



REPÚBLICA DOMINICANA

# MEMORIA INSTITUCIONAL

---

AÑO 2020



GOBIERNO DE LA  
REPÚBLICA DOMINICANA

---

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Índice de Contenido

MEMORIAS 2020

<b>I. Resumen Ejecutivo</b> .....	4
<b>II. Información Institucional</b> .....	7
i. Misión.....	7
ii. Visión.....	7
iii. Valores.....	7
iv. Base Legal. ....	7
v. Atribuciones de la Dirección General de Comunicación (DICOM) .....	8
vi. Principales funcionarios de la Institución .....	8
<b>III. Resultados de la Gestión 2020</b> .....	9
<b>a. Gestión de la nueva administración del excelentísimo señor presidente Luis Abinader</b> .....	9
<b>b. Metas institucionales para el año 2020</b> .....	12
i. Fortalecimiento Institucional.....	12
ii. Ajustar la organización y su funcionamiento acorde a las mejores prácticas a más tardar el 31 de diciembre 2020.....	13
iii. Revolucionar los contenidos .....	13
iv. Desarrollar nuevas capacidades.....	13
v. Crear un nuevo mapa mediático. ....	14
vii. Comunicar todos los días .....	17
<b>ix. Desarrollar capacidades técnicas</b> .....	13
x. Indicadores de gestión.....	18
1. Perspectivas estratégicas.....	19
i. Sistema de Monitoreo y Medición de la Gestión Pública (SMMGP) .....	19
ii. Sistema de Monitoreo de la Administración Pública (SISMAP) .....	19
1. Perspectiva operativa .....	20
i. Índice de transparencia .....	20
ii. Normas Básicas de Control Interno (NOBACI) .....	21
iii. Gestión Presupuestaria (IGP) .....	21
iv. Sistema Nacional de Compras y Contrataciones Públicas (SNCCP) .....	22
v. Auditorias y declaraciones juradas .....	22
<b>b. Perspectiva de los usuarios</b> .....	22
i. Sistema de Atención Ciudadana 311 .....	22

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

ii.	Estadísticas de solicitudes de acceso a la información vía la OAI .....	23
<b>IV.</b>	<b>Gestión interna</b> .....	<b>23</b>
a.	Desempeño financiero .....	23
<b>A.</b>	<b>Ejecución presupuestaria</b> .....	<b>23</b>
b.	Contrataciones y adquisiciones .....	24
<b>B.</b>	<b>Compras y contrataciones</b> .....	<b>24</b>
<b>V.</b>	<b>Proyecciones para el próximo año</b> .....	<b>24</b>
<b>VI.</b>	<b>Anexos</b> .....	<b>25</b>

## “Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

### I. Resumen Ejecutivo

La Dirección General de Comunicación (DICOM), es una institución del Estado dominicano, creada mediante Decreto número 490-12, como dependencia del Ministerio de la Presidencia (MINPRE), hasta el 29 de septiembre de 2020, sin embargo mediante Decreto número 513-20, pasa a ser dependencia del Ministerio Administrativo de la Presidencia (MAPRE). En cumplimiento de las atribuciones que le fueron conferidas mediante su decreto de creación, ha llevado a cabo en el año 2020 una serie de acciones alineadas al cumplimiento de dichas responsabilidades.

Las distintas áreas de la institución han realizado esfuerzos para ejecutar los compromisos con la calidad y entrega correspondientes, muy especialmente a partir del 16 de agosto del año 2020 esta Dirección aumentó sus esfuerzos para darle un giro a la imagen y el estilo de comunicación y alinearlos al del nuevo Gobierno.

Durante el último cuatrimestre del año, se implementó la nueva identidad del Gobierno del presidente Luis Abinader que incluyó: el cambio de imagen institucional, la renovación de la página web de la presidencia, la reestructuración de la aplicación de fotos de todas las actividades de la Presidencia y de la Vicepresidencia y del portal de vídeos para que medios de comunicación se sirvan de los materiales audiovisuales para su transmisión.

Esta dirección ha hecho énfasis en forjar una relación con los medios de comunicación, comunicadores, periodistas, productores y líderes de opinión a través de diversos encuentros en la casa Presidencial para tratar temas de interés nacional y la importancia de una prensa libre. En ese sentido, el presidente Luis Abinader firmó las “Declaraciones de Chapultepec y Salta” que defienden la libertad de expresión y de prensa. Este compromiso fomenta un periodismo independiente como escudo para proteger la democracia.

Se realizaron esfuerzos para direccionar la comunicación gubernamental hacia un enfoque digital, para esto se desarrollaron estrategias a través de las redes sociales que ofrecen a la ciudadanía un contenido más informativo y educativo, como compartir noticias de las distintas instituciones del Estado, distribuir decretos y normativas emitidas por distintas dependencias y ofrecer servicios a la ciudadanía dando respuesta a sus inquietudes de forma llana, cercana y práctica. Para lograr este propósito el 16 de agosto de 2020 se creó la cuenta institucional de la Dirección General de Comunicaciones bajo el usuario

### “Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

@ComunicaciónDO en las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter. Desde su creación al 30 de noviembre, ha realizado **1,786 publicaciones, 164 videos y 645 historias (stories)**, resultando en un **crecimiento orgánico de 62,243.00 seguidores.**

A partir del 16 de agosto de este año, esta dirección asumió la administración de las cuentas de redes sociales de la Presidencia de la República, que al 30 de noviembre había realizado 1,375 publicaciones, las cuales lograron 1,063,359 interacciones con la ciudadanía, lo que permitió un crecimiento hasta los **1,046,073 seguidores.** Por igual, se evidencia un crecimiento en la cuenta del excelentísimo señor presidente Luis Abinader, @LuisAbinader, que a la misma fecha había realizado 625 publicaciones, que resultaron en 6,623,860 interacción con la ciudadanía, alcanzado **1,985,311 de seguidores.**

Como estrategia mediática para comunicar e informar eficientemente a la ciudadanía sobre la ejecución de los planes, políticas e iniciativas del gobierno, se consolidaron las diferentes partidas presupuestarias distribuidas en varios ministerios e instituciones y como resultado, se incrementó el presupuesto de la colocación publicitaria en los medios de comunicación, logrando una ejecución al 30 de noviembre de doscientos treinta y dos millones doscientos cincuenta y tres mil quinientos noventa y nueve pesos con 36/100 (RD\$232,253,599.36), distribuido en ochocientos veintiséis (826) medios de comunicación de distintos tipos.

En relación con la operatividad institucional, todos los procesos se llevaron a cabo en apego a las normativas gubernamentales, lo que se visualiza en las puntuaciones obtenidas en el Sistema de Monitoreo y Medición de la Gestión Pública (SMMGP), donde esta dirección cumplió en un 80.09% los indicadores del Sistema de Administración Pública (SISMAP); un 94% en el cumplimiento de los indicadores de la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información; 98% en el cumplimiento de compras y contrataciones; y un 70 % en la ejecución presupuestaria.

La Dirección General de Comunicación se enfocará, a partir del próximo año, en desarrollar estrategias de comunicación integrales, en unificar el mensaje del Gobierno a través de las distintas instituciones gubernamentales, en mantener un mapa mediático inclusivo, variado y con cobertura nacional que abarque los distintos medios de comunicación. Además, trabajará en apoyar y comunicar todas las iniciativas, planes y proyectos del Gobierno, haciendo énfasis en el empoderamiento de la ciudadanía, la transparencia y la integración, como mecanismos de apoyo al objetivo presidencial de lograr mejorar la calidad de vida de la ciudadanía. También, en el desarrollo de estrategias integrales de comunicación y

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

publicidad para mantener debidamente informada a la población sobre el alcance de la gestión del Poder Ejecutivo. Por igual, se realizarán esfuerzos para llevar a cabo iniciativas internas hacia la eficiencia operativa de la dirección.

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

## II. Información Institucional

La Dirección General de Comunicación (DICOM), es una institución del Estado dominicano, creada mediante Decreto número 490-12, como dependencia del Ministerio de la Presidencia (MINPRE), hasta el 29 de septiembre de 2020, sin embargo mediante Decreto número 513-20, pasa a ser dependencia del Ministerio Administrativo de la Presidencia (MAPRE) que tiene como objetivo principal coordinar las políticas de comunicación del Gobierno, integrar los gabinetes sectoriales de comunicación en una única estructura, ser portavoz del Gobierno y regir el Sistema de Comunicación Gubernamental (SICOM).

### i. Misión

Facilitar la comunicación entre el Gobierno y la sociedad dominicana, informando las decisiones, iniciativas, planes, actividades, beneficios y oportunidades que ofrecen las políticas públicas; así como construir relaciones duraderas y satisfactorias con ciudadanos, medios de comunicación y organizaciones sociales que permitan empoderarlos y recoger sus opiniones e inquietudes.

### ii. Visión

Centrar la comunicación gubernamental en los porqués e impactos de las políticas públicas, guiado por el principio hostosiano, acogido por Bosch, de asumir la política como ejercicio pedagógico y gobernar, como una acción que implica comunicar. Privilegiar la comunicación y no la propaganda.

### iii. Valores

- Eficiencia y eficacia.
- Transparencia.
- Servicio.
- Confianza.
- Frugalidad.

### iv. Base legal

### “Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Mediante el Decreto Número 490-12, de fecha 21 de agosto de 2012, se crea la Dirección General de Comunicación, como resultado de la integración de la Dirección de Información, Publicidad y Prensa de la Presidencia y el Centro de Información Gubernamental, como una dependencia del Ministerio de la Presidencia, 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).

El Decreto Número 415-20, de fecha 28 de agosto de 2020, que modifica el Decreto Número 490-12, manteniendo a la Dirección de Información y Prensa de la Presidencias 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.

#### v. Atribuciones de la Dirección General de Comunicación (DICOM)

- 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.

#### vi. Principales funcionarios de la institución

Director(a) General de Comunicación



### “Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

- Milagros Consuelo Germán Olalla, designada mediante el Decreto Número 329-20 (16 de agosto de 2020 a la fecha).
- Roberto José Rodríguez Marchena, designado mediante el Decreto Número 501-12 (16 agosto 2012- 15 agosto 2020).

#### Sub Director General de Comunicación

- Nayib Emilio Aude, designado mediante el Decreto Número 390-20 (24 de agosto 2020 a la fecha).
- Tomas Aquino Díaz Sánchez, designado mediante el Decreto Número 679-12 (21 diciembre 2012 - 1 septiembre 2020).

### III. Resultados de la gestión del año 2020

La Dirección General de Comunicación, en cumplimiento de los objetivos y atribución que le fueron conferidos, estructuró y ejecutó un Plan Estratégico para el periodo 2016-2020, el cual fue ejecutado mediante los planes operativos definidos para cada año en particular.

El año 2020 se convirtió en un año de cambios, inducidos por la presencia a nivel mundial de la pandemia del COVID-19, que nos obligó a adecuarnos y cuya presencia trazó el accionar y el cambio de rumbo de todos los dominicanos, debiendo esta institución adaptar sus enfoques a la nueva realidad que se presentó. Por igual, el cambio de administración de Gobierno en el mes de agosto, dividió la ejecución del año en un antes y un después.

La visión del Gobierno del excelentísimo señor presidente Luis Abinader trazó las pautas para la ejecución de esta nueva dirección en el último cuatrimestre del año, periodo en el cual se llevaron a cabo una serie de iniciativas que complementaron el Plan Operativo definido para este año 2020. A continuación, se describe la ejecución de las iniciativas del nuevo Gobierno y la ejecución del Plan Operativo del año 2020.

#### a. **Gestión de la nueva administración del excelentísimo señor presidente Luis Abinader**

En el último cuatrimestre del año, desde esta dirección se implementó la nueva identidad del Gobierno del presidente Luis Abinader, que incluyó el cambio de imagen institucional, la renovación de la

### “Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

página web de la Presidencia, la creación de una aplicación con todas las fotos de las actividades de la Presidencia y de la Vicepresidencia y el nuevo portal de vídeos para que medios de comunicación tenga acceso a los materiales audiovisuales para su transmisión. La implementación de la nueva identidad conllevó a la actualización de los reglamentos de la Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación (OPTIC), específicamente la normativa A2 y E1 correspondiente a la gestión web y de redes sociales del Estado dominicano.

Además, esta dirección ha forjado una relación con los medios de comunicación, comunicadores, periodistas, productores y líderes de opinión a través de diversos encuentros en la casa Presidencial donde se trataron temas de interés nacional y la importancia de una prensa libre. En ese sentido, el presidente Luis Abinader firmó las “Declaraciones de Chapultepec y Salta” que defienden la libertad de expresión y de prensa. Este compromiso fomenta un periodismo independiente como escudo para proteger la democracia.

Como parte de la estrategia de homogeneización de la comunicación gubernamental, se impartieron talleres de comunicación estratégica, comunicación digital y oratoria a los directores de comunicación de las principales instituciones del Estado y sus equipos, con el fin de alinear y aunar los esfuerzos de comunicación. Adicional a estos encuentros, esta dirección ha dado el debido apoyo y seguimiento a las iniciativas de comunicación de dichas instituciones.

También, se desarrolló la campaña publicitaria “Juega Pal’ Equipo”, en el cuarto trimestre del año, con el propósito de integrar a todos los actores de la sociedad en la lucha contra el COVID-19, en la cual se hizo énfasis en la responsabilidad compartida para el control del virus. Además, se desarrolló una campaña en la que se mostraron los logros de los primeros meses de gestión del señor presidente Luis Abinader y se realizó un programa especial sobre los primeros 100 días de su gestión.

Por igual, para ofrecer a la ciudadanía un contenido informativo y educativo, compartir noticias de las distintas entidades del Estado, anunciar decretos y resoluciones, ofrecer servicios a la ciudadanía y dar respuesta a sus inquietudes de forma llana, cercana y práctica, el 17 de agosto de 2020, se creó la cuenta institucional de la Dirección General de Comunicaciones bajo el usuario @ComunicaciónDO en las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter, cuya ejecución se resume en el cuadro a continuación.

Ejecución @ComunicaciónDO  
Agosto 17 - noviembre 30, 2020

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Red Social	Seguidores	Posts	Videos	Historias
Facebook	323	391	164	
Twitter	33,800	1,004	164	
Instagram	28,100	391	164	645
YouTube (activa al 1 noviembre 2020)	20		164	
<b>TOTALES</b>	<b>62,243</b>	<b>1,786</b>	<b>164</b>	<b>645</b>

También, a partir de agosto 16 de este año, esta dirección continúa administrando la cuenta de redes sociales de la Presidencia de la República y ha asumido la administración de la cuenta del excelentísimo señor presidente Luis Abinader. Desde ese momento se asumió la responsabilidad de ser un medio de información y conexión con los ciudadanos. El objetivo principal es informar, educar y dialogar con la ciudadanía acerca de las iniciativas y proyectos de la gestión del gobierno central, al mismo tiempo en que nos convertimos en un medio orientador de valores ciudadanos.

Para ello, se ha trabajado en la modernización de la estructura y los procesos digitales, en la definición del tono y la personalidad de las cuentas de redes sociales, implementación de un nuevo estilo fotográfico y línea gráfica para medios digitales. También se ha elaborado una estrategia digital alineada con los objetivos institucionales, llevando a cabo su correspondiente seguimiento. Por igual, se ha incluido el uso de historias (*stories*) para Facebook e Instagram.

El manejo de las cuentas muestra la siguiente ejecución:

Cuenta @PresidenciaRd agosto 17, 2020 - noviembre 30, 2020			
Red Social	Seguidores	Tweets/ Publicaciones	Interacciones
Twitter	110,915	540	182,556
Facebook	479,276	432	217,392
Instagram	455,882	403	609,411
<b>TOTALES</b>	<b>1,046,073</b>	<b>1,375</b>	<b>1.063.359</b>

Cuenta @LuisAbinader agosto 17, 2020 - noviembre 30, 2020			
Red Social	Seguidores	Tweets/ Publicaciones	Interacciones
Twitter	522,380	177	561,937

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Facebook	457,823	239	2,256,638
Instagram	1,005,108	209	3,805,285
<b>TOTALES</b>	<b>1,985,311</b>	<b>625</b>	<b>6,623,860</b>

Además, se han realizado más de 60 producciones audiovisuales exitosas para contenido estratégico y de coberturas en las redes sociales.

Nuestra responsabilidad de informar, educar, comunicar y empoderar a la ciudadanía requiere poder llevar el mensaje a todo el territorio nacional, para lo cual, en este último cuatrimestre, se reforzó el presupuesto de colocación en medio de comunicación, en ciento setenta millones de pesos (RD\$170,000,000.00), suma proveniente del Ministerio Administrativo de la Presidencia, como parte de la estrategia de consolidación del plan de medios en la DICOM-

b. Metas institucionales para el año 2020

Para el año 2020 la Dirección General de Comunicación, en cumplimiento con el Plan Estratégico Institucional, desarrolló un Plan Operativo Anual en el cual se definieron las metas que como institución se compromete a cumplir en dicho periodo. A continuación, se incluyen las metas y su ejecución para el año 2020.

i. Meta I- Fortalecimiento institucional

Como parte de las actividades desarrolladas para cumplir con la meta de fortalecimiento institucional, esta dirección llevó a cabo la adecuación de los manuales, políticas y procedimientos internos para alinearlos a las normativas y controles establecidos por los sistemas gubernamentales, al tiempo que se actualizaron dichas informaciones en las plataformas correspondientes, a saber, el SIGOB, SAIP y NOBACI.

Para reforzar la motivación del personal en el cumplimiento de las metas, se determinó un proceso de evaluación por cumplimiento de metas, para contemplar el pago de un bono como parte de la compensación variable conforme a los resultados obtenidos, misma que fue ejecutada durante el año 2020.

Respecto a las actividades relacionadas con la elaboración del Plan Estratégico Institucional 2021-2024, se desestimó la contratación de un consultor experto. Debido a las condiciones que se presentaron en el año 2020, se determinó que el equipo interno asumiera esta tarea para minimizar el

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

contacto con personal externo, como medida para evitar la propagación del COVID-19 y disminuir los costos operativos. En ese sentido, la entrega del Plan Estratégico se pautó para el mes de febrero de 2021.

El porcentaje de cumplimiento con las metas y actividades definidas se puede observar en la tabla siguiente:

<b>% Cumplimiento Meta I - Fortalecimiento Institucional</b>		
	<b>Detalle</b>	<b>Cumplimiento</b>
1.-	Adecuar los manuales de políticas y procedimientos conforme al cumplimiento de SIGOB, SAIP y NOBACI	100%
2.-	Actualizar plataforma SIGOB, SAIP y NOBACI	100%
3.-	Realizar compensaciones conforme resultados del trimestre	100%
4.-	Gestionar la contratación de consultor experto para elaborar el Plan Estratégico	0%
5.-	Elaborar borrador del Plan y someter aprobación	0%
6.-	Socializar y difundir PEI 2021-2024 aprobado	0%
<b>Total Cumplimiento de Meta I</b>		<b>50%</b>

- ii. Meta II- Ajustar la organización y su funcionamiento a las mejores prácticas, a más tardar el 31 de diciembre 2020.

Dentro de las actividades realizadas para alinear la institución a las buenas prácticas, durante los primeros dos trimestres del año, se realizó la revisión de la estructura y redistribución de las funciones de las áreas, resultando en la creación y aprobación del organigrama y Manual Organizacional aprobado por el Ministerio de Administración Pública.

Para llevar información y comunicar las acciones del Gobierno a más ciudadanos, se incrementaron las pautas publicitarias y ejecutaron estrategias para cubrir todo el territorio nacional, para lo cual se mejoraron las capacidades técnicas de la unidad móvil.

<b>% Cumplimiento Meta II - Ajustar la organización y su funcionamiento a las mejores prácticas, a más tardar el 31 de diciembre 2020</b>		
	<b>Detalle</b>	<b>Cumplimiento</b>
1.-	Evaluación de funciones y reingeniería institucional	100%
2.-	Aumentar la pauta publicitaria	100%
3.-	Implementar nuevas maneras de comunicar / mayor acceso	100%
4.-	Mejorar capacidades técnicas de Unidad Móvil	100%
<b>Total Cumplimiento de la Meta II</b>		<b>100%</b>

- iii. Meta III- Desarrollar capacidades técnicas

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Se ejecutó un plan de capacitación para desarrollar las capacidades técnicas de los equipos de trabajo, abarcando la ejecución de capacitación referente a la Administración Pública, transmitir el régimen ético y disciplinario institucional, aparte de reforzar el trabajo en equipo y el manejo de redes sociales.

**Cumplimiento Meta III - Desarrollar capacidades técnicas**

Detalle	Cumplimiento
1.- Inducción a la Administración Pública	100%
2.- Taller trabajo en equipo	100%
3.- Redes Sociales	100%
4.- Taller Ley 41-08, Régimen Ético y Disciplinario	100%
<b>Total Cumplimiento de la Meta III</b>	<b>100%</b>

iv. Meta IV- Revolucionar los contenidos

Se trabajó en contar con contenidos diferentes, dinámicos y alineados a las necesidades de información e intereses de los ciudadanos, creando hilos e historias con continuidad de información.

**Cumplimiento Meta IV - Revolucionar los contenidos**

Detalle	Cumplimiento
1.- Evaluación y revolución de los contenidos	100%
<b>Total Cumplimiento de la Meta IV</b>	<b>100%</b>

v. Meta V- Desarrollar nuevas capacidades

Durante el año 2020 el enfoque comunicacional en esta dirección ha ido cambiando hacia una comunicación digital, para lo cual, se realizaron actividades de capacitación en el manejo de redes sociales, se diseñaron guías de uso de comunicación digital, determinando formatos y estilos de contenido adaptados a los requerimientos del público digital.

**Cumplimiento Meta V - Desarrollar nuevas capacidades**

Detalle	Cumplimiento
1.- Actualizar redes sociales y métodos de comunicar	100%
2.- Medir impacto de las redes sociales	100%
3.- Guía técnica para el uso de la comunicación digital	100%
4.- Actualización métodos, formatos y contenidos	100%
<b>Total Cumplimiento de la Meta V</b>	<b>100%</b>

vi. Meta VI- Crear un nuevo mapa mediático

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Poder contar con un mapa mediático permite a esta dirección tener una mayor cobertura de su comunicación. En este año se trabajó para lograr un mapa mediático que permita un alcance en todo el territorio nacional, logrando incluir comunicadores y medios de comunicación de todo tipo y tamaño para una mejor y mayor cobertura.

En este sentido, se tenían programadas visitas a las provincias para un acercamiento con los medios de comunicación y comunicadores locales, pero debido a las medidas de prevención por el COVID-19, fueron suspendidas.

Medios	Comunicadores/ Empresas	Ejecución al 30 noviembre 2020	% de ejecución
Periódicos Digitales	245	\$34,999,500.00	15%
Programas de radio	31	\$11,695,690.49	5%
Programas de televisión	352	\$65,011,300.00	28%
Canales de cable	46	\$59,607,820.84	26%
Emisoras de radio	132	\$22,659,867.21	10%
Redes Sociales	9	\$10,138,499.82	4%
Periódicos Impresos	6	\$24,590,861.00	11%
Vallas publicitarias	2	\$2,240,260.00	1%
Servicios de Monitoreo	2	\$1,014,800.00	0.4%
Programación Canal Internet	1	\$295,000.00	0.1%

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

<b>Totales</b>	<b>826</b>	<b>\$232,253,599.36</b>	<b>100%</b>
----------------	------------	-------------------------	-------------

Se trabajó una nueva distribución de las colocaciones publicitarias, para lo cual, se recibió una transferencia de presupuesto por parte del Ministerio Administrativo de la Presidencia, como parte de las partidas que esta entidad tenía a esos fines, de ciento setenta millones (RD\$170,000,000.00) en el año 2020, obteniendo un presupuesto total de trescientos cuarenta y nueve millones setenta y nueve mil doscientos cuatro pesos con 21/100 (RD\$349,079,204.21), del cual, al 30 de noviembre, se ejecutó un monto de doscientos treinta y dos millones doscientos cincuenta y tres mil quinientos noventa y nueve pesos con 36/100 (RD\$232,253,599.36).

Esta inversión en colocación de medios fue distribuida a través de ochocientos veintiséis (826) medios en 30 provincias y el Distrito Nacional, según se detalla en el cuadro que se incluye a continuación. Adicionalmente, se contrataron dos servicios de monitoreo con el fin supervisar el cumplimiento íntegro por parte de los diversos medios.

Además, esta dirección ha trabajado en el desarrollo de las relaciones con los medios de comunicación, comunicadores, periodistas, productores y líderes de opinión abriendo las puertas al Palacio Nacional, donde se llevaron a cabo diversos encuentros en la casa Presidencial.

**Cumplimiento Meta VI - Crear un nuevo mapa mediático**

<b>Detalle</b>	<b>Cumplimiento</b>
1.- Actualización del mapa mediático	100%
2.- Visitas a las provincias	0%
3.- Reingeniería de la colocación publicitaria	100%
4.- Abrir las puertas del Palacio Nacional a los pequeños comunicadores	100%
5.- Igualar en la fuente "Palacio Nacional" los pequeños con los tradicionales	100%
<b>Total Cumplimiento de la Meta VI</b>	<b>80%</b>

**vii. Meta VII- Crear encuentros con los medios y ciudadanos**

Las actividades planeadas para cumplir con la meta VII fueron impactada por las medidas tomadas para prevenir la propagación del COVID-19. Se decidió suspender las actividades acogiéndonos a los lineamientos emitidos por los organismos de salud, evitando llevar a cabo actividades donde se reunieran grandes grupos de personas.



“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

**Cumplimiento Meta VII - Crear encuentros con los medios y ciudadanos**

Detalle		Cumplimiento
1.-	Evaluar los mecanismos, formatos	0%
2.-	Implementar encuentros con los medios	0%
3.-	Evaluar la posibilidad de incluir a los ciudadanos en los encuentros con los medios	0%
4.-	Actualizar los encuentros con los medios y los ciudadanos	0%
<b>Total Cumplimiento de la Meta VII</b>		<b>0%</b>

viii. Meta VIII- Comunicar todos los días

Durante el año 2020, la Dirección General de Comunicación (DICOM) se ha enfocado en transmitir a la ciudadanía las acciones ejecutadas por el gobierno central y otras instituciones estatales a través de medios de comunicación tradicionales y digitales diariamente, para lo cual se han transmitido campañas de información, orientación y educación a la ciudadanía en todo el territorio nacional.

Como parte de estas acciones de comunicación se realizaron 603 videos (527 realizados en los primeros dos cuatrimestres y 76 en el último cuatrimestre del año), que abordaron los siguientes temas:

- 137 reportes en vivo de la pandemia con el ministro de Educación.
- 20 videos campaña “Desde mi casa te lo cuento”, que narra la vida de las personas desde sus casas y de cómo se adaptan a la pandemia del COVID-19.
- 30 videos con boletines sobre medidas del Gobierno contra el COVID-19.
- 76 videos de temas varios.

Además, se realizaron 261 transmisiones en vivo (*livestream*), 153 fueron ruedas de prensa de los boletines del Ministerio de Salud Pública durante el Estado de Emergencia por COVID-19, vía el canal oficial del Estado dominicano, 62 correspondieron a ruedas de prensa relacionadas con la entrega de escuelas, entrega de títulos de propiedad, y 46 de diversos temas del nuevo gobierno del presidente Abinader.

Estas publicaciones incluyeron la realización al 30 de noviembre de 161 *banners* utilizados en videos y eventos, y 1,505 infografías para las redes sociales. También se programaron media tours a programas de televisión y radio con el objetivo de difundir los temas de agenda pública mediante entrevistas programadas.

**Cumplimiento Meta VIII - Comunicar todos los días**

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Detalle		Cumplimiento
1.-	Servir de soportes a las instituciones en las coberturas, difusión y colocación de sus acciones gubernamentales	100%
2.-	Evaluar los formatos, métodos y contenidos de las instituciones	100%
<b>Total Cumplimiento de la Meta VIII</b>		<b>100%</b>

ix. **Meta IX- Comunicar contando historias**

A las personas les resulta más fácil identificarse con las experiencias de los demás. Las historias impactan, por ello en este año se incluyó como estrategia de comunicación contar historias. Se trabajó en la creación de contenidos y gráficos con continuidad en el tiempo, que presente historias como mecanismo para que las personas se identifiquen con las iniciativas del Gobierno.

**Cumplimiento Meta IX - Comunicar contando historias**

Detalle		Cumplimiento
1.-	Evaluar y actualizar los formatos, métodos de comunicar la acción gubernamental mediante el uso de historias	100%
2.-	Actualizar la guía para que las instituciones cuenten ellas mismas sus historias de la acción gubernamental	100%
<b>Total Cumplimiento de la Meta IX</b>		<b>100%</b>

c. **Indicadores de gestión**

En apego a las distintas normativas gubernamentales, esta dirección desde su creación en el año 2012 hasta la fecha, ha trabajado en cumplir y alinearse al desempeño gubernamental orientado al seguimiento de las metas, compromisos presidenciales, cumplimiento institucional y ejecución de obra de la Gestión Pública. En ese sentido, hasta el momento se han implementado las normas para el cumplimiento de la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información y de Transparencia Gubernamental, de Compras y Contrataciones Públicas, del Sistema de Monitoreo de Administración Pública (SISMAP), de las Normas Básicas de Control Interno (NOBACI) y de la Gestión Presupuestaria. Sin embargo, esta dirección tiene pendiente trabajar con el Índice de Uso TIC y la Implementación del Gobierno Electrónico (iTICge), que, si bien se han realizado acciones en pro de cumplir con los estándares aquí requeridos, los mismos no han sido formalizados al momento de cerrar el año.

El resultado del cumplimiento de las normas para una adecuada gestión pública se sustenta en el cumplimiento de indicadores de gestión y sus evidencias que son oportunamente incluidas en las

**“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”**

plataformas gubernamentales destinadas a apoyar el control de las gestiones. En ese sentido, se presenta a continuación el resultado de los indicadores de gestión de esta dirección.

1. Perspectivas estratégicas

i. Sistema de Monitoreo y Medición de la Gestión Pública (SMMGP)

Como parte relevante para la alineación en el Sistema de Monitoreo y Medición de la Gestión Pública, esta Dirección General de Comunicación, a través de los distintos equipos internos de trabajo y los planes operativos desarrollados, ha logrado obtener puntajes satisfactorios en varios de los indicadores, observando que tres de ellos no han sido evaluados en este último periodo del año.

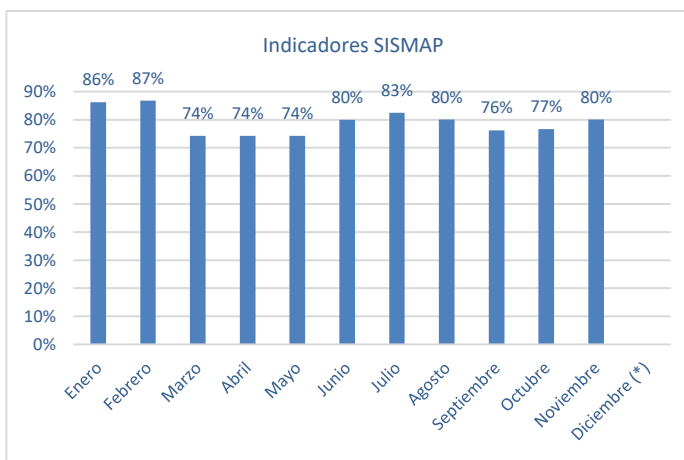


Es oportuno indicar que, para el último trimestre del año, la Contraloría General de la República decidió actualizar las matrices de evaluación del cumplimiento de las Normas de Control Interno y alinear las instituciones a esta actualización, por lo que este indicador no está activo para este periodo. También es propicio agregar que el Indicador de Transparencia Gubernamental no está disponible desde el mes de septiembre de 2020.

ii. Sistema de Monitoreo de la Administración Pública (SISMAP)

**“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”**

Como cada año, en este 2020 dimos continuidad al cumplimiento de los requerimientos del Sistema de Monitoreo de Administración Pública (SISMAP), sistema en el cual, al mes de diciembre de 2020, presenta un 80.09% de cumplimiento en los indicadores contemplados. Para un promedio de enero a noviembre de 79%.



1. Perspectiva Operativa

i. Índice de Transparencia

En estos once (11) meses hemos puesto a disposición de los ciudadanos y ciudadanas las informaciones de forma oportuna, completa y veraz, conforme a lo establecido en la ley y la Resolución Número DIGEIG-R-02-2017 sobre el uso obligatorio del Portal Único de Solicitud de Acceso a la Información Pública (SAIP).

En ese sentido hemos obtenido las siguientes calificaciones mediante evaluaciones mensuales realizadas por la Dirección General de Ética Integridad Gubernamental (DIGEIG), con un puntaje promedio de 95.1% en el periodo enero-agosto del 2020, de acuerdo con la Ley 200-04. A continuación, gráfico de evaluación por mes.

DIRECCION GENERAL DE COMUNICACIÓN CUADRO DE EVALUACIONES DEL PORTAL DE TRANSPARENCIA AÑO 2020	
MES	EVALUACIÓN
Enero	98%
Febrero	96%
Marzo	98%

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

Abril	98%
Mayo	98%
Junio	94%
Julio	83%
Agosto	97%
Septiembre (*)	
Octubre (*)	
Noviembre (*)	
Diciembre (*)	
<b>Promedio anual</b>	<b>95%</b>

(\*Datos pendientes DIGEIG)

ii. Normas básicas de Control Interno (NOBACI)

Durante el año 2020, se trabajó en alinear los procesos al cumplimiento de las Normas Básicas de Control Interno (NOBACI), habiendo cumplido con cargar las evidencias requeridas en un 98 %. Como se observa en la tabla a continuación, para el último cuatrimestre, por mandato de la Contraloría General de la República, se decide realizar actualizaciones a las NOBACI, debido a lo cual se deberá iniciar el proceso de autoevaluación respecto al cumplimiento con dichas normas, teniendo en cuenta las actualizaciones mencionadas.

Sistema de Diagnostico de las Normas Básicas de Control Interno (NOBACI)			
Componentes de Control Interno	1er. cuatrimestre	2do. cuatrimestre	3er. cuatrimestre
Ambiente de control	99%	100%	0%
Valoración y administración de riesgos	100%	100%	0%
Actividades de control	93%	97%	0%
Información y comunicación	84%	95%	0%
Monitoreo y evaluación	100%	100%	0%
<b>Totales</b>	<b>95%</b>	<b>98%</b>	<b>0%</b>

iii. Gestión Presupuestaria (IGP)

### “Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

En el trimestre julio-septiembre del año 2020, la Dirección General de Comunicación obtuvo una puntuación de 71% en el cumplimiento del Índice de Gestión Presupuestaria (IGP), que mide la eficacia respecto a la ejecución de los bienes y servicios, es decir, si la institución gastó los fondos en las compras que fueron planificadas; y la correcta publicación de la información presupuestaria puesta a disposición de la ciudadanía.

#### iv. Sistema Nacional de Compras y Contrataciones Públicas (SNCCP)

En la ejecución de las compras y contrataciones públicas realizadas por la dirección para el año 2020, se obtuvieron los puntajes detallados en el cuadro a continuación, logrando en el periodo julio-septiembre un cumplimiento del 97.86% de los indicadores establecidos.

Calificación DICOM				
Sistema Nacional de Compras y Contrataciones Públicas				
Trimestre	Enero-marzo	Abril-junio	Julio-septiembre	Octubre-diciembre
<b>Calificación</b>	96.84%	97.64%	97.86%	N/D%

#### v. Auditorías y Declaraciones Juradas

En cumplimiento con lo estipulado en la Ley núm. 311-14 sobre Declaración Jurada de Patrimonio, se remitieron a la Cámara de Cuentas de la República y se incluyeron en el portal de Transparencia, las declaraciones juradas de los funcionarios de esta Dirección General de Comunicación que deben cumplir con la rendición de cuentas, dada la naturaleza de sus funciones, a saber:

- Directora General de Comunicación.
- Sub Director de Comunicación.
- Encargado Administrativo y Financiero.
- Encargado de Compras y Contrataciones.

#### b. Perspectiva de los usuarios

##### i. Sistema de Atención Ciudadana 311

En el Sub-portal de transparencia se dispone de un apartado dirigido al ciudadano, la Línea 311-de Atención Ciudadana, a fin de que puedan canalizar sus quejas, denuncias y/o reclamaciones. Para el presente período enero–noviembre 2020 no se ha recibido ningún requerimiento por esta línea.

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

ii. Estadísticas de solicitudes de acceso a la información vía la OAI

Al 30 de noviembre 2020, hemos recibido un total de dieciséis (16) solicitudes de información, dichas solicitudes presentan la siguiente distribución: vía el Portal Único de Acceso a la Información Pública (SAIP) quince (15), Correo electrónico una (1) y presencial 0, para un total de 16 solicitudes, de las cuales se han completado trece (13), mientras tres (3) se encuentran en proceso de ser respondidas. A continuación, grafica de distribución de las solicitudes de información.

DISTRIBUCIÓN DE LAS SOLICITUDES DE INFORMACIÓN	EN PROCESO	COMPLETADA	CANTIDAD
Portal Único de Solicitud de Acceso a la Información (SAIP)	3	12	15
Correo Electrónico	0	1	1
Presencial	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>16</b>

Se llevó a cabo el rediseño y reestructuración del sub-portal de transparencia para brindar a la ciudadanía, facilidad de acceso, calidad y comprensión de las informaciones establecidas por la ley de carácter obligatorio, dando cumplimiento a la Resolución Número 1-2018 sobre el Contenido de los Portales.

**IV. Gestión Interna**

a. Desempeño Financiero

**A. Ejecución Presupuestaria**

La ejecución presupuestaria al **30 de noviembre de 2020** se presenta en base a un presupuesto aprobado, a dicha fecha, de RD\$719,606,424.00, como se detalla en el cuadro a continuación:

OBJETAL DEL GASTO	DESCRIPCION	PRESUPUESTO APROBADO (RD\$)	PRESUPUESTO EJECUTADO (RD\$)	%EJECUTADO POR OBJETAL
2.1	Remuneraciones y contribuciones	\$196,138,502.00	\$173,375,411.78	88%
2.2	Contratación de servicios	\$491,517,100.90	\$203,377,237.32	41%
2.3	Materiales y suministros	\$16,154,005.83	\$14,389,620.94	89%
2.4	Transferencias corrientes	\$ 2,730,190.54	\$2,355,190.54	86%
2.6	Bienes muebles, inmuebles e intangibles	\$12,787,989.74	\$12,135,320.84	95%
2.7	Obras	\$278,634.99	\$278,445.86	100%
<b>TOTALES</b>		<b>\$719,606,424.00</b>	<b>\$405,911,227.28</b>	<b>56%</b>

“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”

b. Contrataciones y Adquisiciones

**B. Compras y Contrataciones**

Hasta el mes de noviembre del año en curso, la Dirección General de Comunicación (DICOM), ha realizado 2,639 órdenes de compras como resultado de 324 procesos de compras y contrataciones de bienes y servicios, mediante los distintos procesos estipulados por la normativa, resultando en la recepción de 2,879 bienes o servicios, para sustentar la operatividad de la institución, como se detalla en los cuadros a continuación:

Órdenes de compras de bienes y servicios resultantes de los procesos de compra al 30 noviembre 2020	Cantidad
Órdenes de compras de bienes y servicios	2,639
<b>Total</b>	<b>2,639</b>

Procesos de Compras y Contrataciones de Bienes y Servicios al 30 noviembre 2020	Cantidad
Procesos por comparación de precios realizados	5
Procesos por compras menores	19
Procesos por debajo del umbral	166
Procesos de excepción (Publicidad)	126
Procesos otros casos de excepción	5
Procesos de urgencia	3
<b>Total</b>	<b>324</b>

Recepciones de bienes y servicios resultantes de las ordenes de compras emitidas al 30 noviembre 2020	Cantidad
Recepciones de publicidad generadas	2,620
Otras recepciones de bienes y servicios	259
<b>Total</b>	<b>2,879</b>

**V. Proyecciones al Próximo Año**

La Dirección General de Comunicación se enfocará en desarrollar estrategias de comunicación integrales, en unificar el mensaje del Gobierno a través de las distintas instituciones gubernamentales, en mantener un mapa mediático inclusivo, variado y con cobertura nacional que abarque los distintos medios



**“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”**

de comunicación, para lograr apoyar y comunicar todas las iniciativas, planes y proyectos del gobierno, enfatizando su mensaje en el empoderamiento de la ciudadanía, la transparencia y la integración, como mecanismo de apoyo al objetivo presidencial de lograr mejorar la calidad de vida de la ciudadanía. También, en el desarrollo de estrategias integrales de comunicación y publicidad para mantener debidamente informada a la población sobre el alcance de la gestión del Poder Ejecutivo. Por igual, se realizarán esfuerzos para llevar a cabo iniciativas internas hacia la eficiencia operativa de la dirección.

**VI. Anexos**

INSTITUCIONES		RESULTADO		SISTEMA DE INDICADORES						
		METAS	OBRAS	SISMAP	ITICGE	NOBACI	CUMPLIMIENTO DE LA LEY 200 D4	GESTION PRESUPUESTARIA	CONTRATACIONES PÚBLICAS	TRANSPARENCIA GUBERNAMENTAL
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN		NO APLICA	NO APLICA	80%	NO EVALUADO	NO EVALUADO	94%	70%	98%	NO EVALUADO