



RESOLUCIÓN SND N° 1.853/2021.

POR LA CUAL SE APRUEBA LAS POLÍTICAS Y MECANISMOS DE COMUNICACIÓN - VERSIÓN 5, DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE DEPORTES, PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, CONFORME A LA NORMA DE REQUISITOS MÍNIMOS – MECIP2015.

1.

Asunción, 30 de diciembre de 2021.

VISTO:

La Ley N° 2874/06 “Del Deporte” Por la cual se crea la Secretaría Nacional de Deportes (SND), dependiente del Poder Ejecutivo- Presidencia de la República”

El Decreto N° 962/2008 por el cual se modifica el Título del Decreto N° 8127/2000 – Por el cual se establecen las disposiciones legales y administrativas que reglamentan la implementación de la Ley 1535/99 – De la Administración Financiera del Estado y el Funcionamiento del Sistema Integrado de Administración Financiera SIAF.

La Resolución CGR N° 425 del 09 de mayo de 2008 “Por la cual se establece y adopta el Modelo Estándar de Control Interno para las Entidades Públicas del Paraguay – MECIP;

La Resolución CGR N° 377/2016 “Por la cual se adopta la Norma de Requisitos Mínimos para un sistema de Control Interno para las Instituciones Públicas del Paraguay- MECIP 2015”

La Resolución SND N° 1092 del 26 de setiembre de 2019” *POR LA CUAL SE ADOPTA LA NORMA DE REQUISITOS MINIMOS PARA UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO DEL MODELO ESTANDAR DE CONTROL INTERNO PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL PARAGUAY – MECIP:2015 DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE DEPORTES, PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA”.*

El Memorándum del Departamento de Control de Calidad y Monitoreo de fecha 30 de diciembre de 2021, por la cual se solicita la aprobación y formalización por Resolución, conforme a lo resuelto por el Comité de Control Interno, según Acta CCI N° 04, de fecha 30/12/2021.

CONSIDERANDO:

Que, la Norma de Requisitos Mínimos establece que la Institución debe regirse por principios, valores y comportamientos éticos a seguir para el cumplimiento de la Constitución, las leyes, sus reglamentos y para el cumplimiento de la finalidad social del Estado.

Que, la formulación de estos acuerdos y compromisos define parámetros asociados al comportamiento, que orientan la actuación de todos los funcionarios, generando transparencia en la toma de decisiones y propiciando un clima de confianza para el logro de los objetivos de la entidad y de los fines del Estado.

Que, el Código de Ética debería ser traducido en Compromisos Éticos en cada una de las dependencias de la Institución, asumiendo formas concretas de actuación, de acuerdo con las funciones y responsabilidades específicas que el área cumple en el desempeño de su función.

Abog. Juan Carlos Cañiza
Dirección de Asesoría Jurídica
Secretaría Nacional de Deportes



RESOLUCIÓN SND N° 1.853/2021.

POR LA CUAL SE APRUEBA LAS POLÍTICAS Y MECANISMOS DE COMUNICACIÓN - VERSIÓN 5, DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE DEPORTES, PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, CONFORME A LA NORMA DE REQUISITOS MÍNIMOS – MECIP2015.

2.

Que, COMITÉ DE ÉTICA DE LA ENTIDAD es la instancia organizacional más apropiada para promover y liderar el proceso de implantación de la Gestión Ética, encausado hacia la consolidación del ejercicio de la función pública en términos de eficacia, transparencia, integridad y servicio a la ciudadanía, por parte de todos los funcionarios públicos de la entidad.

La Resolución N° 776/2021 de la Presidencia de la República del Paraguay por la cual se concede permiso por motivos particulares a la Ministra Secretaria Ejecutiva de la Secretaría Nacional de Deportes, y se designa a la señora Nimia Aquino, como encargada de Despacho de la Secretaría Nacional de Deportes, mientras dure la ausencia de la titular.

POR TANTO, en uso de sus facultades legales,

LA ENCARGADA DE DESPACHO DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE DEPORTES

RESUELVE:

Artículo 1°. **APROBAR** las Políticas y Mecanismos de Comunicación – Versión 5, de la Secretaría Nacional de Deportes, Presidencia de la República, conforme a lo establecido en la Norma de Requisitos Mínimos - MECIP 2015, validados previamente por el Comité de Control Interno.

Artículo 2°. **ENCOMENDAR** al Departamento de Control de Calidad y Monitoreo encargado de la aplicación del MECIP, la socialización de las Políticas y Mecanismos de Comunicación.

Artículo 3°. **ESTABLECER** la revisión en forma anual a fin de asegurar la pertinencia y de los lineamientos aquí dispuestos, debiendo registrar formalmente las actuaciones realizadas y ajustándolos si corresponden.

Artículo 4°. **COMUNICAR** a quienes correspondan, y cumplido archivar

Abog. Juan Carlos Denis
Dirección de Asesoría Jurídica
Secretaría Nacional de Deportes

NIMIA AQUINO VERA
ENCARGADA DE DESPACHO
SECRETARÍA NACIONAL DE DEPORTES



Secretaría Nacional de Deportes

PLAN ESTRATÉGICO

**POLÍTICAS Y MECANISMOS
DE COMUNICACIÓN**

VERSIÓN 05/2021


Dr. Miguel Ángel
Dirección Gral. de Administración y Finanzas
Secretaría Nacional de Deportes
Presidencia de la República



Plan Estratégico de las Políticas y Mecanismos de Comunicación (V5/2021)

El *Plan Estratégico de las Políticas y Mecanismos de Comunicación* constituye una herramienta que plantea una comunicación diferenciadora que otorga visibilidad, mejora la reputación y asegura audiencia efectiva a través de sus diferentes canales de comunicación.

Esto, sin olvidar nuestra obligación como servidores públicos de generar una sociedad informada y promover la cultura de la información comunicando la gestión desde todos los ámbitos, satisfaciendo el derecho a la información de la ciudadanía, haciendo con ello posible el acercamiento del gobierno a la sociedad.

Con el Plan Estratégico de las Políticas y Mecanismos de Comunicación de la Secretaría Nacional de Deportes, se busca generar una conversación dinámica, relevante para la audiencia, completa, transparente y comprensible. Para ello se analizan una diversidad de variantes que constan en este plan.

La Secretaría Nacional de Deportes está comprometida con la comunicación fluida a los diferentes grupos de interés; en el marco de la transparencia y siguiendo la línea del Gobierno Nacional, teniendo como base la Misión, Visión y el cumplimiento de los objetivos institucionales. La SND, cumpliendo con los procedimientos aprobados por la Máxima Autoridad Institucional y canalizados por la Dirección de Comunicación, supervisa y gestiona el flujo de información de forma permanente entre los sectores interesados.

La difusión de la información se basa en la imparcialidad y equidad, excepto aquellos casos que sean considerados de carácter reservado, atendiendo a las características de lo que será difundido, en un marco de confianza y colaboración; conforme a los principios establecidos en el código de ética de la Secretaría Nacional de Deportes; visibilizando la gestión y generando confianza y posicionamiento en la sociedad, e implementando mecanismos eficientes para el efecto.

Los objetivos del Plan de Comunicación Estratégica de la SND son:

- Generar mecanismos de información deportiva nacional responsable y acorde a las tendencias de comunicación.
- Aportar al alcance de los objetivos misionales de la Institución.
- Participar de manera efectiva en la promoción de las Políticas Nacionales de Deportes impulsadas por la SND.
- Posicionar el alcance y los resultados de la implementación de la Política Nacional de Deporte.
- Asegurar, mediante una comunicación integral interna y externa, la apropiación de la Institución por parte de la ciudadanía, así como por parte del funcionariado.
- Atender las solicitudes e inquietudes de la ciudadanía dando respuestas y generando la satisfacción del ciudadano.

[Firma]
ANEXO

- Formular propuestas para la prevención, detección, protección y corrección de riesgos para preservar la buena reputación institucional.

Diagnóstico:

Análisis FODA de la Dirección de Comunicación de la SND:	
Fortalezas: La Dirección General de Comunicaciones de la SND cuenta con un plantel de comunicadores, especializados en diversas áreas como redacción, relaciones humanas, audiovisuales y medios digitales. Predisposición de Atletas de alto rendimiento y funcionarios en general para comunicar lo referente a su labor en la SND o campañas enfocadas.	Oportunidades: Medios Digitales para la difusión masiva de informaciones. Eventos de alto impacto para la visibilidad del trabajo comunicacional realizado por la Dirección. Planes de Comunicación adaptado a las nuevas tendencias y siguiendo los lineamientos del Gobierno Nacional.
Debilidades: Falta de presupuesto propio para campañas o acciones que requieran un costo externo o de pautas en medios tradicionales	Amenazas: Noticias falsas en redes sociales y medio de poco alcance. Crisis en otros entes públicos, que pueda afectar directa o indirectamente a la Secretaría Nacional de Deportes

COMUNICACIÓN PÚBLICA

Artículo 18 del Código del Buen Gobierno establece que *“La Ministra Secretaria Nacional de Deportes, su Equipo Directivo y demás servidores asumirán la comunicación y la información como bienes públicos, confiriéndoles un carácter estratégico que mantenga como fin primordial informar y divulgar de manera veraz, oportuna y transparente a la comunidad y a la sociedad en general, todos los planes, programas, proyectos, acciones y logros de la Institución encaminados al mejoramiento continuo de la SND. Así mismo velaran porque se establezcan las acciones necesarias para ejercer control sobre los procedimientos y el manejo de la información que se genera, desde la Institución, para garantizar una comunicación pública efectiva”.*

1. La imagen que tiene el público general de la institución:

La SND, como entidad rectora del deporte en Paraguay, tiene la misión de generar políticas públicas de deportes a nivel nacional, promover la cultura deportiva y la práctica de los deportes en la población, al tiempo de regular el acceso a la práctica deportiva y controlar el cumplimiento de la Ley del Deporte por parte de las Entidades Deportivas Nacionales.

En tal sentido, la Institución se erige con una exposición directa al público general, que se muestra exigente y con la mira siempre puesta en la buena gestión institucional, esperando de ella valores como la transparencia y la credibilidad.



2. La imagen que tiene el público del líder de la institución:

La Ministra Secretaria Nacional de Deportes, Fátima Morales, se encuentra entre las mujeres más influyentes de nuestro país. Tiene un vasto conocimiento en la gerencia institucional, así como en la alta dirigencia deportiva, ya que fue presidenta de la Federación Paraguaya de Deportes Ecuestres e integró varias comisiones del área administrativa en el Comité Olímpico Paraguayo.

3. Temas que preocupan al público general y que tienen que ver con la labor de la institución:

Uno de los principales factores de consulta y atención es la celeridad en los procesos de gestión documental y el alcance de los servicios ofrecidos a la ciudadanía en general por parte de la Institución.

Estrategia:

Misión: Ente rector que promueve las políticas del deporte, la actividad física y recreativa a nivel nacional a través de planes, programas y proyectos, tendientes a mejorar la calidad de vida de la población paraguaya.

Visión: Ser una institución reconocida por su excelencia en el liderazgo de políticas públicas deportivas, a nivel nacional e internacional, con calidez humana y solidaridad para el bienestar de la sociedad.

Objetivos de gobierno prioritarios:

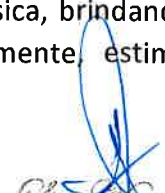
1. Promover la cultura deportiva y la práctica del deporte en todas sus manifestaciones: Deporte Educacional, Deporte de Participación y Deporte de Rendimiento, con el fin de mejorar la calidad de vida y la salud de la población, además.
2. Asignar los recursos a actividades deportivas y supervisar las entidades deportivas en todo el territorio nacional.
3. Llegar a la ciudadanía a través de reuniones en diferentes zonas del país.
4. Liderar actividades deportivas en diferentes gobernaciones y municipios que involucre a los ciudadanos.
5. Promover actividades sociales a través de los deportes.

Objetivos intermedios:

AÑO 2021

Dar cumplimiento a los hitos del Gobierno, que apuntan al mejoramiento de la calidad de vida de la población, aumentando las prácticas deportivas que al inicio de esta administración llegaba a apenas el 22 % de la población, lo que supone un 78 % de sedentarismo. Asimismo, promover las actividades deportivas a nivel nacional, generar espacios y eventos, en el marco de la máxima transparencia.

Para dar cumplimiento a estos desafíos, se invoca a la Constitución de la República del Paraguay en su Artículo 84 "De la Promoción de los Deportes" destaca que "Estado promoverá los deportes, en especial los de carácter no profesional, que estimulen la educación física, brindando apoyo económico y exenciones impositivas a establecerse en la ley. Igualmente, estimulará la participación nacional en competencias internacionales".


Fátima Morales
Directora General



Asimismo, la Ley N° 2874 del año 2006, crea a la Secretaría Nacional de Deportes para proponer una política nacional de deportes, promover la cultura deportiva y la práctica de los deportes en la población, asignar recursos a actividades deportivas y supervisar las entidades deportivas en todo el territorio nacional, como también el desarrollo de programas y prácticas con el fin de mejorar la calidad de vida y salud de la población.

Avanzar con la realización de las actividades de las Escuelas Deportivas en forma Virtual, la ejecución de las Escuelas Deportivas SND, construcción de las Plazas Deportivas a nivel nacional en el marco del Territorio Deportivo Nacional.

Finalmente, se avanzará en materia de organización de los próximos Juegos Suramericanos Asunción 2022 que se encuentran en plena preparación.

Principales áreas temáticas o de acción de la institución (relacionadas a las direcciones generales u otros)

La Secretaría Nacional de Deportes desarrolla tres áreas de acción principales:

1. El Deporte Participativo
2. EL Deporte Educativo
3. El Deporte de Alto Rendimiento.

COMUNICACIÓN INTERNA

La integración de la información es responsabilidad de la Dirección General de Comunicación, encargada de dar las directrices claras para la recolección, sistematización y clasificación de las informaciones que provienen de diferentes áreas de la institución, buscando la unificación de criterios en el manejo de las mismas; logrando así una comunicación interna fluida.

La Comunicación Interna, según el Artículo 19 del Código de Buen Gobierno, estará orientada a la construcción de sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos de la Institución; para ello la **Dirección General de Comunicación** establecerá procesos y mecanismos comunicativos que garanticen la interacción y la construcción de visiones comunes, así como la evaluación de efectividad de los mismos.

A. Mensaje institucional: Aumentar las estadísticas de actividad física haciendo del deporte un estilo de vida, ofreciendo al público toda la información relacionada a las actividades, servicios y propuestas de acción realizadas constantemente por la SND.

B. Mensajes específicos por área temática: Acciones institucionales de las que se hará eco la comunicación, de estas acciones se generarán los insumos necesarios para la divulgación y el posicionamiento. Por lo tanto, en cada ítem se detallan qué acciones comunicacionales se llevarán adelante para acompañar eso. En el primero, instando al deporte participativo haciendo referencia a la no competición sino a la actividad en sí, activación vía redes sociales, buscar un grupo o deportista que esté haciéndolo, mostrar los casos, buscar las figuras o simplemente que las figuras reconocidas cuenten como hacen actividad física o deportes todos los días, con los hashtags y las menciones.



- **Deporte Participativo:** Generar políticas públicas y acciones puntuales que permitan la práctica deportiva participativa, no competitiva, de la ciudadanía en general.
- **Deporte Educacional:** Promover la práctica deportiva en los ámbitos de la educación formal como parte de la malla curricular oficial, así como también en el aspecto de las actividades extracurriculares.
- **Deporte de Rendimiento:** Proyectar y ejecutar acciones que permitan la promoción, práctica y desarrollo del deporte de alto rendimiento, así como el de los atletas que conforman la Elite Deportiva Paraguay.

C. Acciones:

- Intensificar la relación con referentes de medios de comunicación.
- Posicionar las acciones y actividades en medios de comunicación y redes sociales.
- Elaboración constante de gacetillas para dar a conocer las diferentes actividades de la institución.
- Intensificar las campañas de comunicación y educación con los atletas y deportistas, conforme a las necesidades del momento.
- Crear espacios de comunicación interna para los funcionarios, en donde estos puedan conocer el trabajo de la institución en sus diferentes áreas y como su labor influye en el proceso y concreción de los proyectos.
- Fomentar la utilización del Buzón de SQR como espacio seguro donde los funcionarios puedan depositar sus inquietudes y expresar sus opiniones.
- Generar procesos para presentación de reportes sobre resultados obtenidos a partir del análisis del Buzón de SQR.
- Ejecutar estrategias para la prevención, detección, proyección y corrección de riesgos institucionales.

D. Circulación y Divulgación de la Información

La Secretaría Nacional de Deportes establece una política de información hacia sus grupos de interés. Con este fin se adoptarán mecanismos para que la información institucional 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 llevarán a cabo mecanismos de información a los cuales haya acceso, de acuerdo con las condiciones de la comunidad a la que va dirigida.

E. Confidencialidad de la Comunicación

La Secretaría Nacional de Deportes no realizará censura previa de la información institucional, recomendando a todos los funcionarios que manejen información privilegiada que es reservada de la Institución, la no difusión y/o publicación a terceros sin antes realizar las consultas correspondientes con el Equipo Directivo, a los efectos de precautelar los intereses generales de la población. Asimismo, ninguno de los grupos de interés podrá directa o indirectamente utilizar información privilegiada y confidencial de la Institución para sus propios intereses.


Dra. Gladys Estrella
Directora
Dirección Gen. de Administración y Finanzas
Secretaría Nacional de Deportes
Av. de la Independencia 1000



F. Transparencia y Gobierno en Línea – Rendición de Cuentas Públicas

La Ministra Secretaria Nacional de Deportes y su Equipo Directivo pondrán especial interés en la aplicación efectiva del Gobierno en Línea, a través de la implantación de las acciones necesarias para implementar y/o mantener actualizado el portal WEB de la Institución con la más completa información sobre la marcha de la administración en cuanto a procesos y resultados de contrataciones, estados financieros, concursos para proveer cargos, Plan Estratégico, avances en el cumplimiento de metas y objetivos del Plan Estratégico, indicadores de gestión, informes de gestión, servicios que la Institución presta a la ciudadanía y forma de acceder a ellos y funcionamiento general de la Institución, entre otros.

A través de sus herramientas comunicacionales, la Secretaría Nacional de Deportes expondrá, a los sectores interesados y a la ciudadanía en general, la rendición de cuentas a fin de garantizar la transparencia, mostrando sus acciones a través de los canales disponibles para el efecto.

G. Satisfacción del Ciudadano:

La recepción y canalización de las consultas, reclamos y sugerencias de los servicios ofrecidos por la Secretaría Nacional de Deportes, tanto el público interno, para la ciudadanía en general como los diferentes públicos de interés, se realizará mediante el “Servicio de Satisfacción del Ciudadano”, que implicará las siguientes línea operativas:

- Se promueve la participación ciudadana a través de contactos directos o mediante las diferentes Federaciones y Asociaciones que tienen vínculos con la SND.
- Se habilita el Buzón Ciudadano, para la recepción de quejas, sugerencias y todo tipo de comentarios. El buzón, será revisado permanentemente a través del Comité de Ética, del cual forma parte integrantes de la Dirección General de Comunicaciones.
- Así mismo, se cuenta con los servicios de recepción de mensajes a través de las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram como también el correo electrónico info@snd.gov.py para que la ciudadanía pueda remitir sus consultas o reclamos. Estos canales de comunicación, son monitoreados en forma diaria con las correspondientes respuestas o canalización de las mismas.
- Se fomenta a la ciudadanía en todos los mensajes y campañas para generar permanente interacción y participación con la SND.

h. Efectividad de la comunicación:

La Dirección General de Comunicación de la Secretaría Nacional de Deportes, es una Dirección General Estratégica tanto para los públicos internos, externos e intermedios; así mismo, ésta Dirección General forma parte de las más de 90 Direcciones Generales o Direcciones de Comunicación que conforman el Equipo de Comunicadores del Estado, ECOE, que está coordinado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación, MITIC.

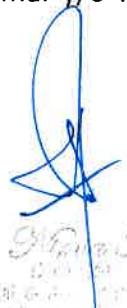
La Secretaría Nacional de Deportes, es una de las principales proveedoras de información a los medios de comunicación, tanto para el área de deportes como también en el área social, considerando que los programas cuentan con alto componente social. De manera que se pueda evidenciar y garantizar, que el mecanismo de comunicación que realiza la DGC genera impacto positivo y colabora a transmitir una imagen favorable de la SND a los diferentes tipos de usuarios públicos como privados.



La medición y/o evaluación de la efectividad de los mecanismos de comunicación utilizados, se realizarán a través de acciones comunicacionales hacia los grupos de interés. La Dirección General de Comunicación indica que la efectividad de los mecanismos de comunicación políticos, se centran en las publicaciones diarias en medios de comunicación en todo el país ya sean digitales, impresos o audiovisuales donde se respaldan las informaciones generadas por dicha Dirección General. Así mismo ocurre con las interacciones recibidas en todas las redes sociales administradas por la SND.

La SND tiene como patrimonio valores intangibles (Visión, Misión, el liderazgo, etc.) que forman parte del conocimiento de sus funcionarios. Para ello, no solamente basta con enunciar y hacer visible las informaciones sobre los que se construye la organización. También es necesario crear una clara conciencia de pertenencia y compromiso misional de los funcionarios con la apropiación de las informaciones proveídas por la Dirección General de Comunicaciones y los transmitan a otros. Para ello se implementan mecanismos de evaluaciones a nivel de conocimientos de los funcionarios que permitan medir la eficacia de las informaciones emitidas y difundidas por la Dirección General de Comunicación.

Para la Dirección General de Comunicación, es fundamental difundir las novedades y noticias a través de la web (correo electrónico, redes sociales) o por medios físicos (publicaciones, memoria, memos, etc.). El uso del canal cambia acorde a la intencionalidad (formal y/o informal) del proceso comunicativo.


Dr. Jorge Cordero
Dirección General de Comunicación - FICSA AN
Caracas, Venezuela



PLAN ESTRATEGICO DE LAS POLITICAS Y MECANISMOS DE COMUNICACIÓN

ANEXO Resolución

Nº:2021

Revisión: 2021

Vigencia:

Los Diversos Públicos				
Público	Interés del público	Medios que consume	Cómo queremos que nos vea	Propuesta de llegada
Periodistas/Medios de comunicación a nivel nacional e internacional	Proveer informaciones de las actividades realizadas por la SND	Medios tradicionales Medios populares Redes sociales Otros	Nos interesa que cada medio de comunicación dé a conocer las actividades que realiza la institución	Contacto con periodistas, productores. Dar a conocer a través de flyer e informaciones nuestras actividades.
Instituciones pares Internacionales	Mostrar al mundo las actividades que realice la institución de manera a conseguir un buen posicionamiento del deporte paraguayo y la gestión de sus gobernantes.	Servicios digitales. Páginas Web. WhatsApp del CONSUDE. Otros.	Como una entidad en constante desarrollo, como lo que es, alma madre del deporte que vela por los intereses de sus afiliados.	Teleconferencias, videollamadas. Gacetillas informativas.
Dirección de Comunicación de las Gobernaciones	Llegar a los distintos Departamentos del país a través de las Gobernaciones, con informaciones inherentes a la matriz del Deporte Nacional y dar a conocer novedades del CONSUDE, que preside Paraguay.	Correos electrónicos. Reuniones por medio de plataformas virtuales.	Como institución preocupada por hacer llegar asistencia deportiva a todo el país, con fuertes alianzas con las gobernaciones.	A través de actividades virtuales, y una vez liberados, realizar asistencias presenciales en todos los departamentos.
Servidores públicos de la SND	Compartir informaciones de carácter interna institucional.	Buzón de quejas y sugerencias, correos electrónicos y redes sociales.	Como entidad matriz del deporte que vela por sus colaboradores.	Buzones de sugerencias escritas, correos electrónicos institucionales, redes sociales institucionales, grupos de WhatsApp de funcionarios, conversatorios con funcionarios, reuniones periódicas sistematizadas por MECIP



PLAN ESTRATEGICO DE LAS POLITICAS Y
MECANISMOS DE COMUNICACIÓN

ANEXO Resolución
Nº:2021
Revisión: 2021
Vigencia:

Deportistas amateurs	Dar a conocer a las personas las actividades que realizan los deportistas en sus respectivas federaciones deportivas.	Medios de comunicación y redes sociales.	Como entidad matriz del deporte paraguayo, donde puedan encontrar respaldo para seguir creciendo y establecerse como deportistas	Reuniones si fuese necesario, compartir sus actividades a través de nuestros canales de comunicación. Llevar adelante actividades en conjuntas, siempre y cuando las federaciones y atletas cumplan con los estándares y requerimientos de la SND.
Deportistas de Elite/Profesionales	Mostrar las actividades deportivas de los atletas becados por el Gobierno Nacional, dar a conocer sus entrenamientos, competencias y actividades de porque ellos cuentan con respaldo del Estado y son considerados los mejores atletas nacionales.	Medios de comunicación y redes sociales	Como la Entidad principal del deporte paraguayo, la cual vela por sus intereses deportivos y la que apoya en sus respectivas actividades tantos locales como internacionales.	Reuniones quincenales con atletas, campañas deportivas donde se pueda incluir a los atletas contando historias y logros. Publicaciones de sus competencias en nuestras redes sociales y página web, además difundir a medios locales para su mayor difusión.

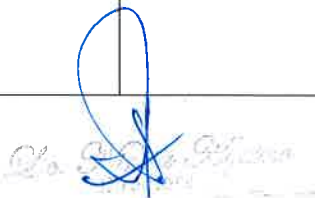
Presupuesto destinado a comunicación y detalle de forma de utilización

PRESUPUESTO ANUAL DE COMUNICACIÓN		Presupuesto asignado	Distribución del Presupuesto %
1- Acción de Comunicación 1 (especificar la acción, campaña o servicio a utilizar)			
1.1			
1.2			
2- Acción de comunicación 2 (especificar la acción, campaña o servicio a utilizar)			
2.1			
2.2			
3- Acción de Comunicación 3 (especificar la acción, campaña o servicio a utilizar)			
3.1			

3.2			
	PRESUPUESTO TOTAL DE COMUNICACIÓN		

Distribución de presupuesto:

ACCIÓN / CAMPAÑA / SERVICIO DE COMUNICACIÓN		%	Monto Asignado
COMPONENTES DEL GASTO	Servicios de Estrategia y/o Creatividad		
	Eventos para Difusión de la Acción		
	Producción de Materiales Audiovisuales/radiales/fotográficos		



	Impresión de materiales institucionales (Memoria Anual, carpetas, banners, trípticos, dípticos folletos, etc.)		
	Pauta en Vía Pública		
	Servicio de administración de redes sociales		
	Pauta Digital / Redes Sociales / Web		
	Pauta en Televisión/Cable		
	Pauta en Radios		
	Pauta en Diarios y Revistas		
	Relaciones Públicas y Manejo de Crisis		

Cada acción detallada en el Plan Anual de Comunicación (Punto 4) deberá contar con una distribución de gasto considerando sus componentes (ejemplo grilla a continuación)

Los componentes de la distribución del presupuesto en cada clasificación comunicacional, irán variando de acuerdo a la naturaleza de cada una. Es decir, no todas las acciones requerirán todos los componentes que se listan en la grilla de ejemplo, así como podrían incluirse componentes no listados en la misma.

Anexos

Plan de Redes Sociales:

Tono

Formal e institucional. La Secretaría Nacional de Deportes debe mantener un tono formal e institucional en todas sus plataformas digitales. Salvo excepciones en donde el pilar comunicacional digital indique que el tono de redacción y comunicación sea más ameno y no formal.

Pilares de contenido



Director General de Administración y Finanzas
 17 de mayo de 2021



Los pilares de contenidos son las líneas de publicación dirigido a redes sociales y dependen de los objetivos plantados en la estrategia general, tomando en cuenta la función de la red social a utilizar y bajo cual enfoque de comunicación se van a ofrecer dichos contenidos.

- **#ElDeporteNosUne:** Es el pilar principal de la campaña comunicacional de la SND en digital. En esta se enfocan las publicaciones de las federaciones, competencias nacionales o internacionales y programas como las Escuelas deportivas.
- **Paraguay de la gente:** Es el pilar enfocado a las publicaciones institucionales o pautadas con antelación para fechas importantes. En esta se destacan las acciones llevadas adelante por la Ministra Secretaria Nacional de Deportes, Fátima Morales, actos oficiales, comunicados entre otras publicaciones de carácter oficial.

Plataformas de Redes Sociales

- **Página en Facebook:** Es un perfil destinado a la promoción de todos los contenidos producidos por la Dirección General de Comunicación, enlazadas a la web institucional. También está destinada a la transmisión de eventos o clases deportivas en vivo.
- **Instagram:** El perfil está enfocado a la publicación de fotografías de mayor calidad o producción que en otras redes sociales y flyers o videos institucionales.
- **Twitter:** Red destinada a fortalecer los contenidos publicados en el sitio web de la institución.
- **LinkedIn:** La red está enfocada a dar mayor fuerza a los contenidos publicados en el sitio web de la institución. Así como una plataforma de visibilidad para los atletas de alto rendimiento.
- **YouTube:** Destinada a la transmisión de eventos en vivo y como videoteca de todos los contenidos producidos por el Departamento de Audiovisual de la Dirección General de Comunicación.

Tipos de contenidos en relación al público de cada Red Social

	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	LinkedIn
Fotos					
Videos					
Infografías					
Textos					
Copetes					
Flyers					



Live's					
Enlaces					

Campañas Comunicacionales:

2020

- Agosto: Día del Niño
- Setiembre : Campañas de Atletas regresando a competencias
- Octubre : Campaña Octubre Rosa con atletas
- Noviembre: Noviembre Azul
- Diciembre : Campaña Regalo de Amor - Fin de Año

2021

- Campaña de reactivación de actividades deportivas
- Día Internacional del Deporte
- Día de la Mujer con atletas
- Golazo
- Fiestas Patrias
- Escuelas Deportivas
- Juegos Escolares y Estudiantiles Nacionales
- Diálogo Deportivo Nacional
- Tokyo 2021
 - Tokyo Paralímpico 2021
 - Mundial de Patinaje Asunción 2021
 - Octubre Rosa
 - I Juegos Panamericanos Junior Cali 2021
 - Asu2022
 - Fin de Año

Próximos Campañas Comunicacionales

2022

- Día Internacional del Deporte


Director General de Deportes
Ministerio del Poder Judicial
Dirección de Deportes y Finanzas



- Día de la Mujer con atletas
- Golazo
- Fiestas Patrias
- Escuelas Deportivas
- Juegos Escolares y Estudiantiles Nacionales
- Diálogo Deportivo Nacional
- Octubre Rosa
- Asu2022
- Fin de Año


D. [Faint text]
[Faint text]
[Faint text]

®