

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

1. PREMISAS BÁSICAS

La comunicación pública de la Administración Nacional de Electricidad (ANDE) está orientada a la interacción, fortalecimiento, transparencia de la gestión, credibilidad, imagen y la confianza hacia los clientes externos, a través del manejo fluido de la información generada en las diferentes áreas administrativas y técnicas de la Institución, en cumplimiento de los objetivos institucionales.

La Política de Comunicación de la ANDE se enmarca en el cumplimiento de lo establecido en la Norma de Requisitos Mínimos para Sistemas de Control Interno (MECIP 2015), en el Código de Buen Gobierno, el Código de Ética Institucional y en el Plan Estratégico Institucional (PEI).

Así también se consideran:

La Ley 5189/2014 “Que establece la obligatoriedad de la provisión de información en el uso de los recursos públicos sobre remuneraciones y otras retribuciones asignadas al servidor público de la República del Paraguay”.

La Ley N° 5282/2014 “De libre acceso ciudadano a la información pública y transparencia gubernamental” y conforme con lo establecido en la Ley 6.207/2018 que crea el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC).

La Resolución MITIC N° 396/2020 por la cual se aprueba e implementa el reglamento de los lineamientos sobre acciones de comunicación de Organismos y Entidades del Estado (OEE), de la instancia de coordinación de comunicadores de OEE, su capacitación y los flujos de información entre el MITIC y los OEE, conforme a los artículos 15, 16 y 17 del Decreto N° 2.274/2019.

La ANDE reconoce que la comunicación institucional se constituye como el elemento más importante para difundir información y/o actividades de interés para la Institución y a su vez, adquirir conocimientos sobre la percepción que los clientes internos y externos manifiestan sobre la gestión de la Institución; por tanto, adopta su Política de Comunicación.

2. ALCANCE

La Política de Comunicación aplica a todos los funcionarios de la Institución, así como también a los clientes externos.

3. OBJETIVO

Contar con un marco orientador que permita establecer la comunicación de la información en función de la toma de decisiones operativas y estratégicas en la Institución, para lograr el fortalecimiento en la relación con los clientes internos y externos.

4. POLÍTICAS GENERALES

- 4.1. Promover el flujo pertinente y continuo de la comunicación de la información para atender el relacionamiento público de la Institución, propiciando una comunicación efectiva con los clientes internos y externos, considerando a la comunicación como un eje estratégico orientado al cumplimiento de los principios de la transparencia y la participación ciudadana.
- 4.2. Fomentar la comunicación institucional, ordenada, sistematizada y estructurada a fin de mantener la calidad de la información, de manera a que la misma sea dinámica, integral, veraz, accesible, actualizada, transparente, confiable y oportuna.
- 4.3. Promover la realización de procesos específicos de comunicación a la sociedad, acerca del resultado de la gestión institucional y su impacto en el desarrollo económico, social y ambiental de la población.

5. POLÍTICAS ESPECÍFICAS

- 5.1 Fomentar el buen relacionamiento con los clientes internos y externos, facilitando la comunicación y el acceso a la información de carácter institucional, a través de los diferentes medios de comunicación interno y externo, para contribuir al logro de los objetivos institucionales.
- 5.2 Adoptar mecanismos para que la comunicación de la información institucional de los materiales promocionales, campañas gráficas, folletos informativos o videos, llegue a los clientes internos y externos de manera actualizada, clara, veraz, confiable y oportuna a través de los medios de comunicación (correo corporativo, intranet, página web, redes sociales oficiales Facebook, Twitter e Instagram), así como los grupos de Whatsapp establecidos para la difusión de información de interés institucional.

- 5.3 Impulsar la actualización de la comunicación informada a los clientes internos y externos, garantizando que la misma sea oportuna, suficiente y transparente.
- 5.4 Garantizar el libre acceso a informaciones relacionadas a la gestión institucional y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante los clientes internos y externos.
- 5.5 Garantizar el libre acceso a la información pública, y la rendición de cuentas a través del cumplimiento de lo establecido en las leyes de transparencia vigentes, a través de publicaciones realizadas en la página web institucional.
- 5.6 Promover la difusión de materiales que contengan información resaltante acerca de los resultados de la gestión institucional, los cuales serán distribuidos masivamente a través de los medios de comunicación.
- 5.7 Orientar a los clientes internos y externos sobre los canales de acceso para la comunicación con la ANDE, en caso de consultas comerciales o reclamos por falta de energía eléctrica, a través de la página web y la aplicación para móviles Mi ANDE, de modo a facilitar y agilizar la atención de las consultas y/o reclamos realizados.
- 5.8 Gestionar la participación del Presidente y autoridades de la Institución en medios masivos de comunicación, a los efectos de dar a conocer los resultados de la gestión institucional, programas y proyectos enmarcados en el Plan Maestro de Obras y del Plan Estratégico Institucional.
- 5.9 Promover la cooperación y la participación en actividades organizadas por la Comisión de Integración Energética Regional (CIER), fomentando el aporte de las distintas unidades administrativas y técnicas de la Institución, en beneficio de sus clientes.
- 5.10 Propiciar la contratación, vía Licitación Pública Nacional, de Agencia Publicitaria para la difusión de campañas institucionales y de información referida a los trabajos para el mejoramiento del suministro eléctrico en beneficio de los clientes externos de la ANDE.

6. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 6.1. Comunicación:** Acción y efecto de comunicar o comunicarse; trato, correspondencia entre dos o más personas. Exponer en común información, ideas y habilidades orientadas hacia la consecución de las metas y objetivos institucionales.
- 6.2. Información:** Conocimiento que se tiene sobre algo. Proceso por el cual se aumentan los conocimientos sobre cualquier tema. Acción y efecto de informar o informarse, comunicar, dar noticia de una cosa.
- 6.3. Planificación Estratégica:** Proceso para definir objetivos estratégicos para un determinado periodo, que conlleva la determinación de estrategias operativas tendientes al cumplimiento de las metas fijadas.
- 6.4. Objetivos estratégicos:** Corresponden a declaraciones más elaboradas de las directrices estratégicas, que se presentan en general en forma de indicadores de desempeño global de la Institución.
- 6.5. Metas:** Son la expresión de los objetivos que se desean lograr y en general se relacionan a las preguntas: ¿Qué?, ¿Cuánto?, ¿Cómo?. Su importancia radica en que si están bien definidas, permitirán medir o evaluar en el futuro el logro de los objetivos estratégicos.
- 6.6. Clientes internos y externos:** Personas, grupos o entidades sobre las cuales la Institución tiene influencia, o es influenciada por ellas (funcionarios y personal contratado, instituciones públicas, órganos de control, organismos internacionales, proveedores y contratistas, usuarios, clientes, gremios empresariales y de trabajadores, medios de comunicación, comunidades indígenas, organizaciones sociales, la sociedad).
- 6.7. Medios:** Instrumentos a través de los cuales se dinamizan los mensajes institucionales y pueden ser impresos, audiovisuales y electrónicos.
- 6.8. Correo corporativo:** Servicio que permite a funcionarios de la ANDE efectuar el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónica, ya sea interna o externa.

- 6.9. Intranet:** Perfil de canal interactivo, buscando crear un espacio de relacionamiento y de alcance de la información, utilizando nuevas tecnologías de comunicación. A través de este canal, se pone a conocimiento de los clientes internos la Gestión Documental, Archivos, Biblioteca, artículos de interés, circulares corporativos, notas y resoluciones institucionales de interés, agenda empresarial, desafíos y metas de la Institución, directrices estratégicas, convenios interinstitucionales con empresas públicas y privadas y contratos firmados con empresas proveedoras y contratistas, entre otros.
- 6.10. Rendición de cuentas:** Derecho que tiene la ciudadanía a estar informada con respecto a la gestión de las entidades públicas y al deber de la máxima autoridad, de informar el resultado de su gestión. A su vez, hace referencia a la obligación que toda entidad pública tiene de informar a los organismos de control fiscal, sobre los temas pertinentes a su gestión y al uso de los recursos públicos.

GABINETE DE PRESIDENCIA
DISTRIBUCIÓN: ABCDE
DP/DPS: AML – 5843

Está a cargo del Gabinete de Presidencia (GP) en coordinación con el Departamento de Desarrollo de Políticas y Sistemas de Gestión (DP/DPS), mantener actualizados los términos de esta Política, así como aclarar su contenido a las Unidades afectadas.