GOBIERNO DEL PARAGUAY | PARAGUÁI REKUÁI

essap

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA ESSAP S.A.

LUIS FERNANDO BERNAL MAZO

Firmado digitalmente por LUIS FERNANDO BERNAL MAZO
Fecha: 2026.09.30 11:16:25 -03'00'

VERSIÓN Nº 06/2026

ASUNCION, PARAGUAY

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN – VERSIÓN Nº 06/2026

La Empresa de Servicios Sanitarios del Paraguay S.A. (ESSAP S.A.) reconoce la comunicación institucional como un instrumento estratégico para fortalecer la gestión, promover la transparencia, facilitar la coordinación entre las dependencias y contribuir al cumplimiento del Plan Estratégico Institucional, los principios y valores del Código de Ética y las demás políticas institucionales, mediante la difusión oportuna, clara y permanente de la información dirigida a sus grupos de interés internos y externos.

1. PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

1.1 La Dirección de Comunicación y Marketing es la dependencia responsable de planificar, coordinar, ejecutar, dar seguimiento y evaluar la comunicación institucional de la ESSAP S.A., mediante la elaboración y actualización del Plan Anual de Comunicación.

Orientaciones generales:

1.1.1) El Plan de Comunicación Anual sirve como línea de base para orientar la comunicación de la ESSAP S.A., el mismo es elaborado a partir de la información proporcionada por las dependencias, además del diagnóstico del estado de Comunicación de la Empresa de Servicios Sanitarios del Paraguay S.A, en relación a sus grupos de interés internos y externos.

1.1.2) El Plan de Comunicación Anual establece las estrategias institucionales, objetivos, líneas de acción, medios y canales de comunicación necesarios para garantizar una comunicación oportuna, clara, uniforme y alineada con los objetivos institucionales. Asimismo, contempla los mecanismos para el seguimiento y evaluación de las acciones comunicacionales desarrolladas.

1.1.3) El Plan de Comunicación Anual es ejecutado por la Dirección de Comunicación y Marketing y es objeto de seguimiento y revisión periódica durante su implementación, a fin de verificar su pertinencia, eficacia y alineación con los objetivos institucionales. Los resultados de dicha revisión servirán de base para identificar oportunidades de mejora, efectuar los ajustes que resulten necesarios y fortalecer continuamente la gestión de la comunicación institucional. El Plan, una vez revisado, es aprobado por la Gerencia General y posteriormente socializado con los grupos de interés competentes.

1.1.4) La planificación de la comunicación institucional incorpora mecanismos de seguimiento y retroalimentación orientados a verificar que la información difundida sea recibida, comprendida y utilizada por los grupos de interés correspondientes. Los resultados obtenidos servirán de base para identificar oportunidades de mejora, fortalecer los canales de comunicación y realizar los ajustes que resulten necesarios en el Plan de Comunicación Anual.

COMUNICACIÓN INTERNA

2. COMUNICACIÓN INTERNA

2.1. La comunicación interna de la ESSAP S.A. prioriza la difusión clara, oportuna, accesible y uniforme de la información institucional, mediante la utilización de los canales y recursos físicos y tecnológicos disponibles, promoviendo la coordinación entre las dependencias, la comprensión de las directrices institucionales y la retroalimentación para el fortalecimiento de la gestión institucional.

Orientaciones generales:

2.1.1. La comunicación interna comprende la difusión de información estratégica, institucional, administrativa y de control interno necesaria para el cumplimiento de los objetivos institucionales, asegurando que los funcionarios dispongan oportunamente de la información requerida para el ejercicio de sus funciones.

La comunicación interna contempla, entre otros, la difusión de:

- Información estratégica: Plan Estratégico Institucional, Plan Operativo Institucional, programas y proyectos.
- Información de gestión: Memoria Anual, Rendición de Cuentas y demás informes institucionales.
- Información administrativa: Resoluciones del Directorio, circulares, comunicados y demás disposiciones institucionales.
- Información del Sistema de Control Interno: políticas, normativas, mapas de procesos, mapas de riesgos y demás instrumentos institucionales.
- Campañas institucionales y actividades de fortalecimiento de la cultura organizacional promovidas por la ESSAP S.A.

2.1.2) Los niveles de responsabilidad de la comunicación interna reflejan la participación de las distintas instancias organizacionales en el proceso de difusión y socialización de la información institucional, conforme a sus competencias y al flujo de comunicación establecido en la ESSAP S.A., favoreciendo la coordinación y la adecuada circulación de la información entre las dependencias.

A efectos de su organización, la comunicación interna se estructura en los siguientes niveles:

- Primaria: Directorio y Presidencia, Dirección de Talento Humano (Según Organigrama)
- Secundaria: Dirección de Comunicación y Marketing, Gerencias, Direcciones, Asesorías y Coordinaciones.
- Terciaria: todas las demás dependencias de la institución.

2.1.3) Los canales oficiales de comunicación interna serán utilizados para garantizar la difusión uniforme, oportuna y verificable de la información institucional.

- **Canales:** Resolución, Circular, Comunicado, Comunicación Interna.
- **Soportes:** Documentos impresos, Redes Sociales (Whatsapp), Franelógrafos, Correo Corporativo, sitios webs de acceso exclusivo a funcionarios.

La incorporación de nuevos canales tecnológicos se podrá realizar cuando estos contribuyan a mejorar la comunicación institucional y garanticen la seguridad de la información.

2.2 La Dirección de Comunicación y Marketing coordina, conjuntamente con la Dirección de Talento Humano, la incorporación de contenidos relacionados con la comunicación institucional en los procesos de inducción, reinducción y capacitación permanente de los funcionarios, a fin de fortalecer el conocimiento y la aplicación de las presentes Políticas de Comunicación.

2.3 La Dirección de Talento Humano, a través de la Unidad de Evaluación y Desarrollo, incorpora en el Plan Anual de Capacitación de la ESSAP S.A. la realización de talleres, charlas y actividades de inducción para nuevos funcionarios, así como de reinducción para funcionarios permanentes, con el propósito de fortalecer el conocimiento, la comprensión y la adecuada aplicación de la información institucional, promoviendo la alineación de los funcionarios con los objetivos, políticas, normas y demás disposiciones vigentes de la ESSAP S.A.

2.4 La ESSAP S.A. promueve mecanismos de retroalimentación que permitan verificar que la información institucional difundida a los funcionarios sea recibida, comprendida y aplicada conforme a los objetivos institucionales. Los resultados obtenidos constituyen insumos para fortalecer los procesos de comunicación interna y adoptar las acciones de mejora que correspondan.

3.

4. PROYECCIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA

3.1 La ESSAP S.A. mantiene la unidad en el manejo de su imagen corporativa en todas sus dependencias y en las relaciones con los grupos de interés externos.

Orientaciones generales:

3.1.1 Tanto el logo símbolo, como el eslogan de la ESSAP S.A., deben primar sobre toda identificación particular de las dependencias, programas, proyectos, campañas.

3.1.2 Es responsabilidad de la Dirección de Comunicación y Marketing la difusión del Logo oficial de la empresa y del Gobierno Nacional que esté en el ejercicio del poder a todas las dependencias y toda modificación del mismo será inmediatamente difundido a través de los canales apropiados de comunicación.

3.1.3 Asimismo, la Dirección de Comunicación y Marketing vela por el cuidado de la imagen corporativa en las Redes Sociales y sitio web.

3.1.4 Si detecta la Dirección de Comunicación y Marketing, sitios webs o cuentas de redes sociales que simulen ser de la ESSAP S.A. (perfiles falsos), adopta las acciones institucionales necesarias para desmentir dichos sitios o perfiles como canales oficiales de la institución e informa a la Máxima Autoridad para la adopción de las medidas que correspondan.

COMUNICACIÓN EXTERNA

4. COMUNICACIÓN EXTERNA

4.1 La comunicación externa de la ESSAP S.A. constituye un instrumento estratégico orientado a fortalecer la transparencia institucional, la credibilidad, la confianza y el relacionamiento con los diferentes grupos de interés, mediante la difusión oportuna, clara, veraz y accesible de la información institucional. Asimismo, contribuye al cumplimiento de los objetivos institucionales, promueve la participación de los grupos de interés y fortalece la imagen institucional.

4.2 Clasificación y Publicación de la Información:

Orientaciones generales:

4.2.1 Las dependencias proporcionan a la Dirección de Comunicación y Marketing la información institucional que resulte necesaria para su difusión, asegurando que ésta sea completa, confiable, oportuna y, cuando corresponda, acompañada de los documentos o materiales de apoyo pertinentes.

4.2.2 Ningún funcionario puede utilizar ni retener información de la institución para la consecución de beneficio personal o de terceros.

4.2.3 La Dirección de Comunicación y Marketing es la dependencia responsable de la elaboración y validación de los materiales de comunicación institucional, para lo cual podrá utilizar la información técnica proporcionada por las dependencias competentes, velando en todos los casos por su uniformidad, coherencia y alineación con la imagen corporativa de la ESSAP S.A.

4.2.4 Los materiales de información son difundidos primeramente por la Dirección de Comunicación y Marketing, a través de los canales oficiales de comunicación institucional, garantizando la integridad, actualidad y consistencia de la información difundida.

4.2.5 Entendida como soporte indispensable para el mejoramiento de la comunicación institucional, la Dirección de Comunicación y Marketing es responsable de compilar información y elaborar materiales informativos y educativos para los diversos grupos de interés externos.

4.2.6 La difusión de la información institucional procurará que los distintos grupos de interés dispongan de información suficiente, comprensible y oportuna, promoviendo mecanismos que favorezcan la recepción de observaciones, consultas y demás aportes que contribuyan al fortalecimiento de la comunicación institucional.

4.3 Relacionamiento con los medios de Comunicación.

La ESSAP S.A., a través de la Dirección de Comunicación y Marketing, mantiene una política de apertura, transparencia y relacionamiento institucional con los medios de comunicación, promoviendo una comunicación clara, oportuna, objetiva y responsable, con el propósito de fortalecer la confianza de la ciudadanía, facilitar el acceso a la información pública y contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales.

Orientaciones generales:

4.3.1 La Dirección de Comunicación y Marketing actúa como enlace formal entre las autoridades de la ESSAP S.A. y los medios de comunicación, canalizando la comunicación institucional conforme a las estrategias de comunicación, la proyección de la imagen corporativa y la difusión de la gestión y los resultados institucionales.

4.3.2 La Dirección de Comunicación y Marketing es la dependencia responsable de la coordinación y convocatorias de los medios de comunicación para la realización de entrevistas, conferencia de prensa, etc., con autoridades de la institución.

4.3.3 Las conferencias de prensa constituyen un mecanismo institucional de comunicación oficial y podrán realizarse en la sede de la ESSAP S.A. o en cualquier otro ámbito que resulte institucionalmente pertinente, de acuerdo con la naturaleza del hecho, actividad o asunto que motive el pronunciamiento oficial de la institución, cuando la Máxima Autoridad considere necesario informar a la ciudadanía sobre asuntos de interés público, la gestión institucional, responder consultas o denuncias, fijar posición sobre temas de relevancia institucional o difundir cualquier otra información que resulte de interés general.

4.3.4 La Dirección de Comunicación mantiene criterios de imparcialidad, objetividad y equidad con los medios de comunicación, en cuanto a la concesión de entrevistas, pautas publicitarias, entre otros.

4.3.5 Los funcionarios de la Dirección de Comunicación y Marketing que administren los canales oficiales de comunicación y redes sociales actúan conforme a los lineamientos institucionales establecidos por dicha Dirección, absteniéndose de emitir respuestas o pronunciamientos de carácter institucional sin la correspondiente autorización.

4.3.6 La Dirección de Comunicación y Marketing, utiliza canales adecuados y oportunos para interactuar con los medios de comunicación (correo institucional, mensajería instantánea, entre otros)

4.3.7 La Dirección de Comunicación y Marketing es responsable del monitoreo permanente de los medios de comunicación, redes sociales y demás canales de comunicación externa relacionados con la ESSAP S.A., con la finalidad de identificar oportunamente hechos, tendencias, oportunidades, riesgos comunicacionales y demás situaciones de interés institucional que puedan requerir seguimiento o un pronunciamiento oficial. Como resultado de dicho monitoreo, elaborará los informes correspondientes para conocimiento de la Máxima Autoridad, contribuyendo a la adopción oportuna de decisiones institucionales.

4.3.8 La Dirección de Comunicación y Marketing es responsable de elaborar informes estadísticos y de análisis sobre el comportamiento y alcance de la comunicación institucional en los medios de comunicación y demás canales de difusión, los cuales servirán como insumo para el Directorio en la

evaluación periódica de las estrategias de comunicación institucional, la identificación de oportunidades de mejora y la adopción de acciones orientadas al fortalecimiento de la gestión comunicacional de la ESSAP S.A.

4.4 Relacionamiento con otros Grupos de Interés

La ESSAP S.A. en su política de apertura a los grupos de interés, se basa en la imparcialidad y equidad en el manejo de la difusión de la información, excepto aquellos casos que se considere de carácter reservado, atendiendo a las características específicas de cada grupo en un marco de confianza y colaboración.

Orientaciones generales:

4.4.1 La Dirección de Comunicación y Marketing, establece los canales de comunicación adecuados para interactuar con los grupos de interés (Organizaciones internacionales, Organismos de regulación, Universidades, Empresas privadas, Instituciones del Estado, Proveedoras, entre otras)

4.4.2 En cuanto a la Rendición de Cuentas a la sociedad, la Dirección de Comunicación y Marketing apoya toda gestión y actividad del Comité de Rendición de Cuentas a la ciudadanía.

4.4.3 La comunicación con los grupos de interés promoverá la participación, interacción y retroalimentación mediante los mecanismos institucionales habilitados para tal efecto, facilitando la recepción de consultas, opiniones, sugerencias y demás aportes relacionados con la gestión institucional y la prestación de los servicios. La información obtenida servirá como insumo para el fortalecimiento de la comunicación institucional y la mejora continua de los procesos relacionados con los grupos de interés.

5. VOCEROS

5.1 La ESSAP S.A. designa a los funcionarios que actuarán como voceros institucionales para representar oficialmente a la institución ante los grupos de interés, los medios de comunicación y en actividades de carácter nacional e internacional, conforme a las directrices establecidas por la Máxima Autoridad.

Orientaciones generales:

5.1.1. El vocero o los voceros designados por la Institución, son en todo momento portavoces de la institución, dentro y fuera del país, salvo disposición expresa de la Máxima Autoridad.

5.1.2. Ningún funcionario que no haya sido designado como vocero institucional se encuentra autorizado para conceder entrevistas a los medios de comunicación ni divulgar información institucional que, por su naturaleza, contenido o contexto, pueda afectar la imagen institucional o comprometer la posición oficial de la ESSAP S.A.

5.1.3. La Dirección de Comunicación y Marketing, tiene la facultad de informar a la Máxima Autoridad acerca del incumplimiento del punto anterior, para los fines que se crean pertinentes.

5.1.4. Todos los funcionarios observan los criterios institucionales establecidos para el tratamiento, resguardo y difusión de la información de la ESSAP S.A., especialmente aquella de carácter confidencial o de acceso restringido, incluso fuera del ejercicio de sus funciones.

RENDICIÓN DE CUENTAS A LA CIUDADANÍA

6. POLÍTICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS A LA CIUDADANIA

En el Marco de la Rendición de Cuentas como deber del Estado y derecho del ciudadano, y en cumplimiento de los principios de la función pública y la participación social, la ESSAP S.A. adopta un programa de Rendición de Cuentas buscando dar transparencia a la gestión y generar confianza y credibilidad en la ciudadanía.

6.1. Objeto

La presente Política establece los lineamientos institucionales para impulsar actividades de rendición de cuentas sobre gestión, dirigidas al ciudadano como sujeto destinatario del servicio, de forma sencilla, amigable, constante y transparente.

6.2. Marco Legal

Decreto N° 2991/2019 "Por el cual se aprueba el Manual de Rendición de Cuentas al Ciudadano, se lo declara de interés nacional y se dispone su aplicación obligatoria en las instituciones del Poder Ejecutivo" Ley N° 7389/2024 "Que establece el Régimen Nacional de Integridad, transparencia y Prevención de la Corrupción"

7. PRINCIPIOS

Transparencia: Acceso libre a la información de la gestión. Participación Ciudadana: Motivar la colaboración del ciudadano en los procesos de toma de decisiones. Responsabilidad: Dar cuenta de los resultados de gestión. Claridad y Oportunidad: Información sencilla, amigable y constante.

8. ALCANCE

Aplica a todas las dependencias, funcionarios y autoridades de la Empresa de Servicios Sanitarios del Paraguay ESSAP S.A., que administran recursos públicos y brindan servicios a la ciudadanía.

9. RESPONSABLES

9.1. Comité de Rendición de Cuentas al Ciudadano- CRCC

- Instancia constituida en la institución con la misión de: Elaborar el Plan de Rendición de Cuentas Institucional anual. Gestionar los mecanismos necesarios para dar avances al plan. Elaborar informes parciales periódicos y un Informe Final con sus respectivas evidencias.
- Poner a disposición de la ciudadanía los informes para el libre acceso y control. El CRCC trabajará con la colaboración activa y coordinada de todos sus miembros.

9.2. Máxima Autoridad

Es responsable de impulsar y aprobar las acciones de rendición de cuentas.

9.3. Unidades Organizacionales

Son responsables de proveer la información requerida por el CRCC.

10. MECANISMOS DE RENDICIÓN DE CUENTAS

1- Plan de Rendición de Cuentas: Documento anual aprobado por máxima autoridad.

2- Informes Parciales: Trimestrales o cuatrimestrales según corresponda.

3- Informe Final de Gestión: Con evidencias, publicado en la web institucional.

4- Consulta Ciudadana: Canales para que la ciudadanía comparta temas de interés vinculados a la gestión.

5- Audiencias Públicas/ Reuniones: Espacios de diálogos con ciudadanía.

6- Portal de Transparencia: Publicación activa de datos

11. COMPROMISOS INSTITUCIONALES

La ESSAP S.A. se compromete a:

1- Publicar activamente información relevante sobre presupuesto, ejecución, contrataciones y resultados de gestión.

2- Elaborar y difundir el Plan de Rendición de Cuentas y los Informes de Gestión.

3- Implementar canales de consulta ciudadana para recoger opiniones y sugerencias. Capacitar a los funcionarios sobre transparencia e integridad.

4- Asegurar que la información se presenta en lenguaje ciudadano formato accesibles.

12. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.

El CRCC realizará el seguimiento a la implementación de esta Política. Los resultados serán incluidos en el Informe Final de Rendición de Cuentas y estarán disponibles para control ciudadano.

13. VIGENCIA

La presente Política entrará en vigencia a partir de la fecha de su aprobación por Resolución y será revisada anualmente.