



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

**ESTRATEGIA Y
COMUNICACIÓN**

INFORME DE AUTOEVALUACIÓN INSTITUCIONAL

(En Base al Modelo CAF, de Excelencia en la Gestión)

AGOSTO 2024

DIECOM

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO:

La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental - DIECOM, en cumplimiento de los requerimientos establecidos en el Indicador Gubernamental SISMAP, aplica anualmente el Modelo CAF (Common Assesment Framework) o (Marco Común de Evaluación), siendo esta la herramienta de mejora continua y de gestión total de la calidad establecida por el MAP. A través de la aplicación de la Guía de Autodiagnóstico, hacemos un análisis general de toda la Institución, identificando nuestras fortalezas y áreas a mejorar, para optimizar nuestro rendimiento y desempeño institucional, desarrollando una cultura de excelencia.

El Comité Institucional de la Calidad (CIC) de la DIECOM, y todo el equipo de la Dirección de Planificación y Desarrollo de la Institución, participaron en el “Taller Marco Común de Evaluación CAF” programado por el MAP, el 01 de julio del 2024, como parte del proceso de actualización, sensibilización y socialización de la Guía de Autodiagnóstico CAF del MAP. El 09 de mayo del 2024, el Comité Institucional de la Calidad de la DIECOM, sostuvo una reunión para organizar la agenda de trabajo para la aplicación de la Guía CAF en toda la institución, también dio seguimiento a la ejecución del Plan de Mejora 2024 y recopilación de sus evidencias.

Durante el proceso identificamos y codificamos doscientas cincuenta (250) evidencias y obtuvimos como resultado (18) áreas de mejora a trabajar, las cuales serán analizadas por el (CIC) para seleccionar las que se incluirán en el Plan de Mejora 2025.

En este 2024, nuestras mayores fortalezas están identificadas en los Criterios Facilitadores: **1. Liderazgo, 2. Estrategia y Planificación, 3. Personas**, también en los Criterios de Resultado: **6. Resultados Orientados a los Ciudadanos/Clientes, 7. Resultados en las Personas y 9. Resultados Claves de Rendimiento.**

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 MARCO INSTITUCIONAL.

1.1.1. MISIÓN

Establecer las estrategias de comunicación y relación «Gobierno-Sociedad», para dar a conocer a los ciudadanos, las decisiones, iniciativas, medidas, acciones, proyectos, planes y programas gubernamentales. Al mismo tiempo, asesorar al Poder Ejecutivo mediante la entrega oportuna de informes, análisis y recomendaciones de estrategias, para contribuir a la toma de decisiones coherentes, garantizando la gobernabilidad democrática y la implementación de políticas públicas eficaces y eficientes, con participación de la gente.

1.1.2. VISIÓN

Ser reconocidos por la ciudadanía como el organismo portavoz del gobierno, estableciendo una comunicación efectiva, oportuna, confiable y transparente con los distintos actores de la sociedad dominicana, siendo a la vez, el órgano por excelencia de asesoría al Poder Ejecutivo, por la efectividad y confiabilidad en la formulación de estrategias que aporten a la ejecución de la Estrategia Nacional de Desarrollo.

1.1.3. VALORES INSTITUCIONALES

- Sentido Crítico/Objetividad
- Confiabilidad
- Ética/Integridad
- Transparencia
- Eficiencia/Eficacia
- Trabajo en equipo
- Creatividad

1.1.4. BASE LEGAL

- La Constitución de la República Dominicana 2015.
- Decreto No. 542-21 que crea la Dirección Estratégica de Comunicación Gubernamental (DIECOM).
- Decreto No. 1-24 que Regula la Contratación de Publicidad Oficial.

1.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

 <p>Gobierno de la República Dominicana ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN</p>	<p>Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental</p> <p>MAPA DE PROCESO</p>	<p>Código: DIECOM/DPD/MP/02/2024</p>
		<p>Versión: 2</p>
		<p>Fecha de Emisión: 20/07/2022</p>
		<p>Fecha de Revisión: 19/04/2024</p>



1.1.6. SERVICIOS

- a) Planificar, organizar, ejecutar y evaluar la estrategia y la comunicación gubernamental.
- b) Explicar las medidas, acciones, proyectos y programas del Poder Ejecutivo.
- c) Facilitar la comunicación de la rendición de cuentas gubernamental.
- d) Coordinar el Sistema de Comunicación Gubernamental.
- e) Coordinar, a través del Sistema de Comunicación Gubernamental, la estrategia de comunicación del presidente de la República con el director de Prensa del Presidente y los directores de comunicaciones de los distintos entes y órganos del Poder Ejecutivo.
- f) Gestionar la comunicación de crisis del Poder Ejecutivo.
- g) Identificar y realizar el seguimiento continuo de los principales acontecimientos nacionales, regionales e internacionales que sean de significación política y tengan relación con los planes del Poder Ejecutivo o el mantenimiento de las condiciones relativas a la gobernabilidad democrática.
- h) Mantener sistemáticamente actualizadas las diversas bases de datos de las ejecutorias de la Presidencia de la República.
- i) Distribuir a los funcionarios del Poder Ejecutivo informaciones sistematizadas y continuas sobre la aparición y evolución de acontecimientos políticos, así como la acción del Poder Ejecutivo respecto a estas.
- j) Realizar análisis y distribuir informes regulares y especiales sobre la situación y la evolución de las relaciones del Poder Ejecutivo con la sociedad.
- k) Realizar estudios especiales y diseños de gestión sobre acontecimientos que formen parte de la agenda nacional y presenten posibilidades de conflictos.
- l) Proveer al presidente de la República de toda información pertinente para asegurar la máxima consistencia comunicacional en su gestión.

1.2 SÍNTESIS DEL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL.

La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental estableció 3 Ejes Estratégicos en el PEI 2022-2024 para determinar la proyección que tendrá la institución durante dicho período, estos son: **1. Comunicar a la Ciudadanía**, **2. Fortalecimiento institucional** y **3. Información y comunicación**. Estos, están alineados al **Eje 1 de la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 (END)**, el cual establece: “Estructurar una administración pública eficiente que actúe con honestidad, transparencia y rendición de cuentas y se oriente a la obtención de resultados en beneficio de la sociedad y del desarrollo nacional y local”.

Cada uno de estos ejes estratégicos tiene su objetivo estratégico, los cuales son:

1. Eje 1 Comunicar a la Ciudadanía.

- a) **Objetivo Estratégico 1:** 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.

2. Eje 2 Fortalecimiento institucional.

- a) **Objetivo Estratégico 2:** Elevar el nivel de eficiencia de la gestión institucional.

3. Eje 3 Información y Comunicación.

- a) **Objetivo Estratégico 3:** Monitorear y analizar la información estratégica y coyuntural publicada en los medios de comunicación.

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE AUTOEVALUACION.

2.1 PRINCIPALES FORTALEZAS IDENTIFICADAS.

En esta versión de Autoevaluación CAF de la DIECOM, podemos mencionar, que nuestras principales fortalezas se identificaron en los siguientes criterios del CAF.

1. Liderazgo: Los Directivos de la DIECOM mantienen una comunicación constante con el personal bajo su cargo, y en consonancia con la política de “Puertas Abiertas” establecida por el Director General de la Institución, lo que contribuye significativamente al ambiente laboral de la Institución, que está basado en la confianza y respeto para todos los colaboradores.

2. Estrategia y Planificación: La DIECOM a través de la Dirección de Planificación y Desarrollo, alinea su Planificación Estratégica al PNPSP y a la END 20230, específicamente al Eje 1, el cual establece: *“Estructurar una administración pública eficiente que actúe con honestidad, transparencia y rendición de cuentas y se oriente a la obtención de resultados en beneficio de la sociedad y del desarrollo nacional y local”*. Además, en cumplimiento con los requerimientos del Sistema Índice de Control Interno (ICI), y con la alineación POA-PACC-Presupuesto.

3. Personas: Los Directivos de la DIECOM, junto a la Dirección de Recursos Humanos, se han enfocado en el fortalecimiento de las competencias, habilidades y conocimientos del personal, a través de la ejecución de un Plan de Capacitaciones Institucional, mejorando así el desempeño tanto individual, como grupal.

6. Resultados Orientados a los Ciudadanos/Clientes: La DIECOM recibió un reconocimiento por parte de DIGEIG, por cumplimiento de los estándares de Libre Acceso a la Información y Transparencia, servicio que hemos medido mediante Encuesta de Satisfacción al Ciudadano, en la cual obtuvimos un promedio de 4.33 de 5. Además, un 90% de Satisfacción de los servicios brindados a través del SICOM.

7. Resultados en las Personas: La DIECOM anualmente aplica la Encuesta de Clima Laboral del MAP y una Encuesta de Clima Interno, en donde se levantan informaciones generales de toda la Institución, y donde los colaboradores ayudan a identificar las áreas a mejorar, basados en su percepción personal de las

condiciones de trabajo, en estas encuestas hemos obtenido una retroalimentación promedio positiva de un 76% de satisfacción de parte del personal y un 24% promedio de aspectos a optimizar, lo que sirve de insumo para elaborar Planes de Mejora, y continuar fortaleciendo los aspectos generales de la Institución.

9. Resultados Claves de Rendimiento: Como institución, hemos logrado cumplir en los tiempos establecidos, con los requerimientos de los distintos indicadores gubernamentales; también, el nivel de ejecución de nuestro Plan Operativo Anual (POA), fue de un **94.9%** en el primer trimestre y un **94.7%** para el segundo trimestre.

2.2 ÁREAS QUE IMPULSAN A LA MEJORA INSTITUCIONAL.

Las áreas para mejorar por parte de la DIECOM se encuentran identificadas en los criterios:

2.2.1 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS FACILITADORES.

Criterio 1. LIDERAZGO

Subcriterio 1.1 Dirigir la organización desarrollando su misión, visión y valores. (Ejemplo Pto. 5)

Subcriterio 1.2 Gestionar la organización, su rendimiento y su mejora continua. (Ejemplo Pto. 4)

Criterio 3. PERSONAS

Subcriterio 3.1 Gestionar y mejorar los recursos humanos de acuerdo con la estrategia de la organización (Ejemplos Ptos. 2-3)

Subcriterio 3.3 Involucrar y empoderar a las personas y apoyar su bienestar. (Ejemplo Pto. 9)

Criterio 4. ALIANZAS Y RECURSOS

Subcriterio 4.3 Gestionar las finanzas. (Ejemplo Pto. 6)

Subcriterio 4.4 Gestionar la información y el conocimiento. (Ejemplo Pto. 3)

Subcriterio 4.5 Gestionar la tecnología. (Ejemplo Pto. 3)

Criterio 5. PROCESOS

Subcriterio 5.1 Diseñar y gestionar procesos para aumentar el valor dado a los ciudadanos y clientes. (Ejemplos Ptos. 2-3-5)

Subcriterio 5.2 Ofrecer productos y prestar servicios orientados a los clientes, los ciudadanos, los grupos de interés y la sociedad en general. (Ejemplo Pto. 1)

2.2.2 ÁREAS DE MEJORA EN LOS CRITERIOS DE RESULTADOS

Criterio 6. RESULTADOS ORIENTADOS A LOS CIUDADANOS/CLIENTES

Subcriterio 6.1 Mediciones de la percepción.

- (1) Resultados de la percepción general de la organización. (Ejemplos Ptos. 1-5)
- (2) Resultados de la percepción de los servicios y productos. (Ejemplos Ptos. 1-3)

Criterio 8. RESULTADOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Subcriterio 8.2 Mediciones del rendimiento organizacional. (Ejemplos Ptos. 3-4)

3. CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS

La aplicación de la Autoevaluación CAF en la DIECOM es una de las principales herramientas de apoyo para identificar fortalezas y oportunidades de mejora basado en los 9 criterios establecidos en esta. Gracias al compromiso, disciplina y empoderamiento de todas las áreas que componen nuestra estructura, cada año avanzamos hacia un fortalecimiento y madurez de nuestro Sistema de Gestión de Calidad y bienestar de todo nuestro personal, a través de la implementación de las mejores prácticas reflejadas en la Guía de Autoevaluación CAF.

4. RESUMEN DE PUNTUACIONES:

Institución: DIECOM		
Criterios	Puntos Totales Actual	Puntos Totales Propuesto
1: Liderazgo (140 puntos)	135	140
2: Estrategia y Planificación (140 puntos)	140	140
3: Personas (100 puntos)	96	100
4: Alianzas (100 puntos)	96	100
5: Procesos (120 puntos)	119	120
6: Resultados orientados a los Clientes/ Ciudadanos (100 puntos)	95	100
7: Resultados en las Personas (100 puntos)	95	100
8: Resultados en la Sociedad (100 puntos)	95	100
9: Resultados Clave de Rendimiento (100)	95	100
Puntuación Total (sobre 1000 puntos)	965	1,000