



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA
PRENSA DEL PRESIDENTE

PLAN **ESTRATÉGICO** INSTITUCIONAL 2025-2028

Departamento de Planificación y Desarrollo
Dirección de Prensa del Presidente

Índice

Siglas y acrónimos	3
Índice de tablas y gráficos	3
Información de la institución	4
Presentación.....	6
Introducción.....	7
Informaciones Generales.....	8
Diagnostico Contextual	12
Diagnostico Institucional	15
Análisis FODA y las estrategias institucionales.....	16
Marco Estratégico Institucional	19
Estrategias Institucionales Priorizadas.....	20
Información general sobre los resultados priorizados y sus alineaciones.....	20

Siglas y acrónimos

- **DPP** - Dirección de Prensa del Presidente
- **DICOM** - Dirección de Comunicaciones
- **DIAPE** - Dirección de Información, Análisis y Programación Estratégica
- **DIECOM** - *Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental*
- **PEI** - Plan Estratégico Institucional
- **IPC** - Índice de Percepción de la Corrupción
- **ODS** - Objetivos de Desarrollo Sostenible
- **DIGEPRES** - Dirección General de Presupuesto
- **OGTIC** - Oficina Gubernamental de Tecnologías de la Información y Comunicación
- **PNPSP** – Plan Nacional Plurianual del Sector Público
- **FODA** - Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.
- **DIGEIG** - Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental.

Índice de tablas y gráficos

Tabla 1. - Evolución del resultado PNPSP identificado.....	12
Tabla 2. - Comportamiento de la problemática.....	13
Tabla 3. - Herramienta de actores involucrados	15
Tabla 4. - Análisis FODA.....	16
Tabla 5. - Estrategias Institucionales	17
Tabla 6. - Marco Estratégico Institucional	21
Tabla 7. – Matriz de Resultados Estratégicos	22
Tabla 8. – Matriz de resultados intermedios	22

Información de la institución

La Dirección de Prensa del Presidente (DPP) es una entidad creada mediante el Decreto No. 542-21 con el objetivo de optimizar la coordinación y ejecución de las estrategias de comunicación del Presidente de la República. Antes de su establecimiento, la gestión de la información gubernamental se encontraba dispersa entre distintas dependencias, lo que generaba una duplicidad de funciones y una falta de coherencia en la comunicación oficial.

En el marco de los principios constitucionales de eficacia, jerarquía, objetividad, igualdad, transparencia, economía, publicidad y coordinación, el Poder Ejecutivo consideró necesario reorganizar la estructura comunicacional del Gobierno. Como resultado, se eliminó la Dirección de Comunicaciones (DICOM) y la Dirección de Información, Análisis y Programación Estratégica (DIAPE), y se crearon dos nuevas entidades: la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental (DIECOM) y la Dirección de Prensa del Presidente (DPP) con funciones claramente definidas y diferentes en función de los objetivos que dieron lugar a su creación.

La Dirección de Prensa del Presidente (DPP) tiene la responsabilidad de gestionar la comunicación oficial relacionada directamente con el quehacer diario del Presidente de la República. Su labor principal es garantizar una información clara, precisa y oportuna sobre las actividades, discursos, declaraciones y decisiones del mandatario. A través de una estrategia comunicacional alineada con la política gubernamental, la DPP busca fortalecer la transparencia y mantener informada a la sociedad sobre la gestión presidencial.

Esta dirección opera bajo un esquema de trabajo que prioriza la eficiencia y evita la superposición de funciones con otras dependencias. Su accionar está basado en una línea comunicacional unificada que responde a la necesidad de brindar información veraz y accesible a la ciudadanía, fortaleciendo el vínculo entre el Gobierno y la población.

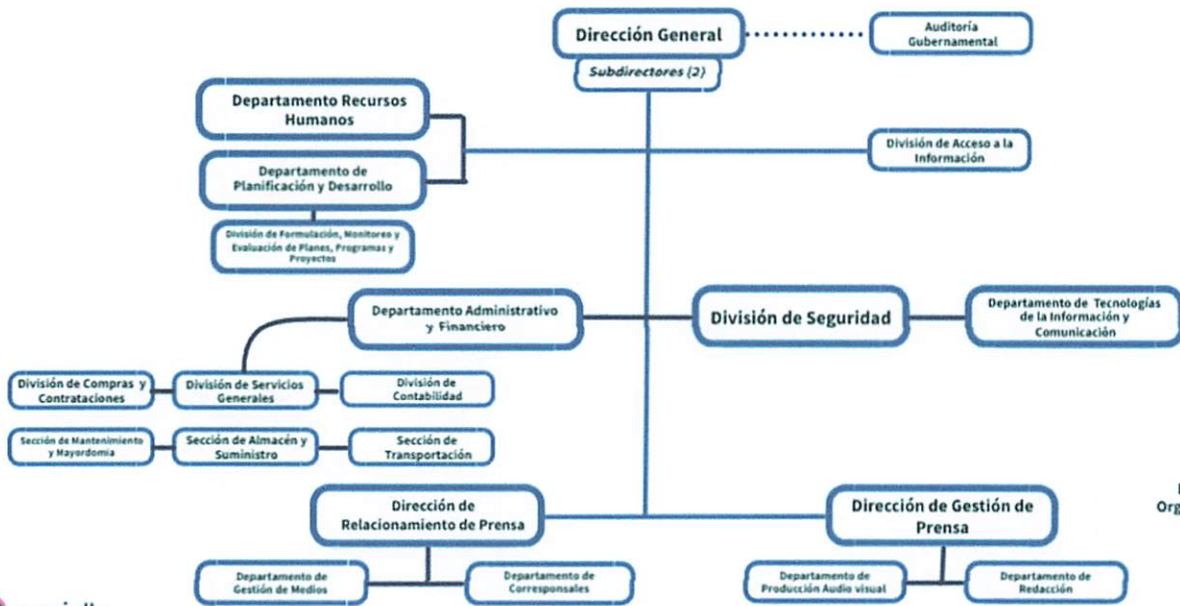
La misión de la institución se ejecuta a través de las Direcciones de Gestión de Prensa, encargada de la cobertura de todas las ejecutorias del presidente para que mediate la recolección de las informaciones pertinentes y las fotos y videos produzcan un material de prensa preciso y oportuno de estas actividades y la Dirección de Relacionamiento de Prensa que se encarga de difundir este material de prensa de calidad producido a través de los medios tradicionales y/o alternativos a nivel nacional para asegurar la debida comunicación entre el presidente y los ciudadanos a quienes es su deber rendirles cuenta, así como, en las redes sociales institucionales, portal institucional, grupos de interesados, por ejemplo, periodistas, entre otros.

Estructura Organizativa

Ilustración I. – Organigrama Institucional

Ministerio Administrativo
de la Presidencia

Organigrama de la Dirección de Prensa del Presidente




REPÚBLICA DOMINICANA
PRESIDENCIA DEL PRESIDENTE
Dirección de Diseño
Organizacional Abril 2023

Presentación

La Dirección de Prensa del Presidente (DPP) ha desarrollado un plan estratégico para el período 2025-2028, definiendo sus objetivos y prioridades con el propósito de fortalecer la comunicación institucional y garantizar el acceso oportuno a la información sobre la gestión presidencial. Este plan está alineado con las políticas del gobierno actual y orientado a consolidar una comunicación efectiva y transparente con la ciudadanía.

El enfoque de la DPP se basa en la importancia de ofrecer información precisa y confiable, promoviendo un vínculo sólido entre la Presidencia y la sociedad. A través de estrategias bien estructuradas, se busca mejorar los mecanismos de difusión de los mensajes presidenciales, aprovechando diversos canales para ampliar su alcance y efectividad.

Este plan estratégico establece acciones clave para optimizar la gestión comunicacional, utilizando herramientas digitales y métodos innovadores para fortalecer la interacción con la ciudadanía. Asimismo, se prioriza la implementación de iniciativas que fomenten el acceso a la información pública y refuercen la confianza en la administración gubernamental.

Con este marco de trabajo, reafirma su compromiso de mejorar sus procesos de comunicación y garantizar que la población esté informada de manera veraz y accesible sobre las acciones y decisiones del Presidente de la República.

Introducción

El presente Plan Estratégico Institucional (PEI) de la Dirección de Prensa del Presidente (DPP) establece la hoja de ruta para la gestión de la comunicación gubernamental en el período 2021-2024. Enmarcado dentro de los principios constitucionales y las normativas vigentes, este plan tiene como objetivo garantizar una comunicación transparente, accesible y oportuna sobre las acciones del Presidente de la República, contribuyendo a la rendición de cuentas y fortaleciendo la confianza de la ciudadanía en las instituciones del Estado.

Este documento responde a un marco normativo que incluye la Constitución de la República Dominicana, la Ley 41-08 de Función Pública, la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información Pública, la Ley 340-06 de Compras y Contrataciones y la Ley 01-12 sobre la Estrategia Nacional de Desarrollo, entre otras regulaciones que promueven la transparencia, la eficiencia y la participación ciudadana. Asimismo, se fundamenta en el Decreto 542-21, que establece la creación de la DPP y define sus atribuciones para la gestión de las comunicaciones del Poder Ejecutivo.

En el contexto de la administración 2020-2024, el Gobierno ha impulsado la modernización del aparato estatal bajo la política de “Hacia un Estado Moderno e Institucional”, orientada a la eficiencia y racionalización de recursos. La DPP se alinea con esta estrategia, priorizando el fortalecimiento del acceso a la información pública, el control interno y la rendición de cuentas, contribuyendo así a la mejora del Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) y al cumplimiento del ODS 16.6, que busca crear instituciones eficaces y transparentes.

El presente PEI refleja el compromiso de la Dirección de Prensa del Presidente de comunicar de manera objetiva y efectiva las ejecutorias del mandatario, asegurando que la ciudadanía reciba información veraz y sustentada. A través de una estrategia integral de difusión, basada en medios tradicionales y digitales, se busca superar las limitaciones en la cobertura de las actividades presidenciales y consolidar una comunicación gubernamental alineada con las mejores prácticas internacionales.

Informaciones Generales

Marco normativo

Constitución de la República Dominicana

Establece el marco legal y los principios fundamentales que rigen el Estado y la sociedad. Buscando garantizar los derechos y libertades de los ciudadanos, promover la justicia, la igualdad, y la democracia, y regular la organización del poder Público. La Dirección de Prensa del Presidente tiene la responsabilidad de asegurar que la comunicación del gobierno sea transparente y accesible, en consonancia con los principios establecidos en la Constitución Dominicana

Artículo 49 de la Constitución. -Establece el derecho de acceso a la información y la obligación del Estado de garantizar la transparencia en su gestión.

Ley 41-08 sobre Función Pública

Tiene como objetivo principal regular el ejercicio de la función pública, estableciendo un marco normativo que garantice la transparencia, la eficiencia y la ética en la administración pública. La responsabilidad de la Dirección de Prensa del Presidente en relación con la Ley 41-08 de Función Pública se centra en promover la transparencia y la ética en la administración pública.

Artículo 6. - Establece que los servidores públicos deben actuar con "transparencia, responsabilidad y ética" en su desempeño. La Dirección de Prensa debe comunicar de manera clara y accesible las acciones y políticas del gobierno, garantizando que la información sobre la gestión pública sea veraz y oportuna. Esto contribuye a fortalecer la confianza ciudadana en las instituciones y a asegurar que los servidores públicos rindan cuentas de su actuación. Así, la Dirección juega un papel crucial en la promoción de los principios establecidos por la Ley de Función Pública.

Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información Pública

La institución debe garantizar el derecho de los ciudadanos a acceder a la información pública. La Dirección de Prensa del Presidente tiene el deber de poner a disposición del ciudadano la información relacionada a las ejecutorias del presidente, de manera veraz, clara y oportuna.

Ley 340-06 sobre Compras y Contrataciones

Regula las compras y contrataciones de bienes, servicios y obras del Estado en la República Dominicana, tiene como objetivo principal establecer un marco normativo que garantice la transparencia, la eficiencia y la equidad en los procesos de adquisición y contratación pública. La responsabilidad de la Dirección de Prensa del Presidente en relación con la Ley 340-06 de Compras y Contrataciones Públicas se centra en garantizar la transparencia y la correcta comunicación sobre los procesos de adquisición del Estado.

Ley 01-12, sobre Ley orgánica de la Estrategia Nacional de Desarrollo

Promueve un desarrollo sostenible e inclusivo en el país. Busca crear un marco institucional para planificar y coordinar las políticas públicas a largo plazo, alineando esfuerzos en diversas áreas como la economía, la educación, la salud y el medio ambiente. Además, fomenta la participación de la sociedad civil en el proceso de desarrollo y establece mecanismos de seguimiento y evaluación para garantizar la efectividad de las estrategias implementadas. En esencia, busca transformar el país hacia un futuro más equitativo y sostenible. La responsabilidad de la Dirección de Prensa del Presidente en relación con la Ley 01-12, sobre la Ley Orgánica de la Estrategia Nacional de Desarrollo, se encuentra en el marco de promover la transparencia y la participación ciudadana en el desarrollo nacional.

Artículo 4 de esta ley. - Establece que uno de sus objetivos es "promover la participación de la sociedad civil en la formulación y ejecución de las políticas de desarrollo". La Dirección de Prensa debe asegurar que la información sobre las estrategias de desarrollo y las acciones del gobierno sea comunicada de manera clara y accesible, facilitando el acceso a la ciudadanía y fomentando su involucramiento en estos procesos. Esto implica también garantizar que las acciones del gobierno estén alineadas con los principios de la Estrategia Nacional de Desarrollo, contribuyendo así a una comunicación efectiva y transparente.

Decreto 542-21 que crea la Dirección de Prensa del Presidente

Cuyo objetivo es mejorar la comunicación institucional del gobierno. Esta Dirección se encarga de coordinar y gestionar la información oficial, así como de asegurar una comunicación efectiva entre el presidente y la ciudadanía.

Artículo 6. - Crea a la Dirección de Prensa del Presidente, otorgándoles las funciones que debe cumplir, gestionar las acciones comunicacionales del presidente de la República e informar sobre las actividades del Presidente.

Decreto 416-23 reglamento de aplicación de la Ley de Compras y Contrataciones

Busca modernizar y fortalecer los procesos de adquisición de bienes, servicios y obras del Estado. Busca garantizar la transparencia, la eficiencia y la competitividad en las contrataciones, promoviendo prácticas que prevengan la corrupción y fomenten la participación equitativa de proveedores. Además, el decreto establece mecanismos de control y rendición de cuentas, asegurando que los recursos públicos sean utilizados de manera responsable y en beneficio de la ciudadanía. En relación con la Dirección de Prensa del Presidente.

Artículo 5. - Enfatiza la importancia de la comunicación y la divulgación de información sobre los procesos de contratación pública. Este artículo establece que la información sobre las contrataciones debe ser accesible y debe ser difundida de manera clara y oportuna, lo que implica

que la Dirección de Prensa tiene la responsabilidad de asegurar que esta información llegue a la ciudadanía.

Decreto 1-24 que regula la publicidad oficial

Regula la publicidad oficial en la República Dominicana, estableciendo principios y normativas que garanticen la transparencia, la equidad y el uso eficiente de los recursos públicos. Busca asegurar que la información difundida sea veraz, pertinente y accesible para la ciudadanía, promoviendo así el derecho a la información y la rendición de cuentas del gobierno. El Decreto 1-24, que regula la publicidad oficial en la República Dominicana, establece varias responsabilidades que la Dirección de Prensa del Presidente debe cumplir.

Artículo 4. -Menciona que la publicidad oficial debe ser informativa, veraz y oportuna, y debe contribuir al derecho de la ciudadanía a estar informada sobre las acciones del gobierno.

Diagnostico Contextual

A partir de la visión de la gestión 2020-2024, el gobierno ha demostrado un enorme interés en el aparato administrativo mediante el establecimiento y la continuación de la política de “Hacia un Estado Moderno e Institucional” en donde se racionalice, eficiente y transparente el uso de los recursos de los ciudadanos, se elimine la burocracia, separación y fusión de instituciones para mejorar los procesos, entro otras medidas.

Para ello la institución ha alineado su planificación estratégica en esta política, alineada al Objetivo General 1.1 “Administración pública eficiente, transparente y orientada a resultados” de la Estrategia Nacional de Desarrollo, donde se priorizó el objetivo específico 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” , a la línea de acción 1.1.1.3 “Fortalecer el sistema de control interno y externo y los mecanismos de acceso a la información de la administración pública, como medio de garantizar la transparencia, la rendición de cuentas y la calidad del gasto público” y al ODS 16.6 “Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas” para contribuir al resultado de aumentar el índice de percepción de la corrupción.

El índice de Percepción de la Corrupción (IPC) es formulado por la organización no gubernamental “Transparencia Internacional” que se encarga de promover medidas contra crímenes corporativo y corrupción política a nivel mundial. La Republica Dominicana ha presentado una evolución en este índice de 2,8 a 3,5 puntos (donde 0 implica la existencia de mucha corrupción y 10 ausencia de corrupción) en un lapso de cuatro años, denotando el impacto positivo de la administración pública en materia de combate de la corrupción y fomento de la transparencia mediante la comunicación veraz, oportuna y precisa de las ejecutorias que realiza la máxima figura del gobierno, el presidente.

Tabla 1. - Evolución del resultado PNPSP identificado

Resultado	Indicador del problema	2019	2020	2021	2022	2023
Aumentada la transparencia en las instituciones del Estado	Índice de Percepción de la Corrupción (IPC)	28	28	30	32	35
	Tasas de variación	N/A	0,00%	7,14%	6,67%	9,38%

Tabla 2. - Comportamiento de la problemática

Problema	Indicador del problema	2019	2020	2021	2022	2023	Promedios
Limitada difusión de las actividades presidenciales	Cantidad de colocaciones	N/A	N/A	N/A	1226	1446	1336
	Tasas de variación	N/A	N/A	N/A	N/A	17,94%	17,94%

El Estado Dominicano tiene el deber de iniciar con las acciones de transparencia desde la punta del iceberg; la Dirección de Prensa del Presidente tiene el deber para con los ciudadanos de comunicar las ejecutorias de su presidente de manera objetiva, eficiente, veraz y transparente. Todos los avances de obras, actividades, proyectos y programas que han sido planificados, ejecutados y presentados por el presidente, la DPP está sujeta a realizar su debida cobertura e informarla a los ciudadanos a través de medios tradicionales y/o alternativos a través de noticias sustentadas con el debido material audiovisual que represente adecuadamente estos eventos, manteniendo lazos estrechos con los medios de comunicación para contribuir a una correcta rendición de cuentas.

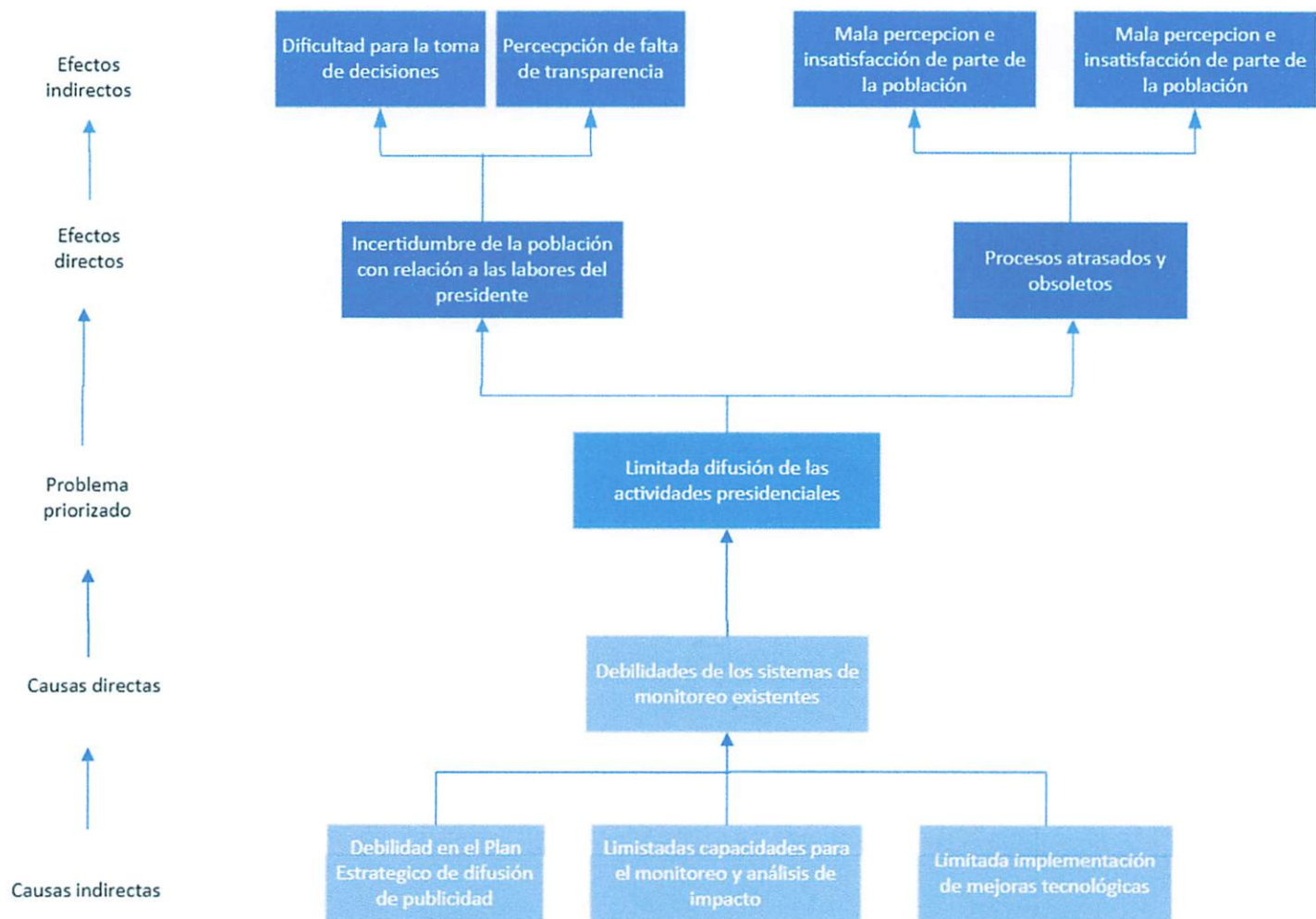
Identificado el problema de:

- Limitada difusión de las actividades presidenciales.

Una vez detectado el problema priorizado se procedió a realizar un análisis introspectivo sobre qué causa o podría causar este problema, desarrollando herramientas de causa raíz fortaleciendo el conocimiento que se tiene de la problemática para poder realizar una analítica mas profunda y acertada a la hora de realizar acciones de planificación y ejecución. La institución tiene el compromiso de fortalecer los sistemas de monitoreo de publicidad mediante la recopilación efectiva de datos relevantes que sirvan de insumo para detectar oportunidades de mejora en cuanto a los métodos y herramientas que se emplean para la divulgación de la información en una sociedad que crece exponencialmente en términos de desarrollo, tecnología y población. Concretizar el sistema de mejora continua de los servicios que ofrece la institución permitirá satisfacer ambas partes, la fuente de información quien es el Presidente, satisfaciendo su deber de rendir cuentas al pueblo que lo ha elegido y de la sociedad dominicana con su derecho de conocer qué acciones realiza el principal funcionario publico que ha elegido para tomar las mejores decisiones en favor del beneficio colectivo.

No obstante, se analizaron los posibles efectos tanto directos como indirectos que podría provocar la falta de acción en la problemática. Habiendo realizado un análisis histórico, contextual y global de la problemática institucional, la Dirección de Prensa del Presidente ha planteado su Plan Estratégico Institucional para el periodo 2025-2028.

Ilustración 2. - Árbol de problemas



Diagnostico Institucional

Para la elaboración de este plan, se realizó un análisis de las instituciones que intervienen directa e indirectamente en el proceso de la comunicación presidencial. Sumado a esto, se utilizó la herramienta FODA para determinar los factores tanto internos como externos que impactan la operatividad de la institución.

Al finalizar la consolidación de este análisis en una tabla, se procedió a expresar las diversas estrategias formuladas con el fin de cultivar una cultura de mejora continua en la institución.

Análisis de actores involucrados

Tabla 3. - Herramienta de actores involucrados

Actor	Tipo	Rol	Nivel de Relacionamiento	Análisis Estratégico
Ministerio Administrativo de la Presidencia	Público	Como institución sombrilla de la Dirección de Prensa del Presidente	Alto	Dicta las directrices para alinear los objetivos institucionales
Dirección de Prensa del Presidente	Público	Como responsable de llevar a cabo la cobertura y la difusión de las ejecutorias del presidente	Alto	Responsable de la ejecución de las estrategias para alcanzar los objetivos
Dirección General de Presupuesto (DIGEPRES)	Público	Como responsable del seguimiento de las ejecuciones físico-financieras	Medio	Suministra el presupuesto y evalúa la ejecución para la consecución de objetivos
Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental	Público	Como responsable de la información provisión de calidad para los usuarios	Medio	Vela por la correcta transparencia de las acciones institucionales
Oficina Gubernamental de Tecnologías de la Información y Comunicación (OGTIC)	Público	Como responsable del seguimiento y acompañamiento de la implementación de nuevas tecnologías en los procesos de las instituciones del Estado	Medio	Fundamental para asesorar, monitorear y asegurar el correcto desempeño tecnológico de la institución

Análisis FODA y las estrategias institucionales

Tabla 4. - Análisis FODA

Ambiente Interno:	
Fortalezas	Debilidades
1- Recursos humanos con experiencia y enfoque a resultados	1- Falta de presupuesto para mejoras de procesos internos
2- Infraestructura física	2- Limitada disponibilidad de recursos humanos para correcto desempeño de las labores
3- Calidad en el cumplimiento normativo y de los procesos operativos propios de la institución	3- Debilidad en los procesos de levantamiento y elaboración de manuales de políticas y procedimientos institucionales
4- Sistema óptimo y ágil de colocación en medios de comunicación a nivel nacional	4- Debilidad en el sistema de monitoreo de colocaciones
5- Reconocimiento al mérito del desempeño de los servidores de la institución	5- Inexistencia de acuerdo de confidencialidad para evitar la fuga de información sensible
6-Disponibilidad Presupuestaria para la operatividad de la Institución	6- Recursos tecnológicos disponibles no explotados
7-Disponibilidad de la información a través de página web y redes Institucionales	
8- Reconocimiento institucional	
9- Plan de contingencia y respaldo de información para la continuidad operativa en caso de incidentes.	
10 -Infraestructura tecnológica adecuada para realizar los procesos institucionales	
Ambiente externo:	
Oportunidades	Amenazas
1- Implementación de la modalidad remota y semi presencial	1- Ataques cibernéticos en sistemas gubernamentales que pueden generar pérdida, manipulación o hurto de información confidencial y/o usurpación de identidad
3-Disponibilidad en el mercado de equipos, herramientas y sistemas tecnológicos que efficienten la operatividad y garanticen la seguridad de la información	2- Reducción de las asignaciones presupuestarias
4- Apertura de los medios de comunicación en la recepción y publicación de contenido gubernamental	3- Obsolescencia tecnológica debido al rápido desarrollo de las tecnologías
6- Disponibilidad de implementar transformación digital.	4- Difusión de noticias falsas de fuentes no oficiales

Ambiente externo:	
Oportunidades	Amenazas
7- Ampliación de catálogos de beneficios colaterales	5- Aumento de la demanda de información
8- Impulsar el desarrollo de las redes sociales institucionales.	
9- Fortalecimiento institucional por medio de acuerdos interinstitucionales.	

Tabla 5. - Estrategias Institucionales

Estrategias FO		Estrategias DO	
FO1	Diseñar un plan de transformación digital enfocado en la automatización de procesos críticos, con respaldo adecuado para garantizar la continuidad operativa incluso ante incidentes.	DO1	Desarrollar acuerdos de confidencialidad como parte de políticas de seguridad organizacional alineadas a las medidas de ciberseguridad, como protocolos de autenticación, cifrado de datos y capacitación del personal sobre riesgos digitales.
FO2	Crear campañas digitales para promover una cultura organizacional positiva y atraer la atención pública hacia los éxitos alcanzados, impulsando la reputación y el compromiso de la institución.	DO2	Automatizar procesos repetitivos utilizando herramientas digitales de bajo costo.
FO3	Aprovechar la disponibilidad de la información a través de redes sociales y página web para generar acuerdos con los medios de comunicación.	DO3	Desarrollar un área de la intranet para gestionar y actualizar políticas y procedimientos en tiempo real, facilitando la colaboración de las áreas involucradas.
FO4	Crear un programa integral de beneficios que recompense a servidores, fomentando la lealtad institucional y mejorando el clima organizacional.	DO4	Diseñar e implementar herramientas de monitoreo empleando tecnologías que permitan precisar y eficientizar estos procesos.
FO5	Formalizar acuerdos interinstitucionales que permitan compartir mejores prácticas, infraestructura y capacitación, consolidando el reconocimiento institucional como referente en el sector.	DO5	Diseñar campañas que optimicen los recursos disponibles mediante el uso de medios gratuitos o de bajo costo y alianzas estratégicas con los medios de comunicación para difundir contenido de alto impacto social.

Estrategias FO		Estrategias DO	
Estrategias FA		Estrategias DA	
FA 1	Implementar sistemas robustos de ciberseguridad y realizar auditorías periódicas con el apoyo de entes reguladores para garantizar el cumplimiento de estándares.	DA 1	Implementar de manera inmediata acuerdos de confidencialidad para el personal y medidas de prevención.
FA 2	Establecer un sistema de trabajo híbrido, reduciendo costos operativos y maximizando la productividad del personal capacitado.	DA 2	Priorizar las implementaciones de mejoras digitales factibles en el corto plazo con alta relación costo-beneficio para hacer frente ante cualquier reducción de presupuesto.
FA 3	Implementar un programa de renovación tecnológica gradual que priorice la actualización de sistemas críticos. Priorizando herramientas accesibles y flexibles que permitan adaptarse a los cambios tecnológicos sin grandes costos recurrentes.	DA 3	Implementar herramientas digitales para la reorganización y realización de las tareas y descongestionar la carga de trabajo del personal disponible.
FA 4	Fortalecer la presencia en redes sociales y medios oficiales mediante campañas proactivas de información verificada y clara e implementar un sistema de monitoreo de medios para detectar noticias falsas a tiempo y emitir comunicados oficiales con prontitud.	DA 4	Priorizar la elaboración de manuales y políticas que incorporen lineamientos para la actualización tecnológica periódica.
FA 5	Implementar chatbots en la página web y WhatsApp para responder consultas frecuentes.	DA 5	Capacitar al equipo en prácticas de protección de datos sensibles y controles básicos como el uso de contraseñas seguras, accesos restringidos y copias de seguridad.
FA 6	Establecer un plan de digitalización de procesos para eficientizar los procesos y maximizar los resultados del capital humano.	DA 6	Desarrollar un plan de contingencia para proteger los sistemas ante ataques cibernéticos, incluyendo la firma de acuerdos de confidencialidad y un sistema básico de monitoreo en tiempo real.

Marco Estratégico Institucional

Misión

Garantizar la difusión de información veraz y oportuna a través de notas de prensa y materiales audiovisuales, dirigidos tanto a medios nacionales e internacionales como a la población en general, sobre las acciones del Presidente de la República y sus funcionarios.

Visión

Ser reconocidos como un referente en la gestión comunicacional gubernamental, destacados por informar de manera veraz, oportuna y visualmente acertada, estableciendo relaciones positivas con la ciudadanía mediante un enfoque estratégico, innovador y transparente que destaca al gobierno como un actor comprometido con su bienestar.

Valores

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 a través de nuestro portal de transparencia institucional.

Innovación

Tomamos en cuenta las necesidades de las nuevas generaciones, futuros usuarios, sin olvidar 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.

Estrategias Institucionales Priorizadas

Según la ponderación realizada durante en análisis de estrategias, resultaron priorizadas las siguientes estrategias:

- ❖ Diseñar e implementar herramientas de monitoreo empleando herramientas tecnológicas que permitan precisar y efficientizar estos procesos.
- ❖ Diseñar campañas que optimicen los recursos disponibles mediante el uso de medios gratuitos o de bajo costo y alianzas estratégicas con los medios de comunicación para difundir contenido de alto impacto social.
- ❖ Fortalecer la presencia en redes sociales y medios oficiales mediante campañas proactivas de información verificada y clara e implementar un sistema de monitoreo de medios para detectar noticias falsas a tiempo y emitir comunicados oficiales con prontitud.
- ❖ Diseñar un plan de transformación digital enfocado en la automatización de procesos críticos, con respaldo adecuado para garantizar la continuidad operativa incluso ante incidentes.
- ❖ Establecer un plan de digitalización de procesos para efficientizar los procesos y maximizar los resultados del capital humano.
- ❖ Capacitar al equipo en prácticas de protección de datos sensibles y controles básicos como el uso de contraseñas seguras, accesos restringidos y copias de seguridad.

Información general sobre los resultados priorizados y sus alineaciones.

El Plan Estratégico Institucional ha sido alineado al Plan Nacional del Sector Público enfatizando la política de institucionalidad eficiente y democrático siguiendo el compromiso de la Gestión de Gobierno 2024-2028 con la transparencia, eficiencia y combate contra la corrupción que permite desarrollar una Administración Pública que satisfaga al ciudadano en todos los sentidos.

Para cumplir con la misión gubernamental e institucional, se ha formulado el eje estratégico de “Comunicación Presidencial” cuyo objetivo es cubrir y difundir con veracidad, claridad y prontitud todas las actividades encabezadas por el Presidente de la República a través de los medios de comunicación tradicionales y/o alternativos, de manera que se divulguen y conozcan las metas, avances y logros en obras y acciones durante su gestión; obteniendo el resultado estratégico priorizado de “Aumentada la transparencia de las ejecutorias del Presidente y sus funcionarios mediante las órdenes de colocación en medios de comunicación tradicionales y alternativos ”, contribuyendo a mejorar la percepción de la corrupción por parte de la sociedad.

Tabla 7. – Matriz de Resultados Estratégicos

Resultado Estratégico	Indicador	Línea Base		Meta del indicador			
		Año	Valor	año1	año2	año3	año4
Aumentada la transparencia de las ejecutorias del Presidente y sus funcionarios mediante las órdenes de colocación en medios de comunicación tradicionales y alternativos de 1,583 órdenes en el 2025 a 2,374 en el 2028	Cantidad de colocaciones	2023	1446	1534	1741	1979	2374

Tabla 8. – Matriz de Resultados Intermedios

Denominación	Indicador	Línea Base		Meta del indicador			
		Año	Valor	año1	año2	año3	año4
Mejorado el sistema de monitoreo de un 0% en 2025 a un 100% en 2027	Porcentaje de mejora de los sistemas de monitoreo	N/A	N/A		25%	50%	75%
Mejorado los procesos implementando el plan de digitalización de 0% en 2025 a un 100% en 2027	Porcentaje de implementación del plan de digitalización	N/A	N/A			75%	100%

Para esto, se tiene el compromiso de cubrir la totalidad de las actividades presidenciales con el personal mejor calificado para levantar el material de prensa de calidad que se difundirá a través de los canales dispuestos a toda la sociedad dominicana con acceso a medios tradicionales y/o alternativos. Implementando una cultura de mejora continua en los sistemas y procesos internos que permitan mejorar la experiencia del usuario a través del tiempo.

Para lograr este resultado estratégico se estableció como producto “colocaciones de publicidad” que sintetiza todo el accionar de las áreas misionales institucionales para cumplir con la misión de la institución. Durante la ejecución de este producto es crucial obtener resultados intermedios que permitan mejorar la calidad del producto, por lo que también se ha planeado la ejecución de un plan de mejora de los sistemas de monitoreo y un plan de mejora de procesos internos, destacando el compromiso con los servicios que recibe el ciudadano.

El seguimiento y monitoreo del producto estratégico se realiza de manera trimestral por medio de los informes de ejecución físico-financiera y los informes de monitoreo del POA, además de que anualmente se realiza el informe del seguimiento del PEI con el objetivo de realizar la detección de los focos de mejora que impactan el producto de manera negativa implementar acciones preventivas y correctivas que disminuyan los riesgos que puedan intervenir en el logro de las metas trazadas.

Tabla 6. - Marco Estratégico Institucional

Eje Estratégico	Resultado Estratégico	Resultado Intermedio	Producto Estratégico
Comunicación Presidencial	Aumentada la transparencia de las ejecutorias del Presidente y sus funcionarios mediante las órdenes de colocación en medios de comunicación tradicionales y alternativos de 1,534 órdenes en el 2025 a 2,374 en el 2028	Mejorado el sistema de monitoreo de publicidad	Colocaciones de publicidad
		Mejorada la digitalización y automatización de los procesos	

Firmas

Aprobado por:



Daniel García Archibald

Director General



Revisado por:

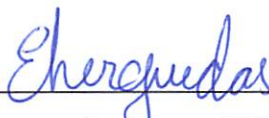


Rafael de la Cruz

Encargado Departamento de Planificación y Desarrollo



Elaborado por:



Emmanuel Herguedas

Encargado División de Formulación, Monitoreo y Evaluación de Planes, Programas y Proyectos

