



# I. RESUMEN EJECUTIVO

---

## MEMORIAS 2020

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 @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 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.

