



## **DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN DE LA PRESIDENCIA**

### **INFORME DE AUTOEVALUACIÓN INSTITUCIONAL (En base al Modelo CAF, de Excelencia en la Gestión)**

#### **Preparado por el Comité de Autoevaluación**

Gianella Pereira, Coordinadora del Comité, Directora de Planificación y Desarrollo

#### **Evaluadores:**

Liusik Cuello, Directora Administrativa y Financiera

Isadora Miguel, Directora de Comunicación Digital

Berioska Sánchez, Directora de Relaciones Comunicacionales

Miguelina Subero, Encarga de Recursos Humanos

Ydalia Molina, Encargada de Contabilidad

Edgar Pons, Encargado de Tecnología

Keila Vásquez, Analista de Colocaciones

Yemeli Santos, Analista Legal

Rafael Vásquez, Analista de Planificación

**Santo Domingo**

**30 de julio de 2021**

## CONTENIDO

### Contents

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	3
<b>I. ASPECTOS GENERALES</b> .....	3
<b>I.1 MARCO INSTITUCIONAL</b> .....	3
I.1.1. MISIÓN.....	3
I.1.2. VISIÓN .....	3
I.1.3. VALORES INSTITUCIONALES .....	3
I.1.4. BASE LEGAL .....	4
I.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	4
I.1.6. SERVICIOS .....	5
<b>I.1 SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL</b> .....	5
<b>2. RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTOEVALUACION.</b> .....	6
<b>2.1 PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS</b> .....	6
<b>2.2 ÁREAS QUE IMPULSAN A LA MEJORA INSTITUCIONAL.</b> .....	7
<b>2.2.1 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS FACILITADORES.</b> .....	7
2.1.1.1 LIDERAZGO .....	7
2.1.1.2 PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA.....	7
2.1.1.3 PERSONAS.....	7
2.1.1.4 ALIANZAS Y RECURSOS .....	7
2.1.1.5 PROCESOS .....	7
<b>2.2.2 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS</b> .....	7
2.2.2.1 RESULTADOS EN LOS CIUDADANOS/CLIENTES.....	7
2.2.2.2 RESULTADOS EN LAS PERSONAS.....	8
2.2.2.3 RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL .....	8
2.2.2.4 RESULTADOS CLAVE DEL RENDIMIENTO.....	8
<b>3. CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS.</b> .....	8
<b>4. ANEXO: GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN REALIZADA.</b> .....	9



## **RESUMEN EJECUTIVO**

La Dirección General de Comunicación realizó el ejercicio de autoevaluación interno con la coordinación de la Dirección de Planificación y Desarrollo y con apoyo de los evaluadores que a su vez son los que dirigen las distintas áreas sustantivas y operativas de la institución, lo cual apoyó el proceso para definir las evidencias del cumplimiento para cada criterio, así como, las áreas de mejora identificadas en los subcriterios en los cuales la institución debe trabajar dado que no presenta evidencias.

Durante el ejercicio pudimos identificar cuáles son nuestras fortalezas como institución específicamente para los criterios facilitadores como el de liderazgo, estrategia y planificación y de personas.

## **I. ASPECTOS GENERALES**

### **I.1 MARCO INSTITUCIONAL.**

#### **I.1.1. MISIÓN**

Establecer líneas de comunicación entre el Gobierno y sus ciudadanos, transmitiendo las decisiones, iniciativas, planes y actividades del Gobierno y sus políticas públicas, abriendo espacios de doble comunicación y fomentando los valores de la identidad dominicana, a través de un mensaje cercano constructivo, educativo y de valor cívico para la ciudadanía.

#### **I.1.2. VISIÓN**

Enlazar la comunicación del gobierno para ser un organismo completo, efectivo, oportuno y confiable, fomentar la rendición de cuentas, la transparencia y la oportunidad de acceso a la información, para mantener una relación de confianza con los distintos actores de la sociedad dominicana, lograr consenso y facilitar la participación y el empoderamiento de los ciudadanos.

#### **I.1.3. VALORES INSTITUCIONALES**

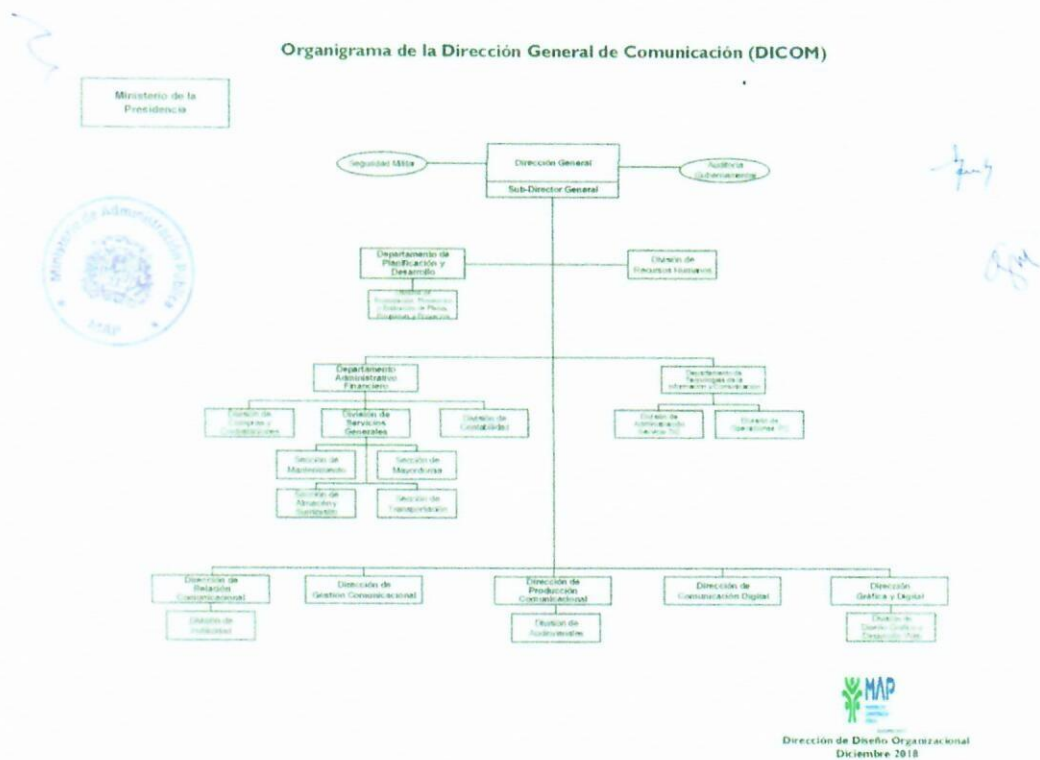
- Transparencia
- Eficiencia
- Confianza
- Integridad

#### 1.1.4. BASE LEGAL

La Dirección General de Comunicación (DICOM), es una institución del Estado Dominicano creada mediante Decreto número 490-12, de fecha 21 de agosto de 2012, como una dependencia del Ministerio de la Presidencia (MINPRE), para hacerse cargo de la coordinación de las políticas de comunicación y ser portavoz del Gobierno, además de integrar los Gabinetes Sectoriales de Comunicación en una única estructura y regir el Sistema de Comunicación Gubernamental (SICOM).

Con el Decreto número 415-20, de fecha 28 de agosto de 2020, se modifica el Decreto número 490-12, separando y manteniendo a la Dirección de Información y Prensa de la Presidencia bajo la dependencia directa del Ministerio de la Presidencia. En fecha 29 de septiembre de 2020, se emite el Decreto 513-20, que modifica el Decreto Número 490-12, mediante el cual la Dirección General de Comunicación pasa a ser dependencia del Ministerio Administrativo de la Presidencia (MAPRE).

#### 1.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



**\*\*Actualmente la estructura organizativa de DICOM está siendo revisada. Se envió la propuesta inicial para aprobación del Ministerio de la Administración Pública (MAP).**



#### 1.1.6. SERVICIOS

Las Atribuciones conferidas por el Decreto número 490-12, a la Dirección General de Comunicación (DICOM), son las siguientes:

- Facilitar la comunicación gobierno-sociedad.
- Formular, planificar, ejecutar y evaluar las políticas y estrategias comunicacionales del Gobierno nacional.
- Gestionar el Sistema de Comunicación Gubernamental (SICOM).
- Gestionar las acciones comunicacionales de la Presidencia de la República.
- Empoderar a los ciudadanos y ciudadanas sobre las políticas públicas.
- Coordinar las políticas de comunicación de Gobierno, ejecutar la función de portavoz del Gobierno, así como integrar a los Gabinetes Sectoriales de Comunicación en una única estructura

En función de estas atribuciones, la Dirección General de Comunicación (DICOM) no está llamada a brindar servicios directos al ciudadano, salvo la responsabilidad de cumplir con la Ley 200-04 para facilitar cualquier requerimiento recibido respecto a las informaciones definidas como públicas, vía el área de libre acceso a la información pública.

La labor de DICOM se enfoca en la comunicación de las decisiones, iniciativas, planes y actividades del Gobierno y sus políticas públicas estando directamente relacionado con comunicar las actividades relacionadas a la agenda presidencial, y las campañas de los distintos Ministerios e instituciones del Estado que sean de relevancia en la agenda del Gobierno. Debido a lo antes mencionado, las acciones de comunicación realizadas dependen de la estrategia que traza el gobierno respecto a la comunicación y el mensaje que se desea transmitir, para que, a través de los distintos medios, esta Dirección distribuya el mensaje. Por igual la Dirección General de Comunicación administra la página Web de la Presidencia y las cuentas en las distintas redes sociales del Presidente y la Presidencia.

### 1.1 SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL.

Para la elaboración del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2021-2024 de la institución, se tomaron en cuenta como marco orientador la Estrategia Nacional de Desarrollo (END) 2030, el Programa de Gestión de Gobierno del Cambio 2020 – 2024, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y los resultados de la ejecución del Plan Estratégico institucional del periodo anterior. Además, se llevaron a cabo una serie de consultas internas con cada área sustantiva donde se pudieron identificar las fortalezas y debilidades internas de la institución, así como las oportunidades y posibles amenazas que se ve o puede verse afectada la institución. Luego de realizar este análisis FODA, se elaboró una Matriz CAME para identificar las principales estrategias con las que se le harán frente a estas debilidades y amenazas, así como las estrategias para mantener las fortalezas y explotar las oportunidades.



En ese sentido, luego de realizar dichos análisis se construyó la matriz del Plan Estratégico Institucional para el próximo cuatrienio, identificando dos ejes estratégicos los cuales constan de un objetivo estratégico con dos resultados institucionales esperados cada uno.

El primer eje estratégico identificado fue “Comunicar a la Ciudadanía” y se determinó el siguiente objetivo:

Objetivo Estratégico I: Incrementar la participación y empoderamiento de la ciudadanía mediante la comunicación de las políticas e iniciativas públicas y difundir una cultura a nivel nacional, que fortalezca la identidad dominicana.

**Resultado Institucional I:** Garantizada la difusión y comunicación de las acciones gubernamentales.

**Resultado Institucional II:** Comunicadas las costumbres (culinarias, artísticas, históricas) y acontecimientos relevantes de la cultura dominicana.

El segundo eje estratégico se enfoca en el “Fortalecimiento institucional” y se determinó el siguiente objetivo:

Objetivo Estratégico II: Elevar el nivel de eficiencia de la gestión institucional.

**Resultado Institucional I:** Obtenida certificación en modelo de Calidad.

**Resultado Institucional II:** Sistematizados los procesos institucionales.

## **2. RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTOEVALUACION.**

### **2.1 PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS**

Durante el ejercicio de autoevaluación interna pudimos identificar que tenemos grandes fortalezas principalmente para los criterios de liderazgo, de Estrategia y Planificación, y de personas.

Para el criterio de liderazgo identificamos fortalezas enfocadas en el rendimiento y mejora continua de la institución, así como el compromiso de los líderes de la institución de actuar como modelo de referencia.

Para el criterio de Estrategia y Planificación se identificaron fortalezas en la planificación institucional basada en los planes operativos elaborados anualmente de acuerdo con las líneas estratégicas establecidas en el Plan Estratégico Institucional 2021-2024.

Para el criterio de personas se identificaron fortalezas en la gestión de los recursos humanos de la institución, la cual está apoyada en políticas para medir el desempeño del personal, así como políticas para la compensación y beneficios de los empleados.

## **2.2 ÁREAS QUE IMPULSAN A LA MEJORA INSTITUCIONAL.**

### **2.2.1 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS FACILITADORES.**

#### **2.1.1.1 LIDERAZGO**

Para el criterio de liderazgo se presentaron todas las evidencias de cumplimiento de los distintos ejemplos, por lo cual no presentamos áreas de mejora.

#### **2.1.1.2 PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA**

Para este criterio se evidenció la necesidad de crear un instrumento para desarrollar las bases para una política de innovación teniendo en cuenta a los grupos de interés relevantes.

#### **2.1.1.3 PERSONAS**

Para el criterio personas se evidenció la necesidad de la institución de elaborar varias Políticas: de Equidad entre el trabajo y la vida laboral, una política de inclusión laboral, se revisará la Política de Compensación y beneficios de la institución con los fines de mejorar las recompensas para los empleados tanto de forma monetaria como para mejora de la salud y bienestar de las personas.

También debemos aprobar el Manual Técnico de Recursos Humanos y hacer una adecuación de las instalaciones físicas.

#### **2.1.1.4 ALIANZAS Y RECURSOS**

En este criterio se identificó la necesidad de Alianzas Pública y Privadas, la revisión del procedimiento de solicitud de compras tecnológicas y del procedimiento de activos fijos de la institución.

#### **2.1.1.5 PROCESOS**

En el criterio de procesos no se encontraron áreas de mejora y a la vez la mayoría de los ejemplos no nos aplican pues no brindamos servicios directos al ciudadano.

### **2.2.2 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS**

#### **2.2.2.1 RESULTADOS EN LOS CIUDADANOS/CLIENTES.**

En este criterio no se encontraron áreas de mejora y a su vez la mayoría de los ejemplos no nos aplican debido a la naturaleza de la institución.



#### 2.2.2.2 RESULTADOS EN LAS PERSONAS

Para este criterio se identificó la necesidad de trabajar en la responsabilidad social de la organización y en la participación voluntaria en el contexto de actividades relacionadas con la responsabilidad social.

#### 2.2.2.3 RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para este criterio se identificó la necesidad de evidencias del impacto de la organización en la calidad de vida de los ciudadanos/ clientes más allá de la misión institucional, de la reputación de la organización como contribuyente a la sociedad local /global y con relación a la sostenibilidad, mediciones a las acciones específicas dirigidas a personas en situación de desventaja o con necesidades especiales, actividades culturales abiertas al público, préstamo de instalaciones, etc.

Se evidenció la necesidad de realizar mediciones sobre el impacto de la organización en el desarrollo económico de la comunidad y el país, incluyendo, la toma de decisiones sobre la seguridad, movilidad y otros, el impacto de la organización en la calidad de la democracia, la transparencia, el comportamiento ético, el estado de derecho, la apertura, la integridad y la igualdad, la sostenibilidad medioambiental, incluido el cambio climático.

No se evidencian mediciones de la opinión pública en general sobre la accesibilidad y transparencia de la organización y su comportamiento ético (respeto de los principios y valores de los servicios públicos, como la igualdad, permanencia en el servicio, etc.).

#### 2.2.2.4 RESULTADOS CLAVE DEL RENDIMIENTO.

En este criterio se identificaron las necesidades de mediciones de Benchmarking/benchlearning internos o con otras organizaciones, la eficacia de las alianzas y reconocimientos del sistema de gestión de calidad u otros.

### 3. CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS.

En esta autoevaluación se pudo evidenciar que la institución presenta áreas de mejora importantes principalmente en el criterio de resultados de responsabilidad social, por lo cual, el Comité de Calidad entiende que es el criterio en que enfocaremos las acciones de nuestro Plan de Mejora Institucional para el próximo año.

Durante el ejercicio presentamos inconvenientes con algunos ejemplos y se necesitó de la aclaración de una analista del MAP para poder completar la autoevaluación. A partir de esta autoevaluación, la institución se siente más empoderada en las acciones que debe dirigir para así cumplir con el Marco Común de Calidad (CAF).



**4. ANEXO: GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN REALIZADA.**

Aprobado por:



---

Gianella Pereira  
Encargada Planificación y Desarrollo  
Coordinadora comité CAF

