

DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION DE LA PRESIDENCIA

PEI 2021 - 2024 Plan Estratégico Institucional 2021-2024

DIRECCION DE PLANIFICACION Y DESARROLLO

APROBACIÓN		
EMISIÓN	ELABORÓ	APROBÓ
NOMBRE:		
CARGO:	DIRECTORA DE PLANIFICACION Y DSARROLLO	DIRECTORA GENERAL
FIRMA:		
FECHA:	15/03/2021	15/03/2021

Contenido	
I. Introducción.....	3
II. Metodología Aplicada.....	4
a) Momento explicativo.....	4
b) Momento normativo.....	4
c) Momento estratégico.....	4
III. Perfil de la Dirección General de Comunicación de la Presidencia.....	4
a) Marco Legal de la Dirección General de Comunicación de la Presidencia.....	5
b) Funciones principales de la Dirección General de Comunicación (DICOM).....	5
c) Grupos de interés.....	5
IV. Diagnostico Institucional.....	6
Análisis FODA.....	6
Matriz CAME.....	8
Conclusiones.....	8
V. Marco estratégico.....	9
Misión.....	9
Visión.....	9
Valores.....	9
VI. Ejes Estratégicos.....	9
Eje 1 Estratégico PEI: Comunicar a la ciudadanía.....	10
Eje 2 Estratégico PEI: Fortalecimiento institucional.....	14

PLAN	CÓDIGO:	DICOM-PEI-001	
PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL 2021-2024	VERSIÓN:	01	
RESPONSABLE:	Director (a) General	PÁGINA:	Página 3 de 16

I. Introducción

El presente Plan Estratégico Institucional 2021-2024 establece las directrices principales que trazan el quehacer de la Dirección General de Comunicación (DICOM). El mismo tiene como propósito establecer los lineamientos estratégicos y programáticos de corto y mediano plazo, para trazar la dirección, consistencia y coherencia de nuestras acciones y el cumplimiento efectivo de nuestra misión, visión y objetivos institucionales, como órgano rector del Sistema de Comunicación Gubernamental (SICOM).

Este plan contiene la planificación estratégica a mediano plazo, expresada a través de ejes, objetivos y resultados estratégicos, así como un conjunto de indicadores y metas que la institución se propone lograr durante los cuatros años identificados. Igualmente, se determinan los compromisos necesarios para ejecutar dicho plan.

Para la elaboración del Plan Estratégico Institucional 2021-2024 se ha tomado 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), las políticas transversales del Estado y los resultados de la ejecución del Plan Estratégico institucional del periodo anterior.

La formulación del presente plan ha sido coordinada por la Dirección de Planificación y Desarrollo, quien en conjunto con los Directores, Encargados y técnicos de las distintas áreas institucionales, llevaron a cabo actividades de levantamiento, análisis y reflexión, con la finalidad de identificar las estrategias a implementar en los próximos cuatro años.

II. Metodología Aplicada.

Como parte del proceso de planificación estratégica institucional para el periodo 2021-2024, esta Dirección General de Comunicación contempló cuatro momentos metodológicos que se determinan a continuación:

a) Momento explicativo.

La Dirección realizó una labor que inició con levantar el perfil institucional para luego, partiendo de este, realizar un análisis situacional donde se levantaron las percepciones de las distintas áreas respecto a la realidad o situación existente, evaluando resultados previos, capacidades internas, aspectos sociales, económicos y políticos, etc. que impactan el accionar institucional.

b) Momento normativo.

Una vez identificada la situación en la que se encontraba la institución al momento de realizar la planificación, se determinaron las intenciones, sueños y deseos a lograr en el periodo 2021-2024, mediante entrevistas, conversatorios y levantamientos puntuales, tomando en cuenta el marco normativo institucional y de los entes que regulan el accionar de las instituciones del Estado.

Por igual, se identificaron las necesidades y posibles variantes que afectarán o impactarán la ejecución de estas intenciones, sueños y deseos, identificando algunos escenarios alternativos y contingencias a llevar a cabo.

c) Momento estratégico

Como resultado de los procesos realizados en el momento explicativo y normativo, se identificaron ejes y objetivos estratégicos, y específicos con sus correspondientes metas. Se contemplaron a su vez, los resultados esperados, indicadores de gestión, todo lo cual se relacionó con un presupuesto estimado para llevar a cabo estos objetivos identificados.

III. Perfil de la Dirección General de Comunicación de la Presidencia.

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). Posteriormente, mediante Decreto número 513-20, de fecha 29 de septiembre de 2020, pasa a ser dependencia del Ministerio Administrativo de la Presidencia (MAPRE).

La Dirección General de Comunicación de la Presidencia 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).

Esta Dirección trabaja para que a través de la comunicación gubernamental se construya una relación duradera y de confianza con los ciudadanos y sus organizaciones; procura comunicar de forma humana, constructiva, educativa, y generar valor al ciudadano; rendir cuentas con transparencia y oportunidad para lograr y mantener una relación de confianza Gobierno-Sociedad, buscando el consenso y facilitando la participación y el empoderamiento de los ciudadanos.

a) Marco Legal de la Dirección General de Comunicación de la Presidencia

Las atribuciones y funciones de la Dirección General de Comunicación (DICOM) están definidas por las siguientes normativas:

Decreto No. 490-12 que crea la Dirección General de Comunicación como dependencia del Ministerio de la Presidencia, del 21 de agosto de 2012, con la responsabilidad de coordinar las Políticas de Comunicación y la función de Portavoz del Gobierno. DICOM diseña, coordina y dirige toda la política de comunicación del Gobierno con la sociedad dominicana.

Decreto No. 415-20 de fecha 29 de septiembre de 2020, que modifica el Artículo 1 del Decreto No. 490-12, especificando la dependencia directa de la Dirección de Información y Prensa de la Presidencia al Ministerio de la Presidencia.

Decreto No. 513-20 de fecha 29 de septiembre de 2020, que modifica el Decreto No. 490-12, traspasando a la Dirección General de Comunicación como dependencia del Ministerio Administrativo de la Presidencia.

b) Funciones principales de la Dirección General de Comunicación (DICOM).

A la Dirección General de Comunicación (DICOM), se le confieren las siguientes atribuciones:

- 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
- Ser Portavoz de la Presidencia de la República
- Empoderar a los ciudadanos y ciudadanas de las políticas públicas

c) Grupos de interés

Como resultado del análisis realizado, se ha identificado que la Dirección General de Comunicación de la Presidencia tiene vínculos o relaciones de distinto índole, que resultan parte importante de la gestión y contexto en que se mueve. Estos grupos de interés tienen necesidades

y expectativas que cambian y se desarrollan con el tiempo. Como parte del análisis, se identificaron necesidades y expectativas que se muestran a continuación:

Grupos de Interés	Necesidades y Expectativas
Ciudadanía	Información, confianza, oportunidad, transparencia, uso eficiente de los recursos del estado
Instituciones Gubernamentales	Apoyo, acompañamiento, definición de estrategias de comunicación
Ministerio Administrativo de la Presidencia / Dirección General	Eficiencia, administración adecuada de los recursos del estado
Empleados	Valores, seguridad, ambiente laboral positivo, adecuada compensación, equidad laboral, balance vida laboral-familiar y crecimiento
Proveedores	Relaciones benéficas, oportunidad en el pago
Reguladores (gobierno)	Cumplimiento normativo

IV. Diagnostico Institucional

El diagnóstico situacional es una fase de análisis que nos permite conocer la situación actual de la Dirección, tomando en consideración las funciones encomendadas mediante la normativa que nos aplica, y los resultados esperados respecto a procesos anteriores de planificación, así como el desempeño de la institución y las necesidades y expectativas de los grupos de interés internos y externos hacia un futuro.

El diagnóstico institucional inició con el análisis del cumplimiento del Plan Estratégico Institucional del periodo anterior 2016-2020 y la realización de actividades de levantamiento y análisis realizadas con los responsables de las distintas áreas y personal clave de la institución, del cual resultó el análisis FODA mediante el cual se contemplaron factores externos e internos de la institución. Dentro de los factores externos se tuvieron presentes factores Macro Ambientales y Micro Ambientales que impactan a la institución y para cada uno de ellos se identificaron las **oportunidades** y las **amenazas**.

Dentro del análisis interno se examinaron factores relacionados a la cadena de valor, en busca de mejorar la eficiencia y reducir ineficiencias de los procesos para la correcta operatividad. Como resultado se identificaron las **fortalezas** y las **debilidades** internas.

Análisis FODA

El resultado de este análisis que contempla las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se presenta a continuación:

No.	FORTALEZAS
F1	Adecuado recurso tecnológico, para conectar en red asuntos desde el Palacio hasta nuestro local fuera del Palacio, y soportar los servidores de las páginas Web que se administran.
F2	A nivel de las áreas de comunicaciones, personal capacitado, experimentado y con aptitud de colaboración
F3	Eficiencia en procesos de generación de valor, referente a transmisiones en vivo a lo largo del día
F4	Disposición de trabajo en equipo, uniendo en ocasiones especiales, equipos multidisciplinarios de departamentos diferentes para lograr un objetivo macro
F5	Gozamos de liderazgo participativo, accesible y abierto a sus equipos
F6	Buen clima laboral
F7	Poseemos cuentas en las principales redes sociales
F8	Innovación en los enfoques de comunicaciones digitales, facilitando el entendimiento por parte de la ciudadanía

No.	DEBILIDADES
D1	Entrega tardía de las informaciones que se generan en los departamentos responsables de la actualización del Sub-portal de Transparencia institucional.
D2	El público no tiene claro a que cuenta seguir en las redes sociales, existen varias cuentas que todas informan de lo mismo, esto confunde a la población (@PresidenciaRD, @Comunicaciondo)
D3	Falta de comunicación y coordinación interdepartamental
D4	Personal que actualmente no está viniendo a la institución, por la pandemia. Sus funciones deben ser realizadas.
D5	Necesidad de personal para cumplir funciones específicas
D6	Falta de sistemas que soporten los procesos administrativos
D7	Ineficiencia en la estandarización de los procesos institucionales lo que conlleva al incumplimiento de los tiempos estipulados por el proceso de compras en las órdenes de colocación con respecto a la fecha de prestación del servicio.
D8	Manual organizacional y de perfiles de puestos inadecuado a la estructura actual
D9	Personal con funciones múltiples (a lo interno)
D10	Falta de claridad y objetivo institucional (que el público sepa nuestros deberes y límites)

No.	Amenazas
A1	Lentitud y fallas en el portal transaccional – Compras
A2	El sistema SIAB (Activos Fijos) tiene varias debilidades como la impresión de etiquetas de AF, el mantenimiento a los activos y sus responsables
A3	Se presenta un incremento en la partida presupuestaria de publicidad, al 2021 se prevé un incremento en más de un 300%. En tal sentido es importante orientar a la ciudadanía sobre este redireccionamiento del gasto, a fin de garantizar un manejo transparente para todos. Minimizando así dudas respecto de este incremento en pro el buen manejo de estos fondos.
A4	Opinión pública desfavorable
A5	Oposición activa en las redes

OPORTUNIDADES	
O1	Estandarización en la Normativas NORTIC de la OPTIC
O2	Alcance de las cuentas de las redes sociales
O3	Auge en el desarrollo de la tecnología para comunicar
O4	Posibilidad de conectar con los medios no tradicionales en toda la geografía nacional
O5	Normativas sobre Ética de Gestión Gubernamental
O6	Interés de las personas en la transparencia

Matriz CAME

Como resultado del análisis se realizaron las matrices EFI Y EFE y se alinearon los resultados hacia la matriz CAME para facilitar el análisis y enfoque estratégico.

		ANÁLISIS MATRIZ CAME	
		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores externos	Oportunidades	Explotar oportunidades O1, O3, F1, F5: Fortalecer la Gestión del uso de las tecnologías O2, O4, F2, F3, F7, F8: Comunicar a la ciudadanía a nivel nacional y reforzar la identidad O5, O6, F4, F5, F6: Normalización de procesos institucionales	Corregir las debilidades D9, D5: Fortalecer la estructura institucional O5, O6, D6, D7: Eficientizar y Sistematizar los procesos administrativos y financieros O5, O6, D8, D9: Modernizar la función de Recursos Humanos en la institución O1, O3, O5, O6, D1, D10: Estrategia para el fortalecimiento de la transparencia de la institución O3, D3: Establecimiento de canales de comunicación interdepartamentales
	Amenazas	Manterner Fortalezas A1, A2, A3, F1, F3, F5, F6: Fortalecer la planificación y la organización institucional y el uso de las tecnologías	Afrontar las amenazas D2, D7, A4, A5: Estrategia para el fortalecimiento de los mecanismos de coordinación y difusión de las acciones del gobierno

Conclusiones.

Como resultado de los análisis realizados se pudo concluir que la Dirección General de Comunicación cuenta con personal capacitado y especializado en las áreas generadoras de valor, sin embargo, no responde a una estructura ni a una gestión planificada.

La estructura organizacional no responde a los requerimientos de un enfoque comunicacional dinámico y transparente por lo que es preciso revisar y fortalecer dicha estructura. Por igual, los

procesos institucionales precisan estandarizarse y sistematizarse para facilitar y agilizar la gestión operativa diaria.

Hay oportunidades en el aprovechamiento de las tecnologías de la información para reforzar tanto los procesos como el desempeño del equipo de colaboradores de la institución.

Respecto a la comunicación, se visualizó la oportunidad de frenar y disminuir el deterioro de la identidad y valores dominicanos y la necesidad de establecer canales de comunicación que permitan mejorar tanto el mensaje como la cobertura de las acciones del gobierno, facilitando la transparencia, la participación y la rendición de cuentas gubernamental para un gobierno más participativo.

V. Marco estratégico

Tomando en cuenta el análisis realizado por esta la Dirección General de Comunicación de la Presidencia, como resultado del levantamiento y análisis institucional realizado con la participación de las áreas estratégicas y operativas de la institución, se identificó el marco estratégico institucional acorde a los intereses y gestiones vislumbradas a corto y mediano plazo.

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.

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.

Valores

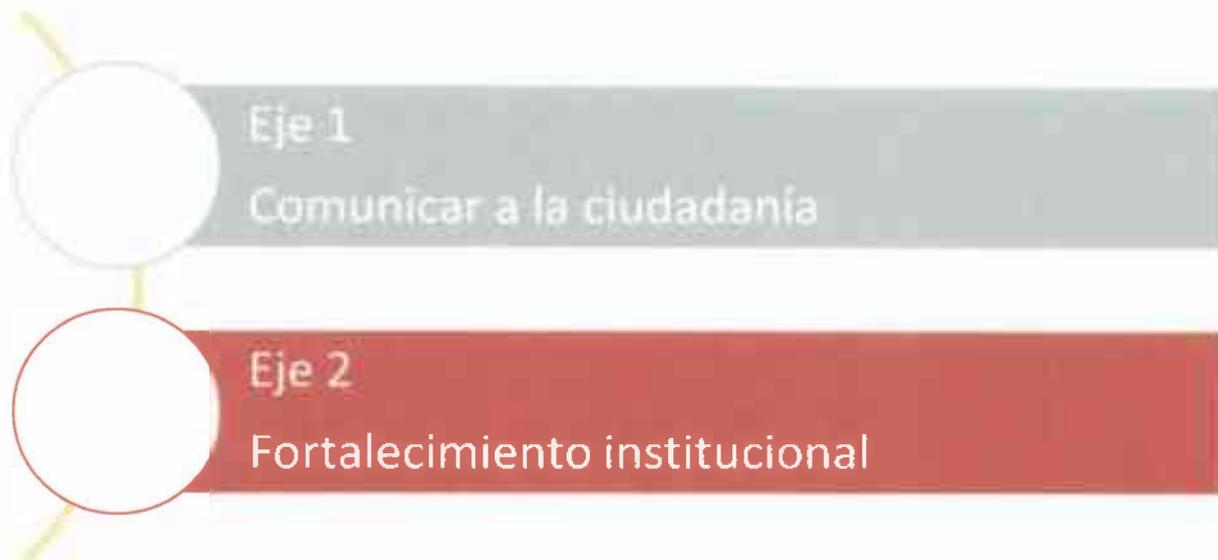
- Transparencia
- Eficiencia
- Confianza
- Integridad

VI. Ejes Estratégicos

Luego y como resultado de la evaluación, análisis y proyecciones institucionales y contemplando la Estrategia Nacional de Desarrollo (2011 – 2030), Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS),

así como el Programa Gestión de Gobierno del Cambio 2020 - 2024, se elabora un Plan Estratégico que representa las actividades y objetivos a cumplir en esta Dirección.

Se han determinado para el 2021-2024 dos ejes estratégicos cada uno de los cuales define su objetivo correspondiente y los cuales presentan la alineación a la planificación global, los resultados esperados, la alineación con la Estrategia Nacional de Desarrollo, productos resultantes y presupuesto programado, como se presenta a continuación:



Eje 1 Estratégico PEI: Comunicar a la ciudadanía

Dado que nuestra misión nos confiere el compromiso de llegar a todos los ciudadanos para fomentar la transparencia y la participación apoyando las bases para un país libre de corrupción, nuestro primer eje estratégico se centra en "Comunicar a la ciudadanía", por lo que se determinaron los siguientes Objetivos Estratégicos:

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.

i. Alineación con la planificación Global

Instrumentos Nivel Planificación Global					
Política de Gobierno	Impacto de la Política	Denominación Resultados PNPSP	Indicador (es)	Línea Base 2019	Valor meta 2024
Enfrentar la Corrupción y la Impunidad	Garantizada una administración pública eficiente, honesta, transparente y con rendición de cuentas		Índice de Percepción de la Corrupción (IPC)	2.8	5.5
Cultura Para el Cambio	Garantizada una administración pública eficiente, honesta, transparente y con rendición de cuentas				

ii. Resultados esperados

Resultados institucionales PEI							
Denominación	Indicador (es)	Línea base		Meta Años			
		Año*	Valor	2021	2022	2023	2024
Comunicada la ciudadanía	Eficacia en la comunicación a la ciudadanía (acciones de comunicación realizadas/actividades definidas en la agenda del Presidente)* 100	2019	0	95%	97%	98%	100%
Comunicadas las costumbres (culinarias, artísticas, históricas) y acontecimientos relevantes de la cultura dominicana	Eficacia en el cumplimiento del Plan de comunicación de las costumbres y acontecimiento de la cultura dominicana (acciones de comunicación realizadas/acciones de comunicación planificadas)* 100	2019	0	98%	98%	98%	98%

iii. Alineación con la Estrategia Nacional de Desarrollo

Alineación END			Meta Objetivo de Desarrollo Sostenible directamente alineado
Objetivo General END	Objetivo Específico END	Línea de Acción END	
1.1 Administración Pública Eficiente, transparente y orientada a resultados	1.1.1 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.	1.1.1.6 Fomentar la cultura de democracia, tolerancia y uso correcto del poder público, para generar una valoración positiva de la población sobre el servicio público.	16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades
2.6 Cultura e identidad en un mundo global	2.6.1 Recuperar, promover y desarrollar los diferentes procesos y manifestaciones culturales que reafirman la identidad nacional, en un marco de participación, pluralidad, equidad de género y apertura al entorno global	2.6.1.8 Recuperar, proteger y proyectar el patrimonio cultural tangible e intangible de la Nación, mediante el estudio y difusión de las culturas regionales y locales, propiciar su valoración como parte de la identidad nacional y su promoción como parte del potencial productivo.	16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades

iv. Productos resultantes de la ejecución del Eje I

Denominación	Unidad de medida	Programación			
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Dar a conocer a los ciudadanos y ciudadanas las políticas e iniciativas públicas del Gobierno	Políticas e iniciativas transmitidas	95%	97%	98%	100%
Ejecutado el Plan de Comunicación de las costumbres y acontecimiento de la cultura dominicana	Cantidad de acciones de comunicación	98%	98%	98%	98%

v. Presupuesto programado

Requerimiento financiero (\$)							
Valor	Fuente financiamiento	Valor	Fuente financiamiento	Valor	Fuente financiamiento	Valor	Fuente financiamiento
2021		2022		2023		2024	
\$500,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$550,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$600,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$650,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional
\$250,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$275,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$300,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$330,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional

Eje 2 Estratégico PEI: Fortalecimiento institucional

Para poder realizar las atribuciones encomendadas es preciso contar con un sistema de gestión institucional robusto que sustente la visión comunicacional del gobierno, dado lo cual tanto la estructura como los procesos institucionales deben alinearse a dicha visión. Este interés trazó el eje de Fortalecimiento Institucional para responder a las nuevas exigencias, por lo que se planteó el objetivo estratégico siguiente:

Objetivo Estratégico 2: Elevar el nivel de eficiencia de la gestión institucional

vi. Alineación con la planificación Global

Instrumentos Nivel Planificación Global					
Política de Gobierno	Impacto de la Política	Denominación Resultados PNPSP	Indicador (es)	Línea Base 2019	Valor meta 2024
Hacia un Estado Moderno e Institucional	Apoyo sostenido a la administración pública eficiente, transparente y orientada a resultados	Mejorada la calidad de los servicios públicos	Índice de Fortaleza Institucional	3.85	4.5
Hacia la transformación digital	Acceso universal y uso productivo de las tecnologías digitales	Aumentada el uso de las TICs y el E-Gob en las instituciones del Gobierno Central y Gobierno local	Usuario de internet. (Usuarios por cada 100 habitantes)	74.82	80

vii. Resultados esperados

Resultados institucionales PEI							
Denominación	Indicador (es)	Línea base		Meta Años			
		Año*	Valor	2021	2022	2023	2024
Obtenida certificación en modelo de Calidad	Efectividad en la certificación (certificación planificada/ certificación ejecutada)	2019	0				100%
Sistematizados los procesos institucionales	Eficacia en el cumplimiento del Plan de Sistematización	2019	5%	15%	50%	70%	100%

viii. Alineación con la Estrategia Nacional de Desarrollo

Alineación END			
Objetivo General END	Objetivo Específico END	Línea de Acción END	Meta Objetivo de Desarrollo Sostenible directamente alineado
1.1 Administración Pública Eficiente, transparente y orientada a resultados	1.1.1 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.	1.1.1.6 Fomentar la cultura de democracia, tolerancia y uso correcto del poder público, para generar una valoración positiva de la población sobre el servicio público.	16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas
1.1 Administración Pública Eficiente, transparente y orientada a resultados	1.1.1 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.	1.1.1.4 Promover la gestión integrada de procesos institucionales, basada en medición, monitoreo y evaluación sistemática.	16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas

ix. Productos resultantes de la ejecución del Eje I

Productos Terminales (Relevantes)					
Denominación	Unidad de medida	Programación			
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Certificado de calidad	Certificado	0	0	0	1
Software de sistematización de procesos	Porcentaje de implementación del software	15%	50%	70%	100%

x. Presupuesto programado

Requerimiento financiero (\$)							
Valor	Fuente financiamiento	Valor	Fuente financiamiento	Valor	Fuente financiamiento	Valor	Fuente financiamiento
2021		2022		2023		2024	
\$50,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$55,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$60,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$65,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional
\$50,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$55,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$60,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional	\$65,000,000	Recursos propios/presupuesto nacional