



**FONDO  
GANADERO**

*Creciendo Juntos*

## **MANUAL DE COMUNICACIÓN**

**FONDO GANADERO**

---

Tel.: (+595 21) 227 288

Dirección: Avda. Mcal. López N°1699 esq. Rca. Dominicana

[www.fondogan.gov.py](http://www.fondogan.gov.py)



## TABLA DE CONTENIDO

Introducción	Pág. 3
Objetivos	Pág. 5
Alcance	Pág. 5
Aplicabilidad	Pág. 5
Responsabilidad	Pág. 6
Política de Comunicación	Pág. 6
Política de Comunicación Interna	Pág. 9
Sistema de Información	Pág. 11
Control de Documentos	Pág. 12
Política Comunicación Externa	Pág. 13
Política de Rendición de Cuentas	Pág. 15



## INTRODUCCIÓN

El Fondo Ganadero (en adelante el Fondo), es un ente autárquico, revestirá la forma de Entidad Financiera de Desarrollo y Asistencia Técnica del Estado, con personería jurídica reconocida, patrimonio, contabilidad y administración propios, cuyos fines son promover y financiar planes, proyectos y/o programas de inversión pecuarios; las actividades de empresas industriales y agroindustriales vinculadas a la actividad de producción pecuaria, que desarrollen y potencien al sector pecuario; de las empresas de servicio para el sector pecuario, excluidas las actividades de intermediación, el estímulo a la creación de nuevas empresas de producción pecuaria, poniendo énfasis en el mejoramiento de la producción y productividad de las empresas a ser creadas y de las ya existentes; la promoción y financiamiento a las cooperativas y asociaciones rurales vinculadas a la actividad de producción pecuaria; la ejecución de planes, programas y/o proyectos en materia de asistencia crediticia y técnica al sector pecuario, con la finalidad de promover su desarrollo, como asimismo, facilitar su industrialización, comercialización y otras actividades afines; incentivar la transferencia de tecnología a la producción primaria, orientada a la obtención de una mayor producción y productividad de las

unidades pecuarias. (Ley Nro. 3359/2007 Carta Orgánica del Fondo Ganadero).

La misma cuenta con oficinas Regionales en: Concepción, Pedro Juan Caballero, San Ignacio Misiones, Ciudad del Este, Filadelfia, Coronel Oviedo, además de la Oficina Central en Asunción.

Dentro de este contexto, la información es un bien colectivo indispensable en toda institución para que la ciudadanía tenga los conocimientos precisos de lo que sucede dentro de ella, especialmente aquello que atañe al esclarecimiento de todo lo relacionado al quehacer continuo y que afecte directamente al usuario interno y externo. Además, la información es la base de toda decisión, por lo que la transmisión de la información que se genere dentro de ella, debe ser compartida adecuadamente. Por ello, la comunicación va a permitir a los miembros del Fondo Ganadero, interrelacionarse y transmitir información con el objeto de lograr el fin institucional propuesto mejorando la cohesión y las relaciones entre sus miembros.

Para obtener esta información, es necesario fomentar la comunicación, creando para ello un sistema que garantice la buena comunicación, tanto dentro del contexto interno como externo, para así lograr los objetivos propuestos en la institución.

## COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados, que son comprensibles para ambos, estableciéndose una permanente retroalimentación.

## COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Es la interacción entre las personas y la realidad institucional, con el propósito de lograr que los mensajes, las ideas y el suministro de información sean oportunos, de manera a garantizar el flujo de comunicación interna y externa en el momento adecuado para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

## POLÍTICA

Una política es una directriz u orientación acerca de cómo debe relacionarse la Institución en un campo específico de gestión para el cumplimiento de los objetivos que se ha propuesto, de manera que se garantice la necesaria coherencia entre sus prácticas y sus propósitos.

## POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

La política de comunicación es un conjunto de lineamientos que han de servir de

referencia a las decisiones y actuaciones de las personas en una institución en cuanto a los procesos de comunicación se refiere.

## POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL FONDO GANADERO

La Política de Comunicación del Fondo Ganadero regulará la actividad comunicacional en todas las áreas de la institución; por lo tanto, es fundamental para el buen desenvolvimiento de las estrategias de comunicación, pues determina el conjunto de responsabilidades que le corresponde asumir a los directivos y las que son de competencia de las demás áreas, al tiempo de establecer normas claras para las prácticas comunicativas en todas las instancias de la organización, regular sus procesos y favorecer la coordinación de las acciones. Constituye un instrumento para optimizar la gestión, adecuándose a las exigencias de excelencia y transparencia en la prestación de los servicios, a fin de cumplir con los objetivos, políticas y planes Institucionales.

Este documento está en concordancia con los artículos relativos a comunicación del Código de Buen Gobierno del Fondo Ganadero, cuyo documento fue aprobado por Resolución N° 10 Acta N° 50 del 15 de diciembre de 2021; fue elaborado

conjuntamente por los miembros del Comité de Control Interno y de Buen Gobierno, en el marco de implementación del Modelo Estándar de Control Interno para Instituciones Públicas del Paraguay. Deberá ser actualizado conforme varíen las disposiciones legales vigentes que los rigen y/o cuando surjan cambios en la estructura organizacional, funciones, tareas y responsabilidades de los responsables de los puestos o sectores de la dependencia afectada.

## OBJETIVOS

- ✓ Unificar criterios y favorecer la coordinación de actividades de comunicación en todas las áreas del Fondo Ganadero, enfocados al cumplimiento de los objetivos institucionales.
- ✓ Fortalecer los sistemas de comunicación del Fondo Ganadero, para brindar información oportuna a su público interno y externo, al disponer de un documento aprobado por la máxima autoridad institucional que regule las actividades comunicacionales de la entidad.
- ✓ Establecer los lineamientos de comunicación a ser implementados, para agilizar los procesos, orientar y asesorar, a fin de determinar cursos de acción que se realizarán en distintas situaciones

## ALCANCE

Se considerará a todas las dependencias de la organización y los recursos disponibles en materia de comunicación e información, así como la distribución de determinadas funciones inherentes a la misma. En ese contexto, las publicaciones de las distintas dependencias de la Institución, que cuenten con el respaldo de sus respectivas autoridades y serán viabilizadas a través de la División de Comunicación y Protocolo, sitio web, y redes sociales, que son consideradas oficiales.

## APLICABILIDAD

Los lineamientos establecidos en el presente documento deberán ser implementados según la disponibilidad presupuestaria y recursos destinados para el efecto. La institución deberá contemplar, tanto en los planes operativos anuales como en el presupuesto anual, los recursos que conlleven a mejorar continuamente el sistema de información y comunicación institucional. En el marco del MECIP:2015, estas políticas corresponden al Componente de Control de Implementación y está enmarcado en los Principios N° 3: Gestión de la Información: 3.1. Sistema de Información 3.2. Control de Documentos. N° 4: Comunicación: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Rendición de Cuentas.

## RESPONSABILIDAD

### Comunicación y protocolo

El cargo es creado para gerenciar el flujo de comunicación e información interna y externa de la institución, gestionar e innovar la imagen institucional, el posicionamiento del Fondo Ganadero en el mercado como Marca, meta al cual apunta, gestionando la publicidad y los procesos de Marketing que la institución requiera. Es la dependencia responsable del diseño, cuidado e implementación efectiva de la Política de Comunicación, además de velar porque dicha política sea debidamente socializada, de acuerdo al público y sectores de interés involucrados.

### Plana ejecutiva

Es responsabilidad de los gerentes de cada área, la divulgación y socialización de estas políticas y su aplicación, de acuerdo al ámbito de competencia de la gerencia respectiva. La socialización de este documento debe formar parte de talleres de inducción. Cualquier aspecto no considerado en este documento, o cualquier excepción a estas políticas, deberá ser autorizado expresamente por la Máxima Autoridad del Fondo Ganadero.

### Funcionarios

Todos los funcionarios del Fondo Ganadero deben conocer y aplicar estas

políticas de acuerdo a las tareas y funciones que les corresponda, teniendo en cuenta que están involucrados en la comunicación, ya sea interna y/o externa, del proceso en el que intervienen. Todas las áreas deben revisar y ajustar sus procedimientos y funciones, a fin de adaptarlas a estas políticas, si fuera necesario.

## POLÍTICA DE COMUNICACIÓN BASADAS EN EL CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO

### Compromiso con la Comunicación Pública

**Artículo 19.** *“El Fondo Ganadero se compromete a asumir la comunicación y la información como una prioridad en su gestión, a conferirles un carácter estratégico y orientarlas hacia el fortalecimiento de la identidad institucional, para la cual se tomarán acciones comunicativas acorde con las políticas de comunicación que se establezcan.”*

### Gestión de la comunicación en el Fondo Ganadero

La comunicación, por ser transversal, es un elemento clave en la estrategia de la Institución. A través de ella la información cumple su función y fluye en tiempo y forma. La comunicación está estructurada y organizada, con la asignación de responsabilidades delimitadas:

#### Lineamientos:

a) Las tareas del área de Comunicación del Fondo Ganadero, estarán a cargo de la División de Comunicación y Protocolo; en ella se definirán las estrategias de comunicación en base al Plan Estratégico Institucional (PEI), objetivos institucionales, diagnósticos del macro y microambiente y los objetivos de comunicación de las diferentes gerencias. Además, deberá monitorear la efectividad de la estrategia de comunicación en el impacto de los medios de comunicación externos.

b) Se tendrá en cuenta: qué comunicar, a quién, en qué momento y cuál será el mecanismo a utilizar. El área de Comunicación a través de su División de Comunicación y Protocolo, definirá la imagen que se desea transmitir y proyectar, de acuerdo a las estrategias de comunicación que establezca, las cuales pueden ser variadas. La variación responderá a los requerimientos de las diferentes gerencias y del macro y microambiente institucional, basados en el criterio y en el establecimiento de los niveles de confidencialidad.

c) Asesorará a la Presidencia, sobre temas que impliquen información, comunicación y publicidad Institucional y organizará y dirigirá los actos protocolares en los que participa.

d) Trabjará coordinadamente con la Gerencia de Créditos y Asistencia Técnica para los casos que conlleven trabajos de

prensa, eventos, difusiones, expos locales y en el interior del país.

e) Participará en el proceso de organización, comunicación e información de los eventos feriales u otros a nivel nacional, departamental y distrital

f) Se incorporarán herramientas que posibiliten una comunicación inclusiva, entendida ésta en sus conceptos de inclusión y accesibilidad en la comunicación de las personas con discapacidad.

### **Atención al Público**

La atención al público (personal, telefónica o escrita; física o virtual) brindada por el funcionario de la institución (administrativo, de apoyo, directivo, etc.) debe reflejar la imagen institucional, previamente definida por el área de Comunicación. La imagen institucional debe ser percibida como el grado de importancia que la Institución otorga a la persona atendida.

### **Lineamientos:**

a) Se realizará la atención al público con cordialidad, respeto y formalidad. Observando otras normativas relacionadas a la atención, como la política o compromisos de calidad, los valores éticos y/o instrucciones emanadas de las autoridades institucionales.

b) La atención al público podrá ser en los dos idiomas oficiales, indistintamente y

según necesidad, cuidando de no usar expresiones que puedan agraviar a la persona.

c) Se establecerá un plan de capacitación comunicacional para el personal (Comunicación interna), de la Institución, en especial a aquellos que estén en contacto con el cliente (calidad y calidez en la atención, lenguaje de señas, solución de conflictos etc.).

El funcionario que preste servicios de atención al público debe:

- Prestar total atención e interés al cliente, sin distraerse en cuestiones personales.
- Brindar un trato amable, respetuoso, igualitario y libre de discriminación.
- Valorar el tiempo de los clientes, facilitando en forma oportuna, segura y diligente cualquier requerimiento relativo a sus funciones.
- Mantener bien informado al cliente y cumplir con sus expectativas.
- Crear un ambiente de confianza, ser veraz y no prometer, ni mentir.
- Mantener en buenas condiciones su presencia personal y el entorno de trabajo, brindando así una imagen positiva de la Institución.

### **Identidad Institucional**

La identidad Institucional es un instrumento fundamental de la estrategia de comunicación y como tal debe estar

fuertemente incorporado en el quehacer y conducta diaria del funcionario.

### **Lineamientos:**

a) Será responsabilidad del área de Comunicación, el diseño de los logotipos, gráficas, papelería, presentaciones, publicaciones, la Marca Institucional y cualquier otra aplicación, todas éstas, tareas coordinadas conjuntamente con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC).

b) Los auspicios, patrocinios, coberturas y apoyos a eventos externos e internos, congresos u otro tipo de acuerdos que involucren a otras entidades o empresas, se gestionarán a través del área de Comunicación, en coordinación con las demás áreas involucradas en el determinado evento.

c) Será encomendada al área de Comunicación la tarea de editar boletines y folleterías propagandísticas, además de proponer campañas institucionales.

d) Las redes sociales se utilizarán exclusivamente para fines institucionales y siguiendo los criterios de confidencialidad en la información. El funcionario autorizado para el efecto podrá compartir información laboral no confidencial, tutoriales o guías de cómo realizar trámites en el Fondo Ganadero.



## POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA

### Compromiso con la Comunicación Institucional

**Artículo 20.** *“La comunicación interna estará orientada a la construcción del sentido de pertenencia, el manejo de la marca, y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los funcionarios de la Institución; para ello la administración establecerá procesos y mecanismos comunicativos que garanticen la interacción y la construcción de visiones comunes.”*

#### Lineamientos:

a) Se propiciará un ambiente de trabajo en equipo, en donde se escuchen y valoren los puntos de vista de sus miembros, mejorando la autoestima en el ámbito laboral y creando en el funcionario el sentido de pertenencia a la Institución y de responsabilidad en el trabajo. Se dejarán establecidas las responsabilidades (implícitas y delegadas) en los procesos.

b) Lograr que se entienda qué es la Marca de la institución, imagen, reputación, identidad, o por qué los activos intangibles pueden valer más que los tangibles, y Sensibilizar para que haya comprensión y compromiso para cuidar y fortalecer la Marca.

c) Se promoverá la comunicación entre funcionarios, jefes y gerentes, ya sea verbal o escrita, en el marco del respeto; sin necesidad de intermediarios, a fin de

incentivar la comunicación y evitar pasos burocráticos o deficiencias en la comunicación, que puedan afectar el buen relacionamiento en la dependencia.

d) Se encargará a las áreas afectadas, de la planificación y coordinación de las actividades recreativas, además de la inclusión; en el presupuesto institucional de los recursos necesarios para dichas actividades recreativas.

e) Se programarán actividades de capacitación vivencial (outdoor training/entrenamiento al aire libre), como trabajo en equipo, liderazgo, creatividad, comunicación, entre otros, con el fin de reforzar el sentido de pertenencia del funcionario.

f) Se instrumentarán mecanismos de comunicación interna, como la edición de una publicación periódica, entre otros, de acuerdo a la disponibilidad presupuestaria, dirigida al funcionario, en donde se abordarán temas de interés general.

g) Las informaciones publicadas, en el sitio web, son válidas como instrumento de información oficial.

### Compromiso de Confidencialidad

**Artículo 21.** *“El Fondo Ganadero se compromete a controlar y verificar de manera permanente que la información de uso reservado manejada por los funcionarios de la Institución no sea publicada o conocida por terceros. Ninguno de los grupos de interés podrá directa o indirectamente utilizar información confidencial de la Institución para sus propios intereses.”*

## POLÍTICA DE INFORMACIÓN INTERNA

### Lineamientos:

a) Se deberá acatar el compromiso de confidencialidad, que se asume en el Código de Buen Gobierno, en su Artículo 21, supra citado en el párrafo anterior.

b) Se considerará a la información y al conocimiento como un bien institucional que debe ser cuidado, valorado y orientado, a fines de optimizar las funciones de las diferentes dependencias de la Institución.

c) Se prohibirá a todo funcionario revelar información confidencial a terceros. Se entiende como información confidencial aquella que se refiere a los clientes y empleadores en particular (datos personales privados, datos relacionados a estados de cuenta).

d) Se considerará válida toda información contenida en los documentos de gestión, correos electrónicos, gacetillas y comunicados, entre los funcionarios de la institución, y tendrá carácter confidencial cuando así estuviera expresamente calificado por el remitente y/o contengan datos de clientes, empresas u otros que deban ser resguardados.

e) Se podrá recopilar información del cliente de fuentes primarias o secundarias, cuando sea necesario, para fines propios de identificación y actualización de base de

datos. Esta información se considerará confidencial por la Institución.

f) Se limitará el acceso de la información confidencial a funcionarios que no tengan necesidad de dicha información. Se proveerá solo a aquellos que precisen la información con fines de trabajo.

g) Será pasible de sanciones establecidas en las reglamentaciones vigentes, el funcionario que provea, venda, alquile, intercambie o preste información personal de cualquier índole a alguna persona o institución.

h) Cada dependencia de la Institución determinará el grado de confidencialidad de la información que manejan. Se deberá llevar un registro de los documentos considerados como confidenciales. La jefatura de cada dependencia (Gerencias, departamento y secciones) será la responsable de la información que emite y de la elección de los medios para el efecto, así como la evaluación de la efectividad de tal información, en relación al objetivo perseguido y en base a la retroalimentación de los usuarios de la misma.

i) Será pasible de sanciones establecidas en las reglamentaciones vigentes, todo funcionario que incurra en obtención encubierta y /o divulgación de información confidencial.

j) Se cumplirán las disposiciones de la Leyes N° 1682/01 “*Que reglamenta la Información de Carácter Privado*”, N° 1969/02 “*Qué modifica, amplía y deroga varios artículos de la Ley N° 1682/01*”, N°

5543/15 “*Qué modifica, amplía y deroga varios artículos de la Ley N° 1682/01*”, modificado por Ley N° 1969/02 y N° 861/96 “Ley de Bancos, Financieras y otras Entidades de Créditos”, en lo que respecta a información.

## SISTEMA DE INFORMACIÓN

### Compromiso con la Circulación y Divulgación de la Información

**Artículo 22.** *“El Fondo Ganadero se compromete a establecer e implementar una política de información hacia sus grupos de interés. Con este fin se adoptarán mecanismos para que la información interna llegue a ellos de manera oportuna, actualizada, clara, veraz y confiable, bajo políticas efectivas de producción, manejo y circulación de la información, para lo cual se adoptarán los mecanismos de información a los cuales haya acceso, de acuerdo con las condiciones de la comunidad a la que va dirigida.”*

#### Lineamientos:

- a) Se facilitarán a los funcionarios los medios de comunicación institucional por medio de correo electrónico, líneas directas, internos, internet, redes sociales y otros que puedan implementarse; todos de uso institucional exclusivo y estarán sujetas a las Políticas de Uso de Recursos Informáticos del Fondo Ganadero.
- b) El funcionario firmará formularios de control establecidos para el efecto, para la utilización racional de Internet y los

recursos asociados, considerados como herramientas valiosas para el desempeño de su labor.

c) Serán considerados válidos como instrumento de gestión, de suma importancia para la ejecución de labores, las comunicaciones realizadas por todos los medios de comunicación interna, por lo cual deben atenderse y responderse en la máxima brevedad posible.

d) Se monitoreará toda información realizada por los medios de comunicación interna, facilitada a los funcionarios.

e) Será responsabilidad de la Administración de Tecnología de la Información, la modificación de información y actualización del listado de IP, deberá estar actualizado y contar con las siglas jerárquicas de la dependencia; acompañado del nombre de la persona y/o de la dependencia y cada Gerencia deberá informar los cambios producidos. La misma leyenda que figura en el listado, figurará en el IP.

f) Serán responsabilidad de la Administración de Tecnología de la Información, las indicaciones y el control para el uso correcto del correo electrónico y demás herramientas de comunicación interna, a fin de optimizar la comunicación y los recursos tecnológicos de la Institución.

g) Será restringido el uso de los medios de comunicación Institucional y de cualquier otro recurso ligado al Fondo Ganadero, para cualquier tipo de

publicidad o propaganda con fines comerciales, políticos o de interés particular. Igualmente, la utilización de los mismos para guardar, transportar o comunicar texto, imágenes, videos y cualquier material o información digital o impresa de contenido abusivo, obsceno, ofensivo, de contenido ilegal o protegido por derechos de autor; cadenas de correo electrónico, spam, difusión de actividades no laborales, personales y/o lucrativas en general.

h) Será responsabilidad del Área de Comunicación Institucional la evaluación de la información para la publicación, considerando su relevancia y trascendencia, a fin de evitar sobrecargas en los espacios de información, y que no cumplan con los fines de la institución.

## CONTROL DE DOCUMENTOS

a) Serán administradas por la Secretaría General y estarán disponibles según solicitud, las resoluciones de Presidencia.

b) En la Unidad de Transparencia estarán disponibles las normativas vigentes sobre acceso a la información y transparencia.

c) Serán ingresados por mesa de entrada de la Secretaría General, los documentos que se presenten en la Institución.

d) Se comunicará al funcionariado afectado los cambios realizados en las políticas, normas, objetivos, manuales, directivas o lineamientos estratégicos institucionales a través de las áreas designadas para el efecto.

e) Se entregará a todos los funcionarios el manual de funciones en el momento de su posesión de cargo.

f) Será considerado un medio válido el correo electrónico para la comunicación institucional, considerándose firmado por el remitente desde el momento de envío desde su usuario, amparado en el Art. 4 de la Ley 4017 *“De Validez Jurídica de la Firma Electrónica, la Firma Digital, los Mensajes de Datos y el Expediente Electrónico”*, que reconoce el valor jurídico de los mensajes de datos. El uso de documentos físicos y comunicacionales impresos se restringe a los casos en que son absolutamente necesarios.

g) Se utilizará el memorándum con fines informativos, como uso interno.

h) Será considerada la Nota Interna como documento de uso oficial institucional entre las dependencias. Se deberá llevar un registro físico de los acuses de recibo en una copia del documento.

i) Será responsabilidad de la Secretaria General, comunicar y controlar los formatos de las notas y la actualización de las instrucciones relacionadas a la documentación, clasificación y comunicación escrita.

j) Las providencias serán consideradas como medios de comunicación ágiles, derivados de un mismo documento, que deberán contener: N° de Expedientes, destinatarios (providenciado a), fecha de remisión, detalle de la providencia, firma y sello del remitente. Se podrá elaborar una nueva providencia en caso de ser necesario, pero, se deberá identificar en ella el documento de origen

k) Será considerado una providencia de versión digital el reenvío del correo electrónico, con la solicitud y respuesta o con las documentaciones anexas pertinentes, válidas para el seguimiento del tema tratado.

l) Se podrán utilizar las siglas institucionales para hacer referencia o identificar a las dependencias dentro de la Institución.

m) La Secretaría General será la responsable de la Gestión Documental institucional, referidas a sus procesos de Planificación, Producción, Tramitación, Organización, disposición y preservación a largo plazo.

n) Se establecerán mecanismos de recolección de imágenes institucionales del Fondo Ganadero (Banco de datos), que luego serán clasificadas y etiquetadas por carpetas para uso institucional. La administración de esta carpeta estará a cargo del Área de Comunicación es decir la División de Comunicación y Protocolo.

## POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

### Compromiso con el Gobierno Electrónico

**Artículo 23.** *“El Comité de Administración y su Plana Directiva se comprometen en poner especial interés en la aplicación efectiva del Gobierno Electrónico, a través de la implantación de las acciones necesarias para implementar y/o mantener actualizado el sitio web de la Institución, con la más completa información sobre la marcha de la administración, en cuanto a procesos y resultados de la contratación, los estados financieros, concursos para proveer cargos, el Plan Estratégico Institucional, los avances en el cumplimiento de metas y objetivos del mismo, indicadores de gestión, informes de gestión, servicios que la institución presta a la ciudadanía y la forma de acceder a ellos, y; el funcionamiento general del Fondo Ganadero, entre otros.”*

#### Lineamientos:

a) Se designará un equipo responsable de las Áreas: de Comunicación y Protocolo y Administración de Tecnología de la Información, para las redes sociales (Community Manager) y página web.

b) El equipo del Área de Comunicación, deberá estar capacitado ante el manejo de una crisis presentada, articulando con las personas adecuadas para la resolución del problema. Además, deberá estar en permanente comunicación con la Unidad de Transparencia Institucional, la Oficina de Acceso a la

Información Pública, el Departamento de Talento Humano y con los nexos establecidos en las diversas Gerencias del Fondo Ganadero.

c) Se implementarán sistemas para el acceso a servicios afines a través del sitio web. Asimismo, se desarrollarán aplicaciones orientadas a facilitar y agilizar trámites e informaciones para los usuarios de los servicios institucionales, siempre y cuando haya disponibilidad presupuestada para ello.

d) Se pondrá a disposición de los usuarios de la Institución todos los formularios, procedimientos, instructivos u otros documentos necesarios para la realización del trámite de clientes, además de horarios de atención, lugar de presentación, dirección, números telefónicos, etc; todos estos deben estar actualizados por la dependencia donde se realizará el trámite.

e) Será responsabilidad del área de Comunicación, División de Comunicación y Protocolo y el área de Administración de Tecnología de la Información, en coordinación con todas las dependencias de la institución el mantenimiento del sitio web de la Institución, como espacio virtual para el acceso a los usuarios sobre noticias, trámites, entre otros.

f) Se utilizará como vínculo más cercano a los usuarios la fan page, Facebook: @fondo.ganadero oficial del Fondo Ganadero, donde se publicarán eventos, campañas, encuestas y noticias y

para la difusión de mensajes con menos caracteres la red social Twitter: @fondoganadero.

## **Compromiso con la información y comunicación con la comunidad**

**Artículo 26:** *“La Institución está sujeta al control social de la ciudadanía. Los estados e informes económicos, financieros, contables y de gestión presentados por la Institución a los respectivos entes de regulación y control, así como cualquier otra información sustancial, deben ser dados a conocer y estar disponibles para la comunidad, la cual tiene derecho a informarse permanentemente de todos los hechos que ocurran dentro de la Institución y que no sean materia de reserva.*

*Los medios de comunicación que podrán utilizarse son, entre otros, la Oficina de Atención, boletines, folletos o circulares, medios periodísticos, línea telefónica, correo electrónico, Plataforma de Comunicación y Colaboración, sitio web, medios magnéticos, etc.”*

### **Lineamientos:**

a) Será responsabilidad de la División de Comunicación y Protocolo, mantener una comunicación fluida, favorable y constante con los medios de comunicación, sus periodistas, editores y otros.

b) La División de Comunicación y Protocolo realizará evaluaciones permanentes sobre el impacto (utilidad, repercusión, oportunidad y confiabilidad) de la información que ha de ser y/o ha sido comunicada a los públicos externos.

c) La División de Comunicación y Protocolo elaborará las gacetillas de

prensa, boletines, materiales impresos y textos en general; conjuntamente con las dependencias pertinentes y cuenten con la aprobación de las autoridades respectivas.

d) El sitio web y redes sociales serán nutridas de información y de hechos de vida de la Institución; además, deberán ser reforzadas por las gacetillas de prensa a todos los medios de comunicación externos e internos.

### **Comunicación en situaciones de Crisis**

El Fondo Ganadero debe estar preparado para afrontar situaciones de crisis, transmitiendo una imagen positiva, de responsabilidad y control de la situación; articulando satisfactoriamente sus acciones con otras organizaciones, cuando fuera necesario

#### **Lineamientos:**

a) Se conformará un Equipo de Manejo de Comunicación en tiempos de crisis, a cuyo cargo estará el control de la situación mientras dure la crisis. Dicho equipo deberá estar conformado como mínimo por:

- Presidente
- Miembros del Comité
- Gerente General
- Plana Ejecutiva
- División de Comunicación y Protocolo

b) Se designará por la Máxima Autoridad Institucional, un coordinador del Equipo de Gestión de Comunicación en tiempos de Crisis; quien será el encargado de convocar al equipo cuando la situación lo amerite o cuando le sea solicitado por cualquiera de sus miembros. El equipo deberá establecer los lineamientos comunicacionales a seguir, además de designar los voceros institucionales y el mensaje que se emitirá.

## **POLÍTICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS**

### **Compromiso con la Rendición de Cuentas**

**Artículo 27.** *“El Fondo Ganadero se compromete a presentar rendición de cuentas por lo menos una vez al año, con el objeto de informar a los clientes y público en general sobre el proceso de avance y cumplimiento de las metas contenidas en el Plan Estratégico de la Institución, y de los resultados del control gubernamental. El mecanismo preferente será la audiencia pública, con el fin de que la actividad pueda llegar a todos los ciudadanos interesados. Para el efecto, se compromete a poner al alcance de los interesados la información necesaria como mínimo con quince (15) días de anticipación a la realización de la audiencia, a través del sitio web.”*

La Rendición de Cuentas a la Sociedad, entendida como instrumento fundamental del actuar con transparencia para con el ciudadano y el propio funcionario, se sustenta en información clara, oportuna y

veraz sobre los procesos y resultados de la Institución.

El Fondo Ganadero realizará actividades de Rendición de Cuentas, interna y externa, que contribuya al cumplimiento de los objetivos institucionales, promueva el control ciudadano y garantice la transparencia y eficiencia en la utilización de los bienes públicos, de conformidad con la Resolución SENAC N° 44/2017, concordante con la Resolución del Comité de Administración del Fondo Ganadero N° 12 - Acta N° 42/2017.

El Plan Anual del Comité de Rendición de Cuentas del Fondo Ganadero será el documento base guía para realización de las actividades de Rendición de Cuentas a la Sociedad y a Funcionarios.

**Lineamientos:**

a) El Comité de Administración, anualmente y mediante propuesta del Comité de Rendición de Cuentas Institucional determinará los plazos y fechas de cada etapa del proceso de elaboración de la Memoria Anual del Fondo Ganadero y la Rendición de Cuentas. Igualmente definirá la información incorporada, las dependencias que proveerán la información y el Grupo de Trabajo que consolidará dichas informaciones. De conformidad con el Manual de Rendición de Cuentas para

Organismos y Entidades Públicas dependientes del Poder Ejecutivo, aprobado por la Resolución SENAC N° 44/2017, concordante con la Resolución del Comité de Administración del Fondo Ganadero N° 12 - Acta N° 42/2017.

b) Reporte de la Información de Rendición de Cuentas: La información consolidada y documentada de la Rendición de Cuentas, será enviada al Comité de Administración, a fin de que sea aprobada, para su posterior divulgación.

c) Se garantizará la divulgación transparente, oportuna, sencilla y confiable de la información, por medio de debates y participación de los funcionarios y de la ciudadanía en general, sobre el manejo de los recursos y los resultados e impactos de la gestión, generando visibilidad, transparencia y posicionamiento de la Institución.

d) Será incluida como parte complementaria a este documento, el Manual de Rendición de Cuentas para Organismos y Entidades Públicas dependientes del Poder Ejecutivo, aprobado por la Resolución SENAC N° 44/2017, concordante con la Resolución del Comité de Administración del Fondo Ganadero N° 12 - Acta N° 42/2017; que se constituyen en parte del marco regulador del “Comité de Rendición de Cuentas del Fondo Ganadero”, que fuera constituido por la Resolución citada precedentemente.



## Compromiso ante las Quejas y Reclamos

**Artículo 28.** *“La Institución con un área de atención a la comunidad, en la que podrán presentar quejas, solicitudes, reclamos, consultas e informaciones referentes a la gestión interna y al ejercicio de su función constitucional y legal, vía por la cual igualmente se darán respuestas a dichos requerimientos.*

### Lineamientos:

- a) Se promoverá la recepción de sugerencias, comentarios, quejas, reclamos, propuestas del funcionario, del ciudadano, usuarios de servicios y público en general.
- b) Se propiciará un ambiente de transparencia favorable dentro de la Institución, con la participación responsable del funcionariado y de la ciudadanía en la denuncia de los hechos irregulares.
- c) Se contribuirá a reducir la corrupción y la impunidad, a fin de mejorar la imagen de transparencia de la Institución.
- d) Se garantizará a los funcionarios y clientes el resguardo de su identidad en el momento de realizar una denuncia de corrupción.
- e) Se facilitarán mecanismos accesibles para clientes o usuarios que permitan obtener retroalimentación sobre el servicio recibido, así como, recibir sugerencias, quejas o reclamos.

---

VERSIÓN I

APROBADA POR:

RES. N° 3 ACTA 40 DE FECHA 01/10/2019

---

VERSIÓN ACTUAL

APROBADA POR:

RES. N° 31 ACTA 51 DE FECHA 22/12/2021

---