICIAL DE LA INSTITUCIÓN.

Se realizará un conjunto de acciones tendientes al mantenimiento y actualización de la página web de la institución. En lo que respecta a noticias se responsabilizará la Asesoría de Comunicación y de los documentos oficiales la Dirección de Tecnología.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 6

Responsables: Asesoría de Comunicación, dependiente de la Dirección General, y la Dirección de Tecnología, dependiente de la Dirección General.

LINEAMIENTO 6.

COMUNICACIÓN EN LAS REDES SOCIALES.

Las redes sociales (Facebook, X o exTwitter, Instagram y otros) son estructuras que intercomunican y conectan a personas, instituciones y marcas. Utilizan plataformas digitales desde internet para establecer relaciones entre personas. Fortalecer comunidades digitales con intereses comunes. Son canales de comunicación que permiten difundir información, promocionar productos y servicios, e interactuar con los públicos objetivos.

Se desarrollarán contenidos oportunos y adecuados para la comunicación con los grupos de interés de la Dirección Nacional de Correos del Paraguay (Dinacopa), de acuerdo con los siguientes parámetros:

- La Asesoría de Comunicación supervisará los materiales que serán socializados en las redes sociales institucionales, ya que actualmente, en el momento de la redacción de este documento, están en funcionamiento varias cuentas de las distintas sucursales. Sin embargo, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (Mitic) reconoce una sola cuenta para cada una de las redes sociales y es la que se utiliza para socializar las acciones y los productos y servicios de la Dinacopa.
- La Asesoría de Comunicación supervisará las otras cuentas que son utilizadas por las sucursales u otras dependencias.
- Para la creación de una nueva cuenta de redes sociales para sucursales o dependencias tendrá que ser autorizada por la Asesoría de Comunicación.
- El éxito de las redes sociales obedece a una estrategia que humanizó contenidos, definió campañas por temas enfocados siempre a los grupos de interés de la entidad e innovó en distintos formatos mediante la transformación de espacios de comunicación (transmisiones, sondeos, boletines, etc.) que lograron consolidar una audiencia sensible a los temas relacionados a la Dinacopa.
- ¿Por qué es importante estar en las redes sociales?

-Porque son las plataformas con mayor confluencia y tráfico de usuarios en escenarios digitales.

-Para conversar con la ciudadanía, entidades, servidores y colaboradores del Estado.

-Se fortalece la marca Dinacopa.

-Se genera posicionamiento de la entidad y de sus temas principales.

-Permite conocer cómo es la percepción de los usuarios de los servicios que presta la entidad.

Responsable: Asesoría de Comunicación, dependiente de la Dirección General.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 7

1.2. ALINEACIÓN ESTRATÉGICA.

ESTRATEGIA:

En la Dirección Nacional de Correos se implementará un programa de alineación estratégico, con el propósito de vincular a dependencias hacia el logro de la estrategia de la institución.

La misma filosofía regula el comportamiento de las entidades, estas, incluso, para mantener un cierto estilo, deben reglamentar todas las expresiones en las que se mezclan su imagen. Por ejemplo: el logotipo, la misión, la visión, la política de calidad, los objetivos institucionales, el código de ética y los valores institucionales. Finalmente, los aspectos externos como el aspecto de la estructura edilicia, el mobiliario y, hasta si se quieren, la decoración de las oficinas institucionales.

ORIENTACIONES:

- 1- Para el relacionamiento y difusión de información, la Dirección Nacional de Correos adopta un manejo coherente del lenguaje y cuida la forma en que se comunica con los grupos de interés, considerando siempre la misión institucional, los lineamientos y los valores éticos.
- 2- La Asesoría de Comunicación proveerá a las dependencias los insumos necesarios para un adecuado manejo de una imagen corporativa de las piezas de comunicación, logotipos, tipografías, slogan, etc.
- 3- Las dependencias de la Dirección Nacional de Correos acudirán a la Asesoría de Comunicación para recibir orientación sobre la forma de encarar las campañas de difusión.
- 4- Todas las dependencias de la institución serán adecuadamente informadas sobre los formatos a tener en cuenta para las campañas de difusión.

2- COMUNICACIÓN PÚBLICA.

La Comunicación Pública es aquella que apoya la construcción de una visión institucional compartida, con el perfeccionamiento de las relaciones humanas de las entidades públicas hacia los grupos de interés internos y externos. Es decir, la interacción entre las personas y la realidad organizacional, con el propósito de lograr que los mensajes, datos, ideas y actitudes apoyen el acercamiento de la entidad a los grupos que atiende, y estos a su vez faciliten el cumplimiento de sus objetivos.

ESTRATEGIA:

Define y se encarga de la proyección de su identidad e imagen corporativa. Caracteriza sus interacciones con los grupos de interés institucional. Interviene en la cultura organizacional para generar coherencia interna. Para ser considerado exitoso, todo proceso comunicacional debe estar

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 8

centrado en la conducta humana y ser, además, coherente con el propósito misional, específico y compatible con las formas adaptadas por la entidad para comunicarse con sus públicos internos o externos. Ser oportuno, dinámico, veraz e integral, de tal manera que genere una configuración organizacional que permita la interacción de las personas, para el logro de los propósitos institucionales y de los fines sociales del Estado.

La interacción comunicativa es el resultado del suministro de información oportuna y necesaria hacia el interior de las entidades, para facilitar el desarrollo de los procesos, las actividades y las tareas concretas. Garantiza la circulación de la información hacia los diferentes grupos de interés externo. Promueve la rendición de cuentas a la comunidad así como la movilización social hacia el entendimiento de los fines esenciales del Estado y el respeto por lo público.

Responsable: Asesoría de Comunicación.

2.1. MANEJO DE LA INFORMACIÓN.

ESTRATEGIA:

La información identificada, clasificada, consolidada, sistematizada y establecida como pública se dará a conocer en forma oportuna y servirá como base para elaborar materiales informativos, educativos y la toma de decisiones.

LINEAMIENTO 1.

RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS.

La Dirección Nacional de Correos en su política de apertura a los grupos de interés genera espacios de nuevas ideas para cubrir necesidades y de mejora en base a la crítica constructiva, a través de la realización de eventos, principalmente con los gremios vinculados a la actividad postal, de modo a crear vínculo para la solución de conflictos que afecten el buen desarrollo de la actividad institucional.

ORIENTACIONES:

- 1- Las relaciones con gremios se realizará en colaboración y sobre la base de alianzas estratégicas, proporcionando espacios de concertación y firma de pactos éticos con el sector privado.
- 2- Se dará amplia difusión a las bases y condiciones establecidas en los procesos de contrataciones de bienes y servicios, así como los resultados de dichos procesos.
- 3- La Asesoría de Comunicación realizará acciones conjuntas con otras instituciones públicas, a fin de proporcionar y propiciar el intercambio de experiencias e información.
- 4- La información destinada a los grupos de interés se canalizará a través del área de Asesoría de Comunicación.
- 5- La información será difundida de manera oportuna, considerando el interés colectivo y respetando la confidencialidad.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 9

- 6- La Asesoría de Comunicación asesorará a las diversas instancias sobre la estrategia, los formatos y tiempos a ser utilizados en la elaboración de materiales informativos.
- 7- La participación en exposiciones y/o ferias nacionales e internacionales serán canalizadas a través de la Asesoría de Comunicación.
- 8- Las diferentes dependencias de las Dirección Nacional de Correos proveerán a la Asesoría de Comunicación, al área de Relaciones Públicas, y de Prensa, la información que deba comunicarse.
- 9- El área de Prensa tendrá la responsabilidad de ajustar la información recepcionada por la Asesoría de Comunicación (de acuerdo al estándar establecido).
- 10- Se crearán espacios de discusión para la efectiva participación ciudadana y concertación de intereses, a los efectos de atender las demandas y necesidades de la población para la toma de decisiones.

LINEAMIENTO 2.

RELACIONAMIENTO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La Dirección Nacional de Correos fomentará una política de apertura y de buen relacionamiento formal e informal con los representantes de los medios de comunicación masivos a nivel nacional e internacional para la satisfacción oportuna de las demandas y la difusión estratégica de la información institucional.

Las demandas de los medios de comunicación y los requerimientos institucionales requieren de una adecuada coordinación para dar satisfacción a las partes, ya sea encuentros formales e informales con los periodistas, convocatoria de prensa, preparación de eventos con los medios, como la distribución de informes e inclusive la recepción de demandas.

ORIENTACIONES:

- 1- La Asesoría de Comunicación es la responsable de la coordinación y la convocatoria de los medios de comunicación para la realización de las ruedas de prensa con las autoridades de la institución.
- 2- Las ruedas de prensa y las reuniones informales serán realizadas dentro de la institución cuando las autoridades de la Dirección Nacional de Correos consideren necesarios comunicar sus actividades o informar a la ciudadanía de algún acontecimiento de interés ciudadano, dar a publicidad alguna postura sobre tema determinado, responder a denuncias o acusaciones, entre otros aspectos.
- 3- Las autoridades institucionales establecen como mecanismo de diálogo y de espacios de intercambio de información las reuniones informales con los periodistas.
- 4- Las ruedas de prensa “off the record” o fuera de micrófono serán también un recurso válido para ampliar las informaciones consideradas importantes para los periodistas con la reserva de citar la fuente o para ambientar decisiones en proceso que no pueden publicarse en forma oficial para precautelar los intereses de la ciudadanía.
- 5- Las entrevistas y los reportajes concedidos a los medios de comunicación, así como a los encuentros informales, se enfocarán siempre hacia el logro de un mejor posicionamiento de la entidad.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 10

- 6- La Asesoría de Comunicación coordinará las solicitudes de entrevistas y reportajes a directivos y/o funcionarios de la institución.
- 7- Cualquier funcionario o dependencia de la Dirección Nacional de Correos que necesite comunicar algo a la ciudadanía deberá recurrir a la Asesoría de Comunicación para recibir una orientación profesional antes de hacerlo.
- 8- Los directivos y/o funcionarios de la institución que sean entrevistados o respondan a reportajes ajustarán su lenguaje y actuación a las pautas establecidas en el Código de Buen Gobierno, el Código de Ética y a este material de comunicación.

LINEAMIENTO 3.

CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

El personal directivo, profesional y operativo no violentará, en ningún caso, la Constitución Nacional ni la jurisprudencia referente al derecho de acceso a la información pública que tiene todo ciudadano. Sin embargo, se ajustará a las pautas de manejo prudente y responsable de la información clasificada o confidencial y de su publicación oportuna en concordancia con el Código de Ética de la institución.

ORIENTACIONES:

- 1- El interés general prevalecerá siempre sobre el interés particular para la difusión pública de la información.
- 2- En los casos requeridos, el Director General de Correos clasificará el grado de confidencialidad de determinada información, en dos niveles y a saber:
 - a- **Confidencialidad mínima:** es la información técnica y financiera utilizada a nivel interno referente a los procedimientos postales, las recaudaciones, licitaciones, concurso de oferta, adjudicaciones, etc., cuya información sea requerida por los grupos de interés o por circunstancias especiales que ameriten una divulgación. Este es el tipo de información que no puede ser conocido sin la autorización de una autoridad responsable, ya que su uso o difusión indebida e inoportuna podría impactar negativamente en la imagen institucional.
 - b- **Confidencialidad máxima:** es la información técnica, manejada por ciertos funcionarios que no puede ser conocida por terceros sin autorización especial del Director General de Correos. Es el tipo de información que no puede ser conocida sin la autorización del Director General y en caso de ser conocida, utilizada o modificada por terceros sin la debida autorización, impactaría en forma grave a terceros y produciría daños a los sistemas y/o procesos de la institución.

-En ningún caso una información será considerada confidencial al solo efecto del interés subjetivo o para beneficio propio.

-El Director General es el responsable de determinar el tiempo que será mantenida en reserva una información declarada confidencial. No existe una frontera precisa con respecto al tiempo que tomará a ser pública una información determinada, pero se tendrán en cuenta el interés de la ciudadanía general y el contexto sociopolítico y económico.

-La información confidencial será almacenada y archivada de la siguiente manera:

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 11

Debe hacerse fuera de la vista de las personas no autorizadas. Los equipos que manipulen la información reservada o confidencial deben ser administrados y utilizados por personal autorizado. Este personal deberá tener acceso individual, como password o claves de sistemas de información o bases de datos y llaves seguras de la puerta de acceso a las oficinas y/o del archivador donde se guarda información.

3-RENDICIÓN DE CUENTAS.

Proceso que asegura la divulgación transparente de la información a la sociedad, sobre el manejo de los recursos públicos y los resultados e impacto de la gestión de la Dirección Nacional de Correos del Paraguay, generando visibilidad y transparencia.

La Dirección Nacional de Correos del Paraguay preparará una Rendición de Cuentas de su gestión al funcionariado y a la ciudadanía como mínimo una vez al año, en forma planificada, en un evento especialmente preparado y teniendo como base los objetivos metas del plan anual presupuestario, con lenguaje sencillo y comunicativo.

Líder: Director General.

3.1. La Dirección Nacional de Correos cuenta con mecanismos de Rendición de Cuentas para sus distintos grupos de interés, principalmente a la ciudadanía en general, a través de las redes sociales y su sitio web, donde se divulga:

- Informes de las gestiones realizadas por la institución.
- Convenios firmados con las distintas instituciones públicas y privadas.
- Lanzamiento de estampillas y presentación de matasellos.
- Lanzamiento de nuevos servicios postales.

LINEAMIENTO 1.

ELABORACIÓN DE MATERIALES ESTRATÉGICOS.

Se dará una amplia difusión de la información institucional entre los funcionarios y la ciudadanía en general sobre los resultados obtenidos en la gestión con los recursos materiales y tecnológicos disponibles:

ORIENTACIONES:

1-Serán preparados instrumentos que faciliten la comprensión de las informaciones de la Rendición de Cuentas:

- Folletos.
- Trípticos.
- Murales.
- Revistas.
- Gacetillas.
- Página web.

2-La institución cuenta con los siguientes medios de comunicación:

- Página web.
- Correo electrónico.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	Código DPP-2024	
		Versión: 03	Aprobado por Resolución N°1990/2024/DG/SG/DPP
		Fecha de aprobación: 23-09-2024	Página: 12

-Redes sociales.

LINEAMIENTO 2.

Se tendrán en cuenta las inquietudes, quejas y reclamos recibidos a nivel interno y externo en los eventos de Rendición de Cuentas para documentar el mejoramiento de los servicios brindados por la institución. Esa actividad tiene como responsable al departamento de Relaciones Públicas y al departamento de Prensa, dependientes de la Asesoría de Comunicación.

ORIENTACIONES:

El equipo de trabajo que elabora la Rendición de Cuentas sistematizará las inquietudes de los funcionarios y de la ciudadanía y las presentará a los directivos de la institución para su consideración.

-Los aportes de los funcionarios y de la ciudadanía serán tenidos en cuenta para el mejoramiento del servicio brindado en la institución y al momento de confeccionar el anteproyecto del presupuesto anual para las previsiones correspondientes en relación con el mejoramiento requerido.

-Las propuestas realizadas por los funcionarios y la ciudadanía en los foros de discusión de la Rendición de Cuentas serán consideradas para la concreción de los objetivos institucionales, para el buen funcionamiento y eficiente servicio postal que se brindará a la ciudadanía.