



**DIRECCIÓN
NACIONAL DE
ADUANAS**

Decreto N° 2991/2019

***Plan de
Rendición de
Cuentas al
Ciudadano y
Cronograma de
Actividades***

ÍNDICE

Introducción	2
Misión, Visión y Objetivo	3
Marco normativo	4
Plan de Rendición de Cuentas al Ciudadano de la Dirección Nacional de Aduanas	5
Preparación Institucional	5
Definición del Plan de Rendición de Cuentas al Ciudadano	5
Mecanismos de Rendición de Cuentas y Grupos de Interés	5
Canalización de la información y comunicación a los grupos de interés	6
Información	6
Comunicación	7
Imagen Institucional	8
Elaboración y diseño de materiales de comunicación	8
Medios masivos de comunicación	9
Campañas institucionales	9
Relacionamiento con los grupos de interés	10
Manejo integrado y sistematización de la información	10
Elaboración del cronograma	11
Informes de avances en la Rendición de Cuentas	11
Consolidación de la información para la Rendición de Cuentas	11
Realización de actos/actividades de la Rendición de Cuentas al Ciudadano	12
Elaboración y distribución de informes	12
Receptividad Externa	13

INTRODUCCIÓN

La rendición de cuentas cobra mayor relevancia debido a sus implicancias en el proceso de transparencia, es por esto, que la Dirección Nacional de Aduanas, como una estrategia para el logro los objetivos y hacer realidad la misión y visión, ha fortalecido la información y comunicación tanto a nivel organizacional como en los demás grupos de interés enfocando actividades para mejorar la imagen institucional a través de la implementación del Manual de Rendición de Cuentas al Ciudadano.

En ese contexto se presenta a continuación pautas para la ejecución del Plan de Rendición de Cuentas al Ciudadano de la Dirección Nacional de Aduanas y su respectivo cronograma.

MISIÓN

Somos una institución autónoma, facilitadora del comercio internacional, responsable de una eficiente recaudación de los tributos y fiscalizador del tráfico de mercaderías.

VISIÓN

Seremos una aduana que liderará las mejoras al comercio exterior del Paraguay, reconocidos mundialmente por su modelo de gestión en toda la organización y mejores prácticas aduaneras.

Contaremos con normativa clara y actualizada a las realidades del comercio exterior de hoy. Con procedimientos lo más virtuales posibles, predecibles y ágiles basados en la innovación, tecnología, la automatización y la eliminación de la discrecionalidad en todos los procesos de aduana.

Realizaremos un control de las mercaderías, personas, medios de transporte y unidades de carga, de manera inteligente, utilizando la gestión de riesgo en todos los momentos del control.

De esta forma contribuiremos al desarrollo y estabilidad económica del país. Impulsando la facilitación del comercio, asegurando la cadena logística, la competitividad, conectándonos con nuestros grupos de interés y protegiendo a la sociedad paraguaya en general.

Y nos reconocerán como servidores públicos, íntegros e inflexibles ante la corrupción.

OBJETIVO

Fomentar la participación de los grupos de interés en la prevención de la corrupción e incrementar la confianza de los mismos mediante el mecanismo de Rendición de Cuentas al Ciudadano. Desarrollar mayor comprensión de los procesos que garanticen la transparencia en la gestión de la Dirección Nacional de Aduanas y su impacto.

MARCO NORMATIVO

- Ley N° 2422 /04 “CÓDIGO ADUANERO”.
- Ley N° 5189/2014 “QUE ESTABLECE LA OBLIGATORIEDAD DE LA PROVISIÓN DE INFORMACIONES EN EL USO DE LOS RECURSOS PÚBLICOS SOBRE REMUNERACIONES Y OTRAS RETRIBUCIONES ASIGNADAS AL SERVIDOR PÚBLICO DE LA REPÚBLICA DEL PARAGUAY”.
- Ley N° 5282/2014 “DE LIBRE ACCESO CIUDADANO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y TRANSPARENCIA GUBERNAMENTAL”.
- Decreto N° 4672/2005 “REGLAMENTO DEL CÓDIGO ADUANERO”.
- Decreto N° 4064/2015 “POR EL CUAL SE REGLAMENTA LA LEY N° 5282/2014”.
- 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”.
- Resolución DNA N° 675/2017 “MANUAL ESTRATÉGICO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN”.
- Resolución DNA N° 110/2020 “POR EL CUAL SE CONFORMA EL COMITÉ DE RENDICIÓN DE CUENTAS AL CIUDADANO DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE ADUANAS EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE RENDICIÓN DE CUENTAS PARA INSTITUCIONES DEL PODER EJECUTIVO”.

PLAN DE RENDICIÓN DE CUENTAS DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE ADUANAS.

Proceso de implementación del Plan de Rendición de Cuentas consta de 4 Etapas de Rendición de Cuentas al Ciudadano;

1. Preparación Institucional.

Como punto de partida y bajo la coordinación del Departamento de Asuntos, se conformó el Comité de Rendición de Cuentas al Ciudadano de la Dirección Nacional de Aduanas, mediante Resolución DNA N° 110/2020.

Dependencias que integran el CRCC:

- Departamento de Asuntos Internos. (Coordinador)
- Dirección de Planificación y Desarrollo Institucional. (Representantes de los Departamentos de MECIP e Integridad)
- Dirección de Administración y Finanzas.
- Dirección de Tecnologías de Información y Comunicación- SOFIA.
- Dirección de Auditoría Interna.
- Dirección de Gabinete. (Representante de la Secretaría de Relaciones Públicas y Comunicación)
- Dirección Jurídica.
- Dirección de Talento Humano.

2. Definición del Plan de Rendición de Cuentas al Ciudadano.

2.1. Mecanismos de Rendición de cuentas y Grupos de interés.

Personas Vinculadas a la Actividad Aduanera (PVAA): Importador, Exportador, Despachante de Aduanas, Agente de Transporte, Depositario de Mercaderías, como así también a la ciudadanía, funcionarios públicos e instituciones públicas, etc.

Uno de los objetivos del Plan Estratégico Institucional (PEI) de la Dirección Nacional de Aduanas es *comunicar efectiva y eficazmente a nuestros grupos de interés y, considerando que la Rendición de Cuentas al Ciudadano fortalece dicha comunicación, crea conceptos de transparencia, credibilidad y confianza hacia la gestión de la DNA.*

A continuación se detallan los Mecanismos de Rendición de Cuentas:

- Recaudación en Línea: reporte minuto a minuto de las recaudaciones en las operaciones de importación que se gestionan en la Institución.
- Comparativo de Recaudación en General: que permite hacer una comparación entre la recaudación actual y periodos anteriores.
- Informes de Incautaciones realizadas en el marco de la represión al contrabando, con una estimación del costo de las mercaderías incautadas.
- Ventana de Consultas de Datos Estadísticos de Comercio Exterior (Datos Abiertos): permite consultar en línea y en forma directa todos aquellos datos sobre el Comercio Exterior (operaciones de importación y exportación).
- Informes de Gestión Trimestral y Anual: a grupos de interés de las actividades realizadas por la institución, expuestas en la Web e Intranet de la Institución.

2.2. Canalización de la información y comunicación a los grupos de interés.

2.2.1. Información

El acceso a la información es el derecho fundamental de los ciudadanos y de obtener respuesta satisfactoria en un tiempo razonable, en la medida en que dicha información no es reservada por alguna excepción establecida en la normativa. Asimismo es una herramienta principal de participación ciudadana para que estén informados para la rendición de cuentas.

La Política general de información de la Dirección Nacional de Aduanas consiste en facilitar la recolección, ordenamiento, procesamiento, sistematización y estructuración, en forma adecuada y oportuna, de los datos e informaciones provenientes de fuentes internas y externas. Igualmente obtener datos actualizados del entorno y de los grupos de interés externos, a fin de analizarlos, procesarlos y a su vez generar como producto básico la información que la sociedad requiere.

La información debe ser:

- Objetiva: que represente la realidad.
- Verificable: que se pueda comprobar su veracidad.
- Pertinente: adecuada, exacta, concreta y útil para los usuarios internos y externos.
- Consistente y uniforme: que permita su comprobación con otro tipo de información.
- Equitativa: para lograr la imparcialidad en la información en todos los grupos de interés.

La canalización de la Información se basa en las siguientes directrices:

- Asegurar la disponibilidad, integridad, credibilidad y confidencialidad de la información y de los sistemas informáticos.
- Adoptar procedimientos y mecanismos que simplifiquen el cumplimiento de las obligaciones con los distintos actores involucrados en actividades de comercio exterior.
- Poner especial interés en la aplicación efectiva del gobierno en línea, a través de la ejecución de acciones necesarias para mantener actualizada la página web.
- Definir y aplicar procedimientos que faciliten la implementación efectiva de las Leyes Nos. 5189 y 5282 del año 2014.
- La Dirección Nacional de Aduanas realiza Encuestas de Satisfacción al Usuario, para tomar conocimiento de las necesidades y requerimientos de los mismos.
- Aplicar mecanismos que permiten conocer a los proveedores y contratistas, productos y servicios que proporcionan.
- Emplea tecnologías de información, automatización y comunicación para el intercambio electrónico de información

La Institución cuenta con el Centro de Atención y Reclamos (CAR), responsable de recibir y responder a las quejas, reclamos, sugerencias y consultas de los usuarios como también el Departamento de Asuntos Internos.

2.2.2. Comunicación

La Política General de Comunicación de la Dirección Nacional de Aduanas consiste en garantizar la circulación fluida y transparente de la información de la institución a los grupos de Interés, mejorando el nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con los ciudadanos, y permitiendo la publicidad de su gestión y de los resultados obtenidos, para un mejor posicionamiento ante la sociedad.

La comunicación se basa en las siguientes directrices:

- Tener carácter estratégico para contribuir a fortalecer la cultura de la transparencia en la gestión aduanera, formalizar la economía y proyectar la imagen institucional.
- Garantizar coherencia en la actuación de los funcionarios públicos con respecto a la misión institucional, a fortalecer su sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración para la realización del trabajo.

- Gestionar la Información como un bien colectivo, indispensable para el conocimiento de los procesos, la realización del trabajo y para garantizar una adecuada interlocución con sus grupos de interés.
- Impulsar la Rendición de Cuentas a la ciudadanía, en el marco del entendimiento de la administración pública como un servicio, y de la Rendición de Cuentas como un deber, en el ejercicio de los principios del interés público y la transparencia que deben tener los actos de los funcionarios públicos.

La planeación estratégica de la comunicación se basa en las políticas institucionales, procesos, lineamientos éticos, planes y programas.

2.2.2.1. Imagen institucional.

Es la manera como la entidad transmite quién es, que hace y como lo hace. La imagen no solo es el fruto de la comunicación, sino también de la gestión institucional por lo que se basa en las siguientes directrices:

- Adoptar un manejo coherente del lenguaje y cuida la forma en que se comunica con los grupos de interés, considerando siempre la misión institucional, los lineamientos y los valores éticos.
- Proveer a las dependencias los insumos necesarios, para un manejo adecuado de la imagen institucional (logotipos, tipografías, slogan, etc.).

Todas las dependencias de la Institución son adecuadamente informadas sobre los formatos a tener en cuenta para las campañas de difusión.

2.2.2.2. Elaboración y diseño de materiales de comunicación.

La elaboración de materiales para la comunicación con los grupos de interés se realiza de acuerdo con estos parámetros:

- Documentales fílmicos y/o producciones multimedia que den cuenta de las acciones de la Institución en el ámbito de su aplicación.
- Soportes electrónicos que contengan información referente a la gestión Institucional.
- Murales en sitios estratégicos donde se exhibirán materiales informativos producidos por las dependencias, que sean de interés para los funcionarios
- Medios Impresos para la promoción de las actividades y objetivos misionales de la Institución.
- Los materiales producidos para la difusión masiva deben ajustarse a las pautas establecidas en el presente documento.

- La Intranet Institucional se constituye en un canal de uso diario para la comunicación de informaciones entre los funcionarios.

2.2.2.3. Medios masivos de comunicación

La Dirección Nacional de Aduanas fomenta una política de apertura y de buen relacionamiento con los representantes de los medios de comunicación masivos a nivel nacional e internacional, para la satisfacción oportuna de las demandas y la difusión estratégica de la información institucional.

Las demandas de los medios de comunicación y los requerimientos institucionales precisan de una adecuada coordinación para dar satisfacción a las partes, ya sea para encuentros formales o informales con los periodistas, convocatorias de prensa, preparación de eventos con los medios, como la distribución de informes e inclusive la recepción de demandas.

2.2.2.4. Campañas institucionales.

La Dirección Nacional de Aduanas pone en marcha campañas institucionales con los medios a su alcance para movilizar a los grupos de interés y generar confianza en la ciudadanía.

A continuación se detallan las directrices:

- Se promueven mensajes que apunten a generar un cambio de actitud en la ciudadanía.
- Para las campañas, se tiene en cuenta el componente pedagógico a los efectos de generar un proceso de conocimiento o apropiación de contenidos orientados a fomentar las buenas prácticas ciudadanas.
- Las campañas de movilización para los grupos de interés se realizan según los siguientes parámetros:
 - Generar cercanía, es decir, que el público al que está dirigido reconozca los mensajes.
 - Ser incluyentes (Equidad) en el lenguaje y en lo gráfico.
 - Ser comprensibles, ofrecer datos, cifras, ejemplos, analogías.
 - Usar lenguaje coloquial y testimonial.
 - Ser oportunos: que tengan pertinencia según las circunstancias.
 - Generar confianza: que la gente se sienta tranquila porque cree en lo que ahí se dice.
 - Proponer un compromiso a la ciudadanía.
 - Traducir cifras y conceptos técnicos complejos.
 - Explicar las siglas.

2.2.2.5. Relacionamento con los grupos de interés.

La Dirección Nacional Aduanas genera espacios de discusión a través de la realización de eventos principalmente con los gremios vinculados a la actividad aduanera, de modo a crear un vínculo para la resolución de conflictos que afecten el buen desarrollo de la actividad institucional por lo que se vuelve indispensable tener en cuenta las siguientes directrices:

- Las relaciones con gremios se realizan sobre la base de alianzas estratégicas, proporcionando espacios de concertación y firma de pactos éticos con el sector privado.
- Amplia difusión de las bases y condiciones establecidas en los procesos de Contrataciones de Bienes y Servicios, así como los resultados de dichos procesos.
- La Información destinada a los grupos de interés se canaliza a través del Sitio web Institucional y el área de Prensa.
- La información es difundida de manera oportuna, considerando el interés colectivo y respetando la confidencialidad.
- La Oficina de Comunicación tiene la responsabilidad de ajustar la información obtenida.
- Se crean espacios de discusión para la efectiva participación ciudadana y concertación de intereses, a los efectos de atender las demandas y necesidades de la población para la toma de decisiones.

2.3. Manejo integrado y sistematización de la Información

La Dirección Nacional de Aduanas está orientada en facilitar los recursos tecnológicos necesarios y adecuados que contribuyan al control, accesibilidad, almacenamiento, manejo, recuperación y seguridad de la información y tener en cuenta las directrices que se citan a continuación:

- Buscar la mejora continua de la prestación de servicios tecnológicos mediante la administración eficiente de los recursos disponibles, conforme a los objetivos estratégicos institucionales.
- Desarrollar, mantener y administrar los sistemas de información de la Dirección Nacional de Aduanas, de tal forma que se garantice la continuidad de las operaciones.
- Desarrollar y mantener una estructura tecnológica adecuada para el almacenamiento, organización y acceso oportuno a la información.

- Desarrollar y mantener una infraestructura tecnológica y de telecomunicaciones adecuada para garantizar el flujo normal de la información entre los distintos componentes tecnológicos.
- Garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información registral, de tal forma que se brinde un nivel óptimo de seguridad.
- Realizar un manejo adecuado de los incidentes que se presentan en la infraestructura tecnológica, mejorando continuamente el nivel de servicio brindado.
- Cumplir con los procesos operativos necesarios que garanticen la continuidad de los sistemas de información.

2.4. Elaboración del Cronograma

La elaboración del cronograma de los actos/actividades para el cumplimiento del Manual de Rendición de Cuentas al Ciudadano está diseñada en base a los objetivos institucionales y forma parte del anexo del Plan.

3. Informes de avances en la Rendición de Cuentas al Ciudadano

Los informes se desarrollan de manera trimestral y anual en base al Decreto N° 2991/2019.

3.1. Consolidación de la información para la Rendición de Cuentas.

Las Informaciones generadas por las distintas dependencias de la Dirección Nacional de Aduanas sirven para generar una información estructurada de la gestión, orientada a la Rendición de Cuentas, complementada con materiales impresos, audiovisuales entre otros, teniendo en cuenta las siguientes directrices:

- Los Informes de Gestión son interpretados a fin de darle un lenguaje comprensible para el público en general.
- La realización del Informe de Gestión está a cargo del Equipo de Trabajo conformado por la Alta Dirección para el efecto.
- En la Rendición de Cuentas, se emplean los siguientes materiales informativos, los cuales deben de estar redactados en un lenguaje claro y sencillo, facilitando su comprensión:
 - Folletos.
 - Trípticos.
 - Revistas.
 - Gacetillas.
 - Presentaciones.

- La entidad hace uso de todos los medios de comunicación disponibles para difundir la Rendición de Cuentas:
 - Página Web.
 - Intranet.
 - Redes Sociales.
 - Medios Masivos de Comunicación externo (escritos, radiales y televisivos).

4. Realización de los actos/actividades de Rendición de Cuentas al Ciudadano

A fin de realizar la Rendición de Cuentas y dar a conocer a la ciudadanía sobre las gestiones realizadas por la institución, se efectúan eventos a través de los cuales se llegue a la mayor cantidad posible de usuario, es decir, mediante una Audiencia Pública, o demás mecanismos establecidos previamente.

4.1. Elaboración y distribución de informes

La Dirección Nacional de Aduanas se apoya en los medios a su alcance, como medios de comunicación impresa, radial y televisiva, así como documentales y materiales electrónicos, para la difusión de sus actividades, con un lenguaje accesible a todos los niveles y es importante tener en cuenta las siguientes directrices:

- Se emiten Boletines de Prensa oportunos en forma periódica y sistemática sobre las acciones y actividades de la Institución, que se ajustan los criterios de responsabilidad en el manejo de las informaciones.
- Los Boletines de Prensa pueden ser difundidos a través de los medios de comunicación disponibles (como el Sitio Web, la Intranet, Correos electrónicos, Redes Sociales, etc.).
- La Dirección Nacional de Aduanas elabora un dossier periodístico (Acumulación Sistemática de Datos Estadísticos) para la difusión estratégica de su gestión, el cual es difundido según los lineamientos de éste Manual.
- El dossier periodístico es producido por las Direcciones y los Departamentos, respetando siempre las normas establecidas previamente sobre la producción de materiales de esta naturaleza. El objetivo es mantener la coherencia en los mensajes que se emitan institucionalmente.
- La publicación de cada dossier está sujeta a la aprobación de la Dirección Nacional.

4.2. Receptividad externa

El Programa de Receptividad Institucional tiene una dimensión externa orientada hacia los ciudadanos y usuarios de los servicios que presta la Dirección Nacional de Aduanas.

El Centro de Atención y Reclamos (CAR) es una dependencia de la Dirección Nacional de Aduanas encargada de recibir quejas, consultas, sugerencias y denuncias, relacionadas a los servicios que presta la entidad aduanera, con el apoyo del Departamento de Asuntos Internos, es por ello que se tiene en cuenta las directrices que se citan a continuación:

- Se realiza una campaña en medios masivos y a través de piezas comunicativas como: carteles, trípticos y afiches para que los ciudadanos conozcan el Programa de Receptividad Institucional y los mecanismos de que disponen para comunicarse con el Centro de Atención y Reclamos.
- El Centro de Atención y Reclamos cuenta con un nuevo software que permite realizar un seguimiento pormenorizado de cada reclamo realizado, protegiendo en todo momento la identidad del Usuario que realiza el reclamo, garantizando así la confidencialidad de la queja o el reclamo presentado.
- En todas las Administraciones de Aduanas del País, se cuenta con funcionarios calificados y buzones físicos para la recepción de quejas y sugerencias.
- Se cuenta con una dirección de correo electrónico y una línea de atención directa para comunicarse con el CAR.