



PRESIDENCIA DE LA  
**REPÚBLICA DOMINICANA**

**PRENSA DEL PRESIDENTE**

**Dirección de Prensa del Presidente**

## **INFORME DE AUTOEVALUACIÓN INSTITUCIONAL**

**Elaborado por**

Emmanuel Herguedas Nivar

**Validado por**

Comité de Calidad DPP

Santo Domingo, D.N.  
Agosto de 2022

## Contenido

|   |    |
|---|----|
| RESUMEN EJECUTIVO .....                                   | 3  |
| ASPECTOS GENERALES .....                                  | 4  |
| 1.1 MARCO INSTITUCIONAL.....                              | 4  |
| 1.1.6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....                        | 6  |
| 1.1.6 SERVICIOS .....                                     | 7  |
| SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL. ....         | 7  |
| RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTOEVALUACION. ....            | 8  |
| 2.1 PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS. ....            | 8  |
| 2.2 ÁREAS QUE IMPULSAN A LA MEJORA INSTITUCIONAL.....     | 8  |
| 2.2.1 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS FACILITADORES..... | 8  |
| 2.2.2 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS..... | 10 |
| CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS. ....                 | 11 |

## RESUMEN EJECUTIVO

La Dirección de Prensa del Presidente, en búsqueda de la mejora continua y a su vez, adecuada a los lineamientos del Ministerio de la Administración Pública mediante el cumplimiento al Decreto 211-10, de aplicación del Modelo CAF a instituciones públicas ha realizado su evaluación autodiagnóstica.

Para ello se ha conformado el Comité de Calidad de la DPP compuesto por los representantes de los departamentos y divisiones a quienes directamente atañen los criterios descritos en la Guía CAF 2020. Por medio de vastas jornadas de trabajo, incluso hasta dos veces al día, el equipo completó satisfactoriamente el documento.

La metodología empleada para la consecución del objetivo consistió en recopilar las informaciones pertinentes, suministradas por los miembros poseedores de dichos datos para luego efectuar análisis grupales y lluvias de ideas en la interpretación de los criterios, finalizando con plasmar el resultado final correspondiente en cada subcriterio planteado.

Cabe destacar la juventud de la institución, menos de dos años desde su creación, constituyendo un verdadero reto al cual sus colaboradores han respondido eficientemente y en un tiempo récord.

La mayoría de los procesos, procedimientos, prácticas y desempeño de la operatividad de la institución han sido construidos desde cero. El éxito se ha logrado debido al liderazgo demostrado por la máxima autoridad ejecutiva, siendo transmitido al personal directivo para ser implementado con el personal operativo. El trabajo en equipo ha sido la piedra angular para la consecución de las metas planteadas y el impulso a la proactividad de los colaboradores, su complemento perfecto.

## ASPECTOS GENERALES

### MARCO INSTITUCIONAL.

#### I.1.2 MISIÓN

Garantizar la divulgación de información creíble y oportuna, mediante notas de prensa y materiales audiovisuales, tanto a medios nacionales e internacionales, como a la población en general, sobre las ejecutorias del Presidente de la República y sus funcionarios.

#### I.1.3 VISIÓN

Convertir la Dirección de Prensa del Presidente en una efectiva, ágil y moderna fuente de información precisa, oportuna y confiable que permita a los ciudadanos empoderarse de cualquier tipo de información generada por el Estado y su administración pública.

#### I.1.4 VALORES INSTITUCIONALES

##### ***Excelencia operacional***

Estamos comprometidos en dar respuesta oportuna y satisfactoria a cada requerimiento propio de la naturaleza de la institución.

##### ***Ética y transparencia***

Abogamos por altos estándares éticos en todas las informaciones que divulgamos. A nivel interno cumplimos con poner a disponibilidad de la población, todas las ejecuciones de la institución través de nuestro portal de transparencia institucional.

##### ***Innovación***

Tomamos en cuenta las necesidades de las nuevas generaciones, futuros usuarios, sin olvidai. las audiencias más tradicionales.

##### ***Objetividad***

Proporcionamos una información verídica y auténtica con la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado.

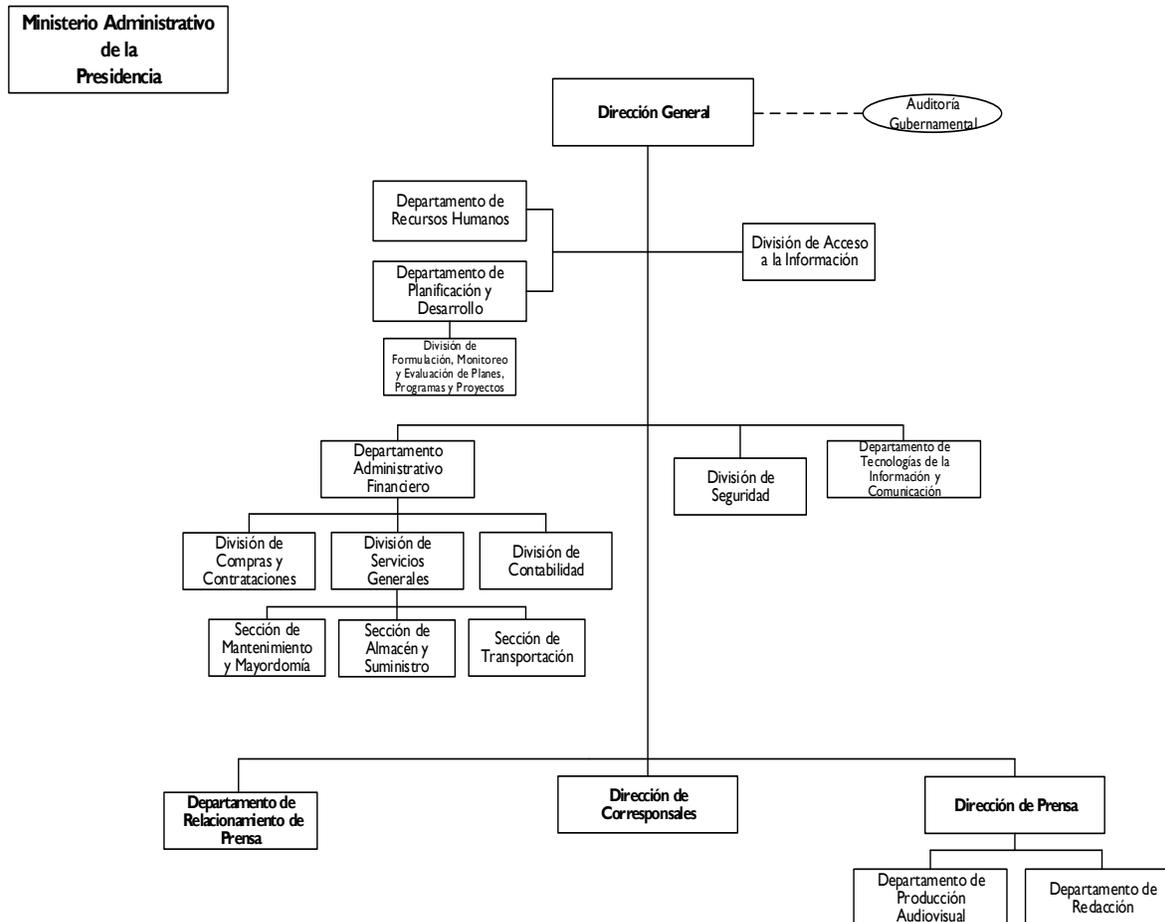
#### I.1.5 BASE LEGAL

- ✚ Constitución Política de la República Dominicana, proclamada el 13 de junio de 2015, específicamente Capítulo II, de las Finanzas Públicas, Sección II de la Planificación, Artículo 241 Ley Orgánica de la Administración Pública, Núm. 247 - 12, del 9 de agosto de 2012 y sus modificaciones.

- ✚ Ley Núm. 496 – 06, de fecha 28 diciembre 2006, que crea la Secretaria de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo (SEEPyD) constituida actualmente en Ministerio (MEPyD).
- ✚ Ley Núm. 498 – 06, de fecha 28 de diciembre 2006, que crea el Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública y su Reglamento de Aplicación contenido en el Decreto Núm. 493 - 07.
- ✚ Ley Núm. 01 – 12, de fecha 25 de enero de 2012, sobre Ley Orgánica de la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030.
- ✚ Decreto Núm. 134 – 14, de fecha 09 abril 2014, que contiene el Reglamento de Aplicación de la Ley Núm. 01 – 12.
- ✚ Ley Orgánica de la Administración Pública, Núm. 247 - 12, del 9 de agosto de 2012 y sus modificaciones.
- ✚ Ley Núm. 200 - 04 de Libre Acceso a la Información Pública.
- ✚ Decreto Núm. 130 – 05, de fecha 25 febrero 2005, que comprende el Reglamento de Aplicación de la Ley Núm. 200 – 04.
- ✚ Ley 41 - 08 de Función Pública, del 16 de enero, 2008.
- ✚ Ley 423-06, Ley Orgánica de Presupuesto para Función Pública, del 17 de noviembre, 2006.
- ✚ Decreto Núm. 1507 que crea la Dirección General de Información, Publicidad y Prensa de la Presidencia de la República, del 26 de octubre de 1983, y sus modificaciones.
- ✚ Decreto Núm. 490 - 12 que crea la Dirección General de Comunicación, bajo la dependencia del Ministerio de la Presidencia, del 21 de agosto de 2012, y sus modificaciones.
- ✚ Decreto Núm. 513 - 20 que otorga autonomía a la Dirección de Información y Prensa para cumplir con las atribuciones conferidas, del 29 de septiembre de 2020.
- ✚ Decreto Núm. 542 - 21 que crea la Dirección de Prensa del Presidente con la finalidad de gestionar las acciones comunicacionales del Presidente de la República y sus funcionarios.

## I.1.6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

### Organigrama de la Dirección de Prensa del Presidente de la República



Dirección de Diseño Organizacional  
Resolución núm. RE-DIPP-001-2021  
Julio 2021

## I.1.6 SERVICIOS

| <b><u>NOMBRE</u></b>                                      | <b><u>DESCRIPCIÓN</u></b>  | <b><u>CANAL DE DISTRIBUCIÓN</u></b>          |
|---|--|--|
| <b><i>Cobertura de las actividades presidenciales</i></b> | Cubrir y difundir con oportunidad, claridad y prontitud las actividades encabezadas por el Presidente de la República y sus funcionarios a través de los medios de comunicación tradicionales y/o alternativos, de manera que se divulguen las metas, avances y logros en obras y acciones de manera oportuna. | <b>Medios tradicionales y/o alternativos</b> |

## SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL.

| <b>Ejes y Objetivos Estratégicos de la Dirección de Prensa del Presidente</b> |                                       |   |
|---|---------------------------------------|---|
| <b>Número Eje</b>   | <b>Descripción Eje</b>                | <b>Objetivo Eje</b>   |
| <b>I.</b>   | Mejorada la comunicación presidencial | Cubrir y difundir con oportunidad, claridad y prontitud las actividades encabezadas por el Presidente de la República y sus funcionarios a través de los medios de comunicación tradicionales y/o alternativos, de manera que se divulguen las metas, avances y logros en obras y acciones de manera oportuna |
| <b>II.</b>  | Fortalecimiento institucional         | Elevar el nivel de eficiencia de la gestión institucional   |

## RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTOEVALUACION.

### 2.1 PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS.

Se ha llegado a la conclusión por medio del CAF, de que las bases de la institución están bien estructuradas, en el ámbito estratégico-financiero se encuentra estable y en el marco de la transparencia la entidad muestra un desempeño impecable.

La filosofía institucional esta claramente establecida y alineada a los ejes y objetivos estratégicos de la institución, describiendo el norte de esta.

La cultura organizacional de liderazgo, trabajo en equipo y orientación a resultados ha sido transmitida en primer lugar por la máxima autoridad ejecutiva, sirviendo de modelo y ejemplo al personal directivo y por ende al operativo.

La planificación estratégica se encuentra formulada por medio del Plan Estratégico Institucional y el Plan Operativo Anual, mientras que la parte financiera está debidamente descrita en el Presupuesto Institucional y su ejecución, periódicamente evaluada y monitoreada a través de diferentes herramientas de medición, las cuales son validadas por los órganos rectores.

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

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

##### **2.1.1 LIDERAZGO**

Como institución nueva, requerimos fortalecer nuestra imagen institucional a nivel externo, especialmente a nivel de página web y social media.

Debemos fortalecer los lazos con nuestros grupos de interés, por medio del análisis de sus necesidades y expectativas

En este criterio se determinó que se requiere un código/reglamento de ética institucional para la delimitación del comportamiento de los colaboradores.

Es requerida la creación de una política interna de reconocimiento de los colaboradores.

También se requiere de una política de comunicación interna que regule de manera eficaz y oportuna el tráfico de información.

### **2.1.2 PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA**

Para la planificación estratégica no se ha vuelto a considerar la participación de los grupos de interés, por tanto, no se han considerado a los mismos para la comunicación de políticas o resultados.

Tampoco se evidencia la implementación de políticas de sostenibilidad social.

Por último, tanto el benchmarking como benchlearning no han vuelto implementarse en la institución a causa de la falta de relaciones con otras instituciones que fortalezcan a la Dirección por medio de buenas prácticas y además solo se realizó en un área de esta.

### **2.1.3 PERSONAS**

Para la adecuada los recursos humanos, es requerida la elaboración e implementación de una política de gestión del capital humano que promueva un ambiente laboral sano mediante la inclusión y no discriminación de los colaboradores, empezando desde su ingreso a la institución hasta el cese de sus funciones, asegurando durante su estancia un equilibrio en la vida laboral. Así como, una Asociación de Servidores Públicos que vele por los intereses de estos.

### **2.1.4 ALIANZAS Y RECURSOS**

La DPP requiere el fortalecimiento de las relaciones externas que por medio de acercamientos, convenios y acuerdos impulsen el desarrollo de la institución.

También es requerida la implementación de un sistema de gestión de los recursos que abarque desde las instalaciones físicas hasta los recursos digitales, de modo que, ambas infraestructuras estén desarrolladas, implementadas y sustentadas en planes y políticas de seguridad y contingencia.

### **2.1.5 PROCESOS**

La DPP se encuentra en un periodo de asentamiento, por ello aún no se ha desarrollado la estandarización de procesos, por tanto:

Se requiere finalizar el Manual de Procedimientos Institucional y un sistema de gestión de calidad que permita el desarrollo digital y la simplificación de procesos, considerando elaborar matrices de riesgos, mediante herramientas de monitoreo tales como indicadores y auditorias para asegurar la calidad de los procesos.

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

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

Debido a que la institución no ha realizado ninguna encuesta u otra herramienta de recopilación de datos de percepción no se ha obtenido ningún dato en este aspecto. Es recomendable la aplicación de alguna herramienta que permita conocer dichos resultados.

### **2.2.2 RESULTADOS EN LAS PERSONAS**

Dado que no se evidencian mecanismos de retroalimentación ni recopilación de datos, no es posible medir los resultados en este punto, por lo que es recomendable realizar encuestas o sondeos.

### **2.2.3 RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Debido a que no se han realizado las evaluaciones correspondientes, no es posible emitir un juicio acerca de este, por tanto, se recomienda realizar dichas evaluaciones.

### **2.2.4 RESULTADOS CLAVE DEL RENDIMIENTO.**

Aparte de los instrumentos externos de medición implementados por los órganos rectores, la institución no recopila información mediante instrumentos estos resultados.

## CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS.

El CAF ha sido una herramienta muy útil debido a su relación con nuestro eje estratégico de “Fortalecimiento Institucional”. Nos ha permitido desarrollar aún más nuestro trabajo en equipo en vías de promover la cultura de mejora continua.

Por medio de esta herramienta pretendemos agilizar la transición por la que estamos atravesando para establecer y estructurar la misma.

El trabajo en equipo, la división pertinente de las tareas y la organización del trabajo se constituyeron como los ejes principales para elaborar la guía.

Hemos detectado de manera objetiva y transparente nuestras fortalezas y debilidades, haciendo un análisis honesto del camino a seguir para seguir avanzando como institución.

### I. RESUMEN DE PUNTUACIONES:

| Institución:   |                       |                          |
|--|-----------------------|--------------------------|
| Criterios  | Puntos Totales Actual | Puntos Totales Propuesto |
| 1: Liderazgo (140 puntos)  | 106                   | 120                      |
| 2: Estrategia y Planificación (140 puntos)                       | 133                   | 140                      |
| 3: Personas (100 puntos)   | 83                    | 85                       |
| 4: Alianzas (100 puntos)   | 63                    | 70                       |
| 5: Procesos (120 puntos)   | 102                   | 110                      |
| 6: Resultados orientados a los Clientes/ Ciudadanos (100 puntos) | 56                    | 70                       |
| 7: Resultados en las Personas (100 puntos)                       | 10                    | 40                       |
| 8: Resultados en la Sociedad (100 puntos)                        | 5                     | 20                       |
| 9: Resultados Clave de Rendimiento (100 puntos)                  | 47                    | 70                       |
| <b>Puntuación Total (sobre 1000 puntos)</b>                      | <b>605</b>            | <b>725</b>               |