

Asunción, 02 de Julio de 2019

Señora  
**DRA. MARIA CAROLINA LLANES OCAMPOS**  
Ministra Secretaria Ejecutiva  
Secretaria Nacional de Administración de  
Bienes Incautados y Comisados (SENABICO).  
Presente

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de poner a su consideración el "Plan de Comunicación y la Divulgación de las Funciones y Actividades de la SENABICO" elaborado por el consultor del Programa, Jorge García Riart.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para saludarle con mi mayor respeto y consideración.



  
**MARIA OFELIA YEGROS LÓPEZ**  
PRESIDENTA  
CEAMSO

<b>SENABICO</b>	
<b>MESA DE ENTRADA</b>	
ENTRADA Nº.....	339 /2019
Recibido por:.....	Aschid
Firma:.....	
Fecha:.....	02 / 07 / 19 Hora: 14:30
Obs.:.....	





**PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN DE BIENES INCAUTADOS Y COMISADOS- SENABICO**

**CONSULTORÍA PARA PROVEER SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA  
EN LAS ACTIVIDADES RELATIVAS AL PLAN COMUNICACIONAL Y A LA  
DIVULGACIÓN DE LAS FUNCIONES Y ACTIVIDADES DE LA SENABICO**

## **PLAN DE COMUNICACION**

Consultor: Jorge García Riart



## CONTENIDO

<b>DIMENSIÓN DIAGNÓSTICA .....</b>	<b>3</b>
1. Misión institucional .....	3
2. Estructura organizativa.....	3
3. Comunicación interinstitucional .....	4
4. Información pública .....	4
5. Gestión informativa externa.....	5
6. Situación de partida.....	5
<b>DIMENSIÓN ESTRATÉGICA .....</b>	<b>6</b>
1. Objetivos .....	6
2. Públicos .....	6
3. Estrategias/ <i>subestrategias</i> .....	7
4. Mensajes clave .....	7
5. Cronograma .....	10
<b>DIMENSIÓN SITUACIONAL .....</b>	<b>10</b>
1. Situación esperada.....	10
2. Escenarios esperados.....	10
3. Indicadores.....	11
4. Productos esperados .....	11
<b>MARCO LÓGICO .....</b>	<b>12</b>



## DIMENSIÓN DIAGNÓSTICA

### 1. Misión institucional

La Secretaría Nacional de Administración de Bienes Incautados y Comisados -en adelante SENABICO- fue creada por Ley 5.876/2017 con la finalidad de conservar y mantener la productividad o valor de los bienes incautados y comisados (art. 2°.); en específico de bienes de interés económico incautados, abandonados y declarados en comiso (art.4°). El art. 5° de la citada Ley expresa que la SENABICO es un órgano técnico superior y especializado para la adecuada guarda, custodia, administración y destino de los bienes de interés económico incautados, comisados o abandonados. Se comprende, así, que es una institución pública con fines estrictamente administrativos y de control (art. 11°.) de bienes tangibles provenientes de la incautación practicada por agentes fiscales y entregados por los mismos bajo los fines específicos que declara la Ley de creación. Por tanto, la SENABICO es un órgano dependiente de la Presidencia de la República, especializado para la administración de bienes de interés económico incautados, abandonados y declarados en comiso, con personalidad jurídica propia, autonomía y autarquía técnica, administrativa y financiera para la administración y gestión de los bienes que la autoridad competente ponga a su disposición de acuerdo a la Ley (art. 4°). La creación de SENABICO resuelve una sentida necesidad del sistema de persecución penal en el Paraguay, que en los últimos años investigó y procesó una serie de casos vinculados con hechos de narcotráfico y de corrupción en los que habitualmente fueron incautados y comisados bienes de alto valor y de interés económico que no fueron procesados adecuadamente.

### 2. Estructura organizativa

Con el objeto de establecer la estructura organizativa, las funciones, las atribuciones y el régimen de administración de los bienes incautados y comisados, y otros procedimientos necesarios para la adecuada gestión de los activos por parte de la SENABICO, se promulgó el decreto reglamentario no. 8688. Además de la figura del Secretario Ejecutivo y el Secretario Adjunto, el decreto incorporó la Jefatura de Departamento en dependencia de la Secretaría Ejecutiva Adjunta, la **Dirección de Comunicación** -en adelante DIRCOM- y la Dirección de Planificación (art. 11°.) También, definió tres direcciones generales: la Dirección General de Administración de Bienes Incautados y Comisados -en adelante DGABIC-, la Dirección General de Asesoría Jurídica -en adelante DGAJ- y la Dirección General de Administración y Finanzas -en adelante DGAF-. Cabe notar que la **Dirección de Transparencia y Anticorrupción** (art. 34°.) -en adelante DTA- y la Dirección de Tecnología de la Información y Comunicación (art. 35°.) -en adelante DTIC- bajo la supervisión del Secretario Ejecutivo (art. 37°). En el momento de la redacción de este Plan, la DIRCOM estaba vacante y, además de las funciones declaradas en el Decreto, no cuenta con un manual de organización y/o de actuación. De todos modos, la SENABICO se encuentra en un proceso incipiente de institucionalización y en búsqueda de consolidar su estructura, su sistema de gestión, su dotación y su capacidad de generar resultados deseados (Línea de base y necesidades institucionales en materia de concursabilidad en la SENABICO).



### 3. Comunicación interinstitucional

La comunicación interinstitucional de la SENABICO se produce principalmente con el **Ministerio Público** en los casos de incautación de bienes. El Decreto Reglamentario declara expresamente que la SENABICO debe planificar y coordinar con el Ministerio Público y las autoridades competentes, el análisis y la revisión de los bienes de interés económico antes, durante y después de las incautaciones (art. 16°. inc. b). Sin embargo, el enlace interinstitucional no se encuentra estandarizado o no existe un protocolo de relación interinstitucional. De acuerdo al Decreto Reglamentario, la DGABIC tiene, entre otras funciones, proponer los canales de comunicación y convenios de cooperación con las autoridades del Ministerio Público, autoridades policiales u otras instituciones, para el efectivo cumplimiento de sus funciones (art. 16°. inc. r). Por tanto, hay posibilidad, desde esta línea, de elaborar una guía o protocolo de comunicación interinstitucional. Un informe previo explica que los medios de comunicación habitualmente utilizados entre la SENABICO y el Ministerio Público son: nota física, con mesa de entrada; llamadas telefónicas del/la fiscal y resolución (Informe de Línea de Base-Área de Comunicación). También cabe agregar que la Secretaría Ejecutiva mantiene comunicación directa principalmente con el Ministerio del Interior así con otros ministros/secretarios que forman parte del Consejo de Ministros y órganos afines como la Secretaría Nacional Antidrogas y la Secretaría de Prevención de Lavado de Dinero. Existen desafíos importantes en institucionalizar estas relaciones. Como una oportunidad, cabe comentar la intencionalidad del Gobierno Nacional de un “Trabajo coordinado para la prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo”, tal como se publicó en el portal de noticias de la SEPRELAD (<http://www.seprelad.gov.py/noticias/222-trabajo-coordinado-para-la-prevencion-de-lavado-de-activos-y-financiamiento-del-terrorismo>).

### 4. Información pública

La Ley de creación de la SENABICO expresa que este organismo debe regirse por los principios de eficiencia y transparencia de la función pública (art. 1°). Más adelante, señala que la transparencia y la efectiva gestión de los bienes tiene por finalidad principal conservar el valor de los activos y mantener su productividad (art. 5°). Con respecto a las reglas generales de administración de los bienes incautados, es taxativa la disposición de una correcta administración de acuerdo con los principios de eficiencia y de transparencia de la función pública (art. 10°). Asimismo, aunque la SENABICO puede implementar un régimen especial de contratación, se prescribe que debe atender los principios administrativos de **libre competencia, transparencia y publicidad** (art. 21°). Estos principios señalados son reiterativos en el Decreto Reglamentario. Al respecto de transparencia, cabe señalar que la SENABICO se encuentra adherida al Portal Unificado de Información Pública, por lo que la DTA actúa como oficina de información pública como prescribe la Ley de Acceso a la Información Pública y Transparencia Gubernamental, Ley 5282/2014, que dice: “Las fuentes públicas deberán habilitar una Oficina de Acceso a la Información Pública, en la que se recibirán las solicitudes, así como orientar y asistir al solicitante en forma sencilla y comprensible” (art. 6°). Sin embargo, existe una discusión conceptual y legal en relación con el alcance de qué puede ser considerado “información secreta o de carácter reservado” -que solo puede ser prescripta por una Ley (art. 2° núm. 2)- en el actuar de la SENABICO, dada la complejidad del origen del bien incautado o



comisado. Se intuye, por tanto, que la DIRCOM debe trabajar en conjunto con la DTA para cumplir con los principios declarados en la ley de creación y en el decreto reglamentario. Cabe apuntar, que a través de la Secretaría Nacional Anticorrupción se distribuyó un Manual de Rendición de Cuentas que puede ser de utilidad para la presentación transparente y eficiente de la gestión realizada por la SENABICO.

### **5. Gestión informativa externa**

Bajo administración de la primera Secretaria Ejecutiva, la SENABICO tuvo una muy constante y amplia exposición de sus actos a través de los medios de comunicación en general, propulsados por la voluntad política de la misma ministra. Así consta en un informe previo (Informe de Línea de Base-Área de Comunicación) y en el monitoreo de la información publicada en los medios de comunicación en el periodo anterior. Con el apoyo de un consultor externo, se desarrolló la página oficial en la red social Facebook que, como se suponía, amplificó el interés de los usuarios por la gestión misional de la SENABICO y se convirtió en un canal de interacción con distintos públicos. Sin embargo, no estaba activada la DIRCOM -cuyas funciones están establecidas en el Decreto Reglamentario- y, en sustitución, algunas funcionarias de dependencias internas realizaron la gestión de comunicación en la medida de sus posibilidades. En la transición de una administración a otra, se incorporó un director de comunicación quien renunció a los pocos días de asumir la nueva Secretaria Ejecutiva. En el momento de redactar este informe, la situación permanecía casi igual, sin encontrarse el perfil adecuado para cubrir la vacancia. En paralelo, el Ministerio Público, a través de sus medios y estrategias de comunicación institucionales -mejor desarrollados e implementados- informa sobre los bienes incautados en los procedimientos realizados desde su propia mirada institucional, lo cual puede desvirtuar la imagen pública de la SENABICO, ya que la información suministrada, siempre que se refiera a SENABICO, puede ser incompleta o inexacta por la misma lógica de la producción informativa institucional.

### **6. Situación de partida**

Visto e interpretado los antecedentes organizacionales de la SENABICO, se concluye que los principales desafíos para la entidad tienen relación con tres líneas o ejes: de percepción pública, de enlace interinstitucional y de transparencia pública. Por tanto, los desafíos comunicacionales se manifiestan en este orden:

En primer lugar, tiene el desafío de clarificar la percepción pública de sus fines misionales.

En segundo lugar, tiene el desafío de mejorar su enlace interinstitucional con organismos y agentes vinculantes con su gestión misional.

En tercer lugar, tiene el desafío de fortalecer su gestión de información pública y transparencia.



## **DIMENSIÓN ESTRATÉGICA**

### **1. Objetivos**

Los objetivos de comunicación propuestos para la SENABICO son:

#### **General**

**Clarificar** la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO, **mejorar** los enlaces interinstitucionales con organismos vinculantes en su gestión misional así como **fortalecer** la gestión de información y transparencia pública.

#### **Específicos**

Clarificar la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO

Mejorar la coordinación interinstitucional con organismos vinculantes con la gestión misional de la SENABICO

Fortalecer la gestión de información pública y transparencia de la SENABICO

### **2. Públicos**

En este apartado, es relevante definir los públicos que serán objeto de la aplicación de las estrategias de comunicación atendiendo los siguientes conglomerados:

#### **Opinión pública**

Constituyen todos los ciudadanos, los contribuyentes y los usuarios de los servicios públicos del Paraguay a los quienes la Administración Pública está obligada a responder y quienes se forman una percepción determinado con respecto a los actos públicos.

#### **Productores de información mediática**

Constituyen especialmente las personas vinculadas con la difusión y producción de contenido informativo a través de medios abiertos y dirigidos, tradicionales y en red que que contribuyen a la formación de un estado de opinión o de percepción pública.

#### **Influencers institucionales**

Constituyen personas vinculadas con instituciones que tienen poder de decisión en la administración de la cosa pública (como legisladores) o de instalar temas de discusión en la agenda pública (como abogados, fiscales, académicos).

#### **Organismos públicos relacionados**

Constituyen en específico aquellas instituciones de Estado relacionadas con el cumplimiento misional de la SENABICO, en específico:

- Ministerio Público (Fiscalía)
- Secretaría Nacional Antidrogas (SENAD)
- Secretaría de Prevención del Lavado de Dinero (SEPRELAD)
- Fuerzas Armadas
- Ministerio del Interior a través de la Policía Nacional
- Ministerio de Hacienda por medio del Servicio Nacional de Catastro
- Poder Judicial (Corte Suprema de Justicia y jueces)
- Secretaría Nacional Anticorrupción (SENAC)



- Ministerio de Justicia a través de la Dirección de Acceso a la Información Pública,
- Ministerio de Tecnología, Información y Comunicación y su Agencia Paraguaya de Noticias
- Presidencia de la República a través de su Dirección de Informaciones
- Procuraduría General de la República

### **Usuarios del Portal y Oficina de Acceso a la Información Pública**

Constituyen las personas que solicitan información pública sobre la gestión de la SENABICO, sea a través del Portal o de la Oficina de Acceso a la Información Pública amparados en la Ley y el decreto reglamentario correspondientes.

## **3. Estrategias/subestrategias**

### **Eje 1: Percepción pública**

Organizar los medios y los contenidos de comunicación del tipo extrainstitucional

*1.1. Elaborar guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional*

*1.2. Desarrollar un programa de capacitación a productores de información mediática y decisores públicos*

### **Eje 2: Enlace interinstitucional:**

Desarrollar línea de orientación de enlace e información interinstitucional con los organismos vinculantes en actuaciones de bienes incautados y comisados.

*2.1 Elaborar guía de información y actuación interinstitucional*

*2.2. Desarrollar programas de capacitación para agentes interinstitucionales*

### **Eje 3: Transparencia pública:**

Vincular los canales de información y transparencia pública con las estrategias de comunicación extrainstitucional e interinstitucional

*3.1. Vincular contenidos de información y transparencia pública con medios o canales institucionales de información pública*

*3.2. Vincular un asistente de información pública con la Dirección de Transparencia y Anticorrupción de la SENABICO*

## **4. Mensajes clave**

A modo de orientación, se establecen mensajes clave que deben ser incluidos en los medios, canales y productos de comunicación, de acuerdo a los ejes estratégicos señalados:

### **De percepción pública**

#### **Clave 1: ¿Qué es SENABICO?**

La Secretaría Nacional de Administración de Bienes Incautados y Comisados (SENABICO) es un **órgano técnico superior y especializado** para la adecuada guarda, custodia, administración y destino de los **bienes de interés económico**:



- **incautados:** aquéllos que están sujetos a medidas cautelares, precautorias o de aseguramiento dictadas por juez competente o Ministerio Público, y que sean objeto de comiso o privación de beneficios.
- **comisados:** aquéllos sobre los cuales una autoridad, juez o tribunal competente ha declarado la privación del derecho de propiedad o en su caso de la posesión y cualquier otro derecho real o personal, con carácter definitivo a favor del Estado
- **abandonados:** aquéllos que después de transcurrido el plazo establecido en las leyes desde su incautación, no hayan sido reclamados, o no se haya podido establecer la identidad del titular del bien, autor o participe del hecho o éstos los han abandonado; así como aquéllos que luego de finalizado o cerrado el proceso judicial correspondiente, no han sido retirados.

#### Clave 2: ¿Qué hace SENABICO?

Las acciones principales de la SENABICO son (art. 5º, Ley 5876):

- **guarda:** conservación de los bienes entregados y a restituirlos cuando le sea solicitada, cumpliendo con responsabilidades y obligaciones estipuladas en el Código Civil, el Código Procesal Civil y demás leyes aplicables
- **custodia:** vigilancia y protección de los bienes entregados y a restituirlos para evitar su robo o asalto
- **administración:** planificación, organización, dirección y control de los bienes con el fin de obtener el máximo beneficio económico y/o financiero de ellos.
- **destino:** entrega o dirección de los productos financieros, el dinero en efectivo y el producto de la subasta de bienes declarados en comiso en la forma que determina la Ley

#### Clave 3: ¿Cómo cumple su rol SENABICO?

La **autoridad competente** pone a disposición de la SENABICO los bienes de interés económico para que la conservación del valor de los activos y el mantenimiento de la productividad sean realizados con:

- **transparencia:** dar a conocer que las actuaciones se encuentren acordes con la ley, a la eficiencia, a la eficacia y a la responsabilidad, de conformidad con lo establecido en la Ley de Acceso a la Información Pública (art. 4º, inc. b, Decreto 138192)
- **efectiva gestión:** cumplir diligentemente con sus atribuciones evitando demoras en el logro efectivo de las tareas encomendadas, así como en la buena administración de los recursos financieros, materiales y humanos (art. 4º, inc. d, Decreto 138192)

#### **De enlace Interinstitucional**

#### Clave 4: ¿Qué rol cumple cada organismo en la incautación y el comiso de bienes?

A través de la Dirección General de Administración de Bienes Incautados y Comisados, SENABICO, tiene, entre otras, la función de:



- **planificar y coordinar** con el Ministerio Público y las autoridades competentes, el análisis y la revisión de los bienes de interés económico antes, durante y después de las incautaciones, donde podrá contar con asesores financieros (art. 16°, Decreto 138192)

Clave 5: ¿Cuál es el procedimiento para la incautación de bienes?

La autoridad que materialice la incautación, comiso o la declaración de abandono está obligada a poner inmediatamente a conocimiento de la SENABICO dicho acto jurídico remitiéndole un listado de los bienes implicados, a fin de que ésta determine, por resolución de la Máxima Autoridad, cuáles son los bienes de interés económicos que deberán ponerse a su disposición para ser administrados conforme con la Ley N° 5876/2017 (art. 43°, Decreto 138192).

Clave 6: ¿Cuál es el procedimiento para el comiso de bienes?

En casos de bienes en comiso registrables, el juez emitirá el mandamiento de inscripción al registro público que corresponda para que pasen a nombre de la SENABICO, para que pueda conservarlos para la consecución de sus fines o proceda a darle destino conforme a lo señalado en la Ley (art. 48°, Ley 5876)

## **De transparencia pública**

Clave 7: Transparencia y eficiencia en la gestión

Los bienes incautados quedarán bajo la administración de la SENABICO que velará por la correcta administración de todos los bienes, de acuerdo con los principios de eficiencia y transparencia de la función pública (art. 10, Ley 5876).

Para la administración eficiente de los bienes incautados y comisados, la SENABICO contará con un régimen especial de contratación para la adquisición de bienes y servicios, entendiéndose que los bienes, cuya administración recae, no se tratan de activos públicos y su financiamiento proviene de su propia productividad, sin embargo, tomará en consideración los principios administrativos (...) de **transparencia** (art. 21°, Ley 5876).

Clave 8: Transparencia y eficiencia en la información

Para la administración eficiente de los bienes incautados y comisados, la SENABICO contará con un régimen especial de contratación para la adquisición de bienes y servicios, entendiéndose que los bienes cuya administración recae, no se tratan de activos públicos y su financiamiento proviene de su propia productividad, sin embargo, tomará en consideración los principios administrativos (...) de **publicidad** (art. 21°, Ley 5876).

La Dirección de Comunicación es responsable de diseñar e implementar estrategias, planes y políticas de comunicación interna y externa que permitan difundir la labor de la SENABICO y fortalecer su imagen institucional ante la ciudadanía, los medios de comunicación y los colaboradores de la Institución (art. 12°, Ley 5876)



## 5. Cronograma

Eje/mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.1.												
1.2.												
2.1.												
2.2.												
3.1.												
3.2.												

### DIMENSIÓN SITUACIONAL

#### 1. Situación esperada

Mediante la ejecución de las estrategias de comunicación institucional, se espera que la SENABICO alcance un escenario positivo en cuanto a percepción pública, enlace interinstitucional y gestión transparente que son evaluados por indicadores de predicción y productos comunicacionales elaborados.

#### 2. Escenarios esperados

En cuanto al **eje de percepción pública**, se espera que la opinión pública, los productores de información y los *influencers* tengan una percepción clara de los fines misionales de la SENABICO.

En cuanto al **eje de enlace interinstitucional**, se espera que mejore el enlace y la información interinstitucional con organismos y agentes de distintos organismos institucionales de Estado vinculados con la gestión misional de la SENABICO.

En cuanto al **eje de transparencia pública**, se espera que se fortalezca la gestión de información pública y transparencia con la opinión pública, en general, y los usuarios del Portal y Oficina de Acceso a la Información Pública, en particular, mediante la gestión responsable de la información institucional.

En general, se **clarifica** la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO, **mejoran** los enlaces interinstitucionales con organismos vinculantes en su gestión misional y se **fortalece** la gestión de información institucional y transparencia pública.



### 3. Indicadores

El alcance de los escenarios esperados puede ser evaluado por medio de los siguientes indicadores:

#### **Claridad** en la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO

Indicador 1: Se diseña y se ejecuta la guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional

Indicador 2: Se diseña y se desarrolla el programa de capacitación misional

#### **Mejoramiento** de los enlaces interinstitucionales con organismos vinculantes en su gestión misional

Indicador 3: Se diseña y se ejecuta la guía de información interinstitucional

Indicador 4: Se diseñan y se ejecutan programas de capacitación para agentes interinstitucionales

#### **Fortalecimiento** de la gestión de información institucional y transparencia pública.

Indicador 6: Se aplica el Manual de Redición de Cuentas recomendado por la SENAC

Indicador 7: Se contrata un comunicador con énfasis en acceso a información pública

### 4. Productos esperados

En conclusión, se espera la realización de los siguientes productos de comunicación en relación con las estrategias diseñadas:

Producto 1: Una guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional

Producto 2: Un programa de capacitación misional para productores de información mediática

Producto 3: Una guía de información y actuación interinstitucional acordada por los distintos organismos de Estado vinculantes

Producto 4: Un programa de capacitación misional para *influencers*

Producto 5: La publicación de un informe de Rendición de Cuentas siguiendo protocolo acordado por la SENAC

Producto 6: Un profesional de comunicación contratado mediante cláusulas contractuales definidas que elabore y ponga en marcha los productos citados



**MARCO LÓGICO**

PUNTO DE PARTIDA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICOS	ESTRATEGIAS	SUBSTRATE-GIAS	MENSAJES	ESCENARIOS ESPERADOS	INDICADORES	PRODUCTOS ESPERADOS
En primer lugar, tiene la necesidad de clarificar la percepción pública de sus fines misionales.		Clarificar la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO	Opinión pública	<b>PERCEPCIÓN PÚBLICA:</b> Organizar los medios y los contenidos de comunicación del tipo extrainstitucional	Elaborar guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional	Clave 1: ¿Qué es SENABICO? Clave 2: ¿Qué hace SENABICO? Clave 3: ¿Cómo cumple su rol SENABICO?	La opinión pública, los productores de información y los influencers tienen una percepción clara de los fines misionales de la SENABICO	Se diseña y se ejecuta la guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional	Guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional
			Productores de información mediática		Desarrollar un programa de capacitación		Se diseña y se desarrolla el programa de capacitación misional	Programa de capacitación misional	
En segundo lugar, mejorar el enlace interinstitucional con organismos vinculantes con la gestión misional.	Clarificar la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO, mejorar los enlaces interinstitucionales con organismos vinculantes en su gestión misional así como fortalecer la gestión de información y transparencia pública.	Mejorar la coordinación interinstitucional con organismos vinculantes con la gestión misional de la SENABICO	Ministerio Público (Fiscalía) SENAD SEPRELAD Policía Nacional FFAA Ministerio de Hacienda (Servicio Nacional de Catastro) Poder Judicial (CSJ y jueces)	<b>ENLACE INTERINSTITUCIONAL:</b> Desarrollar línea de orientación de enlace e información interinstitucional con los organismos vinculantes en actuaciones de bienes incautados y comisados	Elaborar guía de información y actuación interinstitucional	Clave 4: ¿Qué rol cumple cada organismo en la incautación y comiso de bienes? Clave 5: ¿Cuál es el procedimiento para la incautación de bienes? Clave 6: ¿Cuál es el procedimiento para el comiso de bienes?	Mejora el enlace y la información interinstitucional con organismos y agentes vinculantes con la gestión misional de la SENABICO	Se diseña la guía de información interinstitucional	Guía de información y actuación interinstitucional
				Diseñar y ejecutar programas de capacitación para agentes interinstitucionales		Se diseñan y se ejecutan programas de capacitación para agentes interinstitucionales	Programas de capacitación		
En tercer lugar, fortalecer su gestión de información pública y transparencia.		Fortalecer la gestión de información pública y transparencia de la SENABICO	SENAC Ministerio de Justicia Usuarios del Portal y Oficina de Acceso a la Información Pública MITIC Presidencia de la República Opinión pública	<b>TRANSPARENCIA PÚBLICA</b> Vincular los canales de información y transparencia pública con las estrategias de comunicación extrainstitucional e interinstitucional	Vincular contenidos de información y transparencia pública con medios institucionales de información pública.	Clave 7: Transparencia y eficiencia en la gestión	Se fortalece la gestión de información pública y transparencia.	Se aplica el Manual de Rendición de Cuentas recomendado por la SENAC	Manual de Rendición de Cuentas
				Vincular un asistente de información pública con la DTA.	Clave 8: Transparencia y eficiencia en la información	Se contrata un comunicador con énfasis en acceso a información pública	Contrato de Funciones		



Secretaría Nacional de  
**ADMINISTRACIÓN DE BIENES  
INCAUTADOS Y COMISADOS**



*Paraguay  
de la gente*

## **PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE BIENES INCAUTADOS Y COMISADOS- SENABICO**



**CONSULTORÍA PARA PROVEER SERVICIO DE  
ASISTENCIA TÉCNICA EN LAS ACTIVIDADES RELATIVAS  
AL PLAN COMUNICACIONAL Y A LA DIVULGACIÓN DE  
LAS FUNCIONES Y ACTIVIDADES DE LA SENABICO**

### **PLAN DE COMUNICACIÓN**

**Consultor: Jorge García Riart**



## **SITUACIÓN DE PARTIDA**

Visto e interpretado los antecedentes organizacionales de la SENABICO, se concluye que los principales desafíos para la entidad tienen relación con tres líneas o ejes:

En primer lugar, tiene el desafío de **clarificar la percepción pública** de sus fines misionales.

En segundo lugar, tiene el desafío de **mejorar su enlace interinstitucional** con organismos y agentes vinculantes con su gestión misional.

En tercer lugar, tiene el desafío de **fortalecer su gestión de información pública** y transparencia.



**SENABICO**



## **OBJETIVOS**

**Clarificar** la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO



**Mejorar** los enlaces interinstitucionales con organismos vinculantes en su gestión misional.



**Fortalecer** la gestión de información y transparencia pública.

## **PÚBLICOS**

Opinión pública

Productores de información

Influencers institucionales

Organismos públicos relacionados

Usuarios del Portal y Oficina de Acceso a la Información Pública



Ministerio Público (Fiscalía)

Secretaría Nacional Antidrogas (SENAD)

Secretaría de Prevención del Lavado de

Dinero (SEPRELAD)

Fuerzas Armadas

Ministerio del Interior a través de la Policía Nacional

Ministerio de Hacienda por medio del

Servicio Nacional de Catastro

Poder Judicial (Corte Suprema de Justicia y jueces)

Secretaría Nacional Anticorrupción (SENAC)

Ministerio de Justicia a través de la

Dirección de Acceso a la Información

Pública,

Ministerio de Tecnología, Información y

Comunicación y su Agencia Paraguaya de

Noticias

Presidencia de la República a través de su

Dirección de Informaciones

Procuraduría General de la República

**Clarificar** la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO

Opinión pública

Productores de información

*Influencers* institucionales

**Mejorar** los enlaces interinstitucionales con organismos vinculantes en su gestión misional.

Organismos públicos relacionados

**Fortalecer** la gestión de información y transparencia pública.

SENAC  
Ministerio de Justicia  
Usuarios del Portal y Oficina de Acceso a la Información Pública  
MITIC  
Presidencia de la República  
Opinión pública

## ESTRATEGIAS/SUBESTRATEGIAS

### Eje 1: Percepción pública

Organizar los medios y los contenidos de comunicación del tipo extrainstitucional

*Elaborar guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional*

*Desarrollar un programa de capacitación a productores de información mediática y decisores públicos*

## MENSAJES CLAVE

Clave 1: ¿Qué es SENABICO?

Clave 2: ¿Qué hace SENABICO?

Clave 3: ¿Cómo cumple su rol SENABICO?



## **Eje 2: Enlace interinstitucional:**

Desarrollar línea de orientación de enlace e información interinstitucional con los organismos vinculantes en actuaciones de bienes incautados y comisados.

*Elaborar guía de información y actuación interinstitucional*

*Desarrollar programas de capacitación para agentes interinstitucionales*

## **MENSAJES CLAVE**

Clave 4: ¿Qué rol cumple cada organismo en la incautación y el comiso de bienes?

Clave 5: ¿Cuál es el procedimiento para la incautación de bienes?

Clave 6: ¿Cuál es el procedimiento para el comiso de bienes?



**Eje 3: Transparencia pública:**

Vincular los canales de información y transparencia pública con las estrategias de comunicación extrainstitucional e interinstitucional

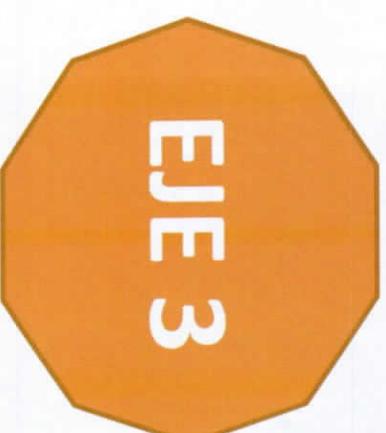
*Vincular contenidos de información y transparencia pública con medios o canales institucionales de información pública*

*Vincular un asistente de información pública con la Dirección de Transparencia y Anticorrupción de la SENABICO*

**MENSAJES CLAVE**

Clave 7: Transparencia y eficiencia en la gestión

Clave 8: Transparencia y eficiencia en la información



## PRODUCTOS ESPERADOS

**Producto 1:** Una **guía de medios y contenidos** de comunicación extrainstitucional

1

**Producto 2:** Un **programa de capacitación** misional para productores de información mediática

1

**Producto 3:** Una **guía de información y actuación** interinstitucional acordada por los distintos organismos de Estado vinculantes

2

**Producto 4:** Un **programa de capacitación** misional para *influencers*

2

**Producto 5:** La **publicación de un informe** de Rendición de Cuentas siguiendo protocolo acordado por la SENAC

3

**Producto 6:** Un **profesional de comunicación** contratado mediante cláusulas contractuales definidas que elabore y ponga en marcha los productos citados

3

## INDICADORES

**OBJ 1**

**1**

Se diseña y se ejecuta la guía de medios y contenidos de comunicación extrainstitucional

**2**

Se diseña y se desarrolla el programa de capacitación misional

**OBJ 2**

**3**

Se diseña y se ejecuta la guía de información interinstitucional

**4**

Se diseñan y se ejecutan programas de capacitación para agentes interinstitucionales

**OBJ 3**

**5**

Se aplica el Manual de Redición de Cuentas recomendado por la SENAC

**6**

Se contrata un comunicador con énfasis en acceso a información pública

## ESCENARIOS ESPERADOS

La opinión pública, los productores de información y los *influencers* tengan una **percepción clara** de los fines misionales de la SENABICO.

1

**Mejora el enlace y la información interinstitucional** con organismos y agentes de distintos organismos institucionales de Estado vinculados con la gestión misional de la SENABICO.

2

**Se fortalece la gestión de información pública y transparencia** con la opinión pública, en general, y los usuarios del Portal y Oficina de Acceso a la Información Pública, en particular, mediante la gestión responsable de la información institucional.

3

En general, se **clarifica** la percepción pública de los fines misionales de la SENABICO, **mejoran** los enlaces interinstitucionales con organismos vinculantes en su gestión misional y se **fortalece** la gestión de información institucional y transparencia pública.