

DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL

EQUIPO DE PERITOS

INFORME PERICIAL:

Necesidad precisa de un sistema integrado de comunicación estratégica gubernamental

PRESENTACION DE RESULTADOS EN TEMAS DE:

Fundamentos de contratación de un servicio que funcione como un "sistema integrado de comunicación estratégica gubernamental en Asesoría integral. Manejo de medios y Estrategias de comunicación, dada la centralización de funciones de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental frente a la contratación por excepción.

Elaborado y presentado por:
Equipo de peritos



Cornelio Nolasco
Perito



Gregory Olivero
Perito



Melissa Martínez
Perito

DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL

EQUIPO DE PERITOS

INFORME PERICIAL:

Necesidad precisa de un sistema integrado de comunicación estratégica gubernamental

PRESENTACION DE RESULTADOS

Elaborado y presentado por:
Equipo de peritos

Octubre. -2021
Distrito Nacional, Santo Domingo de Guzmán, República Dominicana

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
JUSTIFICACIÓN DE LA CREACIÓN DEL SISTEMA INTEGRADO	6
Terciarización del Sistema Integrado de Comunicación	6
Tipo proveedor idóneo	6
MARCO CONCEPTUAL	8
Fundamento del Sistema Integral	8
CAPACIDADES TÉCNICAS	10
Calidad técnica	10
Competencias básicas del suplidor de comunicación integral	10
Competencias técnicas-científicas	11
Productos esperados	11
CAPACIDAD ESPECIAL O DETERMINANTE	12
Imposibilidades	12
Imposibilidades materiales o de hecho	12
Imposibilidades jurídicas	12
Imposibilidades de razones de estado	12
Confianza y confidencialidad	12
Factores de confianza	13
GARANTÍA DE LA CALIDAD	15
CONCLUSIÓN	16
BIBLIOGRAFÍA	17

INTRODUCCIÓN

En el año 2012 se crea por decreto la Dirección General de comunicación, institución que tenía la responsabilidad: gestionar las necesidades de comunicación de la Presidencia, monitorear el Sistema de comunicación Gubernamental (SISCOM) y promover entre los ciudadanos las políticas desarrolladas desde el estado dominicano. El valor principal de dicha creación era la creencia de que el estado tiene la responsabilidad de informar y educar, como parte esencial del ejercicio de poder (ver Decreto 490-12). En el año 2021, el Presidente Luis Abinader crea la **Dirección de Estrategia Y Comunicación Gubernamental**, motivado en unificar la coordinación y ejecución de las tareas de comunicación de la Presidencia que se encontraban dispersas en varias entidades: La Dirección de Información, Análisis y Programación Estratégica de la Presidencia (DIAPE) y la Dirección General de Comunicación (DICOM). Las funciones básicas de la **Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental**, entre otras, serían: planificación, organización; ejecución y evaluación de las estrategias gubernamentales; la interacción con la población; promover las decisión y medidas ejecutadas por el gobierno central; coordinar el sistema de comunicación del estado dominicano; dar seguimiento a los principales acontecimientos nacionales. (ver Decreto 542-21).

Con la creación de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental se generan necesidades financieras y administrativas dentro de la institución, las cuales buscaran ser satisfechas a través de la tercerización de los procesos y servicios de comunicación que se sirven al Poder Ejecutivo y al estado dominicano. Con esto se abre un espacio de búsqueda de oferentes de sistema integrado de comunicación estratégica que estén perfilados bajos los parámetros de responsabilidad, eficiencia y calidad con la que se espera opere esta nueva entidad gubernamental.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La creación de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental trae consigo nuevos retos para los incumbentes o equipo directivo que asume la dirección de la entidad y lo hacen en un momento, donde por la naturaleza de la centralización de funciones trae como consecuencia la multiplicidad de actividades en el campo de la comunicación; en este sentido, la ejecutoria de estas acciones desde una institución estatal sería una carga administrativa y financiera difícil de manejar para el estado dominicano, dada la perfilación especializada del capital humano que desempeñe estas funciones, los costos individuales que demandaría este tipo de actividad por honorarios y logísticas necesarias para que los recursos humanos que participen en los procesos puedan desempeñar sus funciones con calidad y eficiencia en el tiempo previsto. A estas dificultades que, indiscutiblemente se convierte en una problemática de “nudos administrativos de facturación”, habría que agregar el hecho de que los procesos para reclutar esos perfiles, la carga administrativa y financiera y los tiempos que implicaría la subcontratación de empresas e instituciones colaboradoras (publicitarias, diarios, estaciones de radio, estaciones televisoras, programas radiales, televisivos y difundidos por redes sociales, community managers, influencers, talentos, entre otros); resultan incompatibles con la necesaria eficiencia estatal y específicamente de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental.

JUSTIFICACIÓN DE LA CREACIÓN DEL SISTEMA INTEGRADO

Terciarización del Sistema Integrado de Comunicación

En base a los problemas antes planteados, cuando las entidades se enfrentan a este tipo de retos una de las opciones más recurrentes para encarar estos temas es la terciarización, externalización de servicios u outsourcing. Romero (2003 p. 5) plantea *“el outsourcing se ha venido desarrollando antes las nuevas necesidades empresariales por disminuir costos y a la vez aumentar la eficiencia en el mercado, como un todo; y con ello incrementar los beneficios de acuerdo con la ecuación costo-beneficios”*. También, Angües (2015, p. 8) plantea, *“Outsourcing es una decisión estratégica que implica la contratación de determinadas actividades no estratégicas o procesos de negocio necesarios para la fabricación de bienes o el suministro de servicios mediante acuerdos o contratos con empresas de alta capacidad para que se encarguen de dichas actividades o procesos, con el fin de mejorar la ventaja competitiva”*.

La creación de La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental obedece aun necesidad muy puntual del estado dominicano de ***“sostener una comunicación franca y abierta con la población nacional, empezando por la capacidad de comunicación de la propia Presidencia de la República, aunque haciéndola extensiva a todos los entes y órganos que componen el Poder Ejecutivo”***. Siendo así, se considera de urgente necesidad la contratación de un **Servicio Integrado de Comunicación Estratégica** con **capacidades técnicas múltiples** que dé soluciones integrales de comunicación a esa multiplicidad de perfiles tecni-científico y viabilice los productos esperados en tiempo oportuno.

En efecto, para cumplir dicho objetivo se requiere que la entidad(es) cuente(n) con un radio de acción nacional y una disponibilidad de veinte y cuatro horas al día, el **monitoreo constante** de los principales eventos acontecidos en la geografía nacional, más los eventos internacionales que afecten de algún modo el sosiego, la estabilidad mental de la población o de alguna manera impacten negativamente la economía local, la difusión del pensamiento unificado de los principales decisores del organigrama estatal, el espíritu de las ejecutorias del estado, la intencionalidad de las acciones estatales, las ejecutorias de los planes del gobierno a corto, mediano y largo plazo, las reacciones de la población antes las diferentes medidas adoptadas desde el estado, las reacciones de la población ante hechos surgidos en el día a día de la vida nacional, entre otras.

Tipo proveedor idóneo

Basados en estos planteamientos, la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental requiere de proveedores excepcionales con capacidades técnicas múltiples, que le ofrezcan a la entidad los servicios de un sistema integrado de comunicación estratégico, esto sustentado en el artículo 6 de la ley 340 y en el

reglamento 543-12, sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, en el artículo 3.4, por la naturaleza y la sensibilidad de las informaciones con la cual tendrán interacción dichos suplidores y en base a las cuales el estado dominicano tomara decisiones que pueden ser consideradas de seguridad nacional. La externalización de estos servicios, facilitaran que la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental pueda dar respuestas de forma más eficiente en menor cantidad de tiempo, también implicaría una reducción significativa en gastos financieros y administrativos, reducción de costos en la búsqueda y contratación de capital humano y suplidores menores, mayor capacidad de respuestas ante el Ejecutivo, mayo capacidad de respuesta ante la opinión públicas, mayor capacidad de previsión de las necesidad de información de la población, mayor capacidad de respuestas antes las crisis que puedan surgir en un momento dado, entre otros beneficios más.

Dichas proveedores deberán contar también con experiencia evidenciable en todas las áreas de la comunicación institucional, además de experiencia evidenciable en relaciones con agencias publicitarias medios de comunicación tradicionales y digitales, subcontratación de servicios de comunicación, también, se asignara una mayor valoración a aquellos suplidores que puedan evidenciar que poseen certificaciones internacionales, servicios o plataforma de monitoreo locales o internacionales y, deben cumplir con todas las exigencias y demandas institucionales que servirán de prerrogativas a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental para garantizar altos estándares de calidad en los productos o servicios que les serán servidos.

MARCO CONCEPTUAL

La comunicación continua y efectiva es demandada constantemente por la ciudadanía a través de diferentes medios digitales y medios tradicionales de comunicación, significando esto un reto para el actual gobierno de la República Dominicana. Amadeo (2016, p. 1) cita "Los gobiernos son instituciones y, como tales, deben comunicarse con los ciudadanos de manera clara, planificada y coherente. Cada vez más los políticos comprenden que la comunicación es estratégica y debe conducirse de manera más profesional. Ya no depende de exclusivamente de la capacidad de oratoria de quien está a cargo del Poder Ejecutivo ni de las sugerencias de los partidos en el poder". Esto deja claro que la responsabilidad del gobierno no es solo comunicar sino, hacerlo de manera constante y efectiva.

Para Fernández (2008, p. 1) "La industria publicitaria está conformada por todos aquellos que participan en la creación, producción y difusión de campañas de comunicación publicitaria dirigidas a los diferentes públicos consumidores (de productos, servicios, programas de beneficio social, político, votos, etcétera). Sus actores (anunciantes, agencias publicitarias, proveedores de servicios externos, medios publicitarios y consumidor final) se encuentran en constante evolución. La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental está obligada a contratar proveedores de servicios de comunicación integral, que abarquen las diferentes aristas de la comunicación, a fin de suplir las necesidades integrales y funcionales del decreto que la crea.

Citando a Martínez (2021, p. 1) "En momento de crisis, los gobiernos deben tomar medidas extraordinarias de manera rápida y urgente. Este hecho puede conllevar la limitación de ciertos derechos y libertades de los ciudadanos y, por este motivo, la comunicación del Ejecutivo de ser más rigurosa, caracterizándose por cumplir con una serie de requisitos que le permitan cumplir tanto con las necesidades informativas de la sociedad, como con las obligaciones que les exigen las normas de transparencia y derecho de la información". Podemos traducir esto diciendo que el estado debe ser empático con la información brindada a los ciudadanos, debe utilizar las estrategias más idóneas para el logro de estos objetivos de comunicación. Alguna de las decisiones que el estado ha tomado y tomara en el futuro próximo estarán motivadas o incididas por realidad social que se viva en ese momento, este panorama nos acerca a una realidad donde el gobierno debe buscar la manera de acercarse a los ciudadanos utilizando estrategias de comunicación bien concebidas.

Fundamento del Sistema Integral

Las funciones de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental heredada de las entidades anteriores, los múltiples procesos administrativos, financieros y logísticos que deben ser respondido con puntualidad en corto tiempo, los compromisos con los suplidores, la funcionalización de puestos operativos y

administrativos, la escasez de mano de obra especializada, un mayor radio de acción y operatividad y las funciones descritas en el decreto con que se crea esta institución:

- ✓ la coordinación y ejecución de las políticas de comunicación del Poder Ejecutivo
- ✓ la coordinación Sistema de Comunicación Gubernamental
- ✓ la coordinación de las políticas de comunicación de los distintos entes y órganos del Poder Ejecutivo, planificar, organizar, ejecutar y evaluarla estrategias y la comunicación gubernamental, medidas, acciones, proyectos y programas del Poder Ejecutivo
- ✓ facilitar la comunicación de la rendición de cuentas gubernamental
- ✓ coordinar el Sistema de Comunicación Gubernamental, coordinar, a través del Sistema de Comunicación Gubernamental
- ✓ la estrategia de comunicación del presidente de la República con el Director de Prensa del presidente y los directores de comunicaciones de los distintos entes y órganos del Poder Ejecutivo
- ✓ gestionar la comunicación de crisis del Poder Ejecutivo
- ✓ identificar y realizar el seguimiento continuo de los principales acontecimientos nacionales, regionales e internacionales que sean de significación política y tengan relación con los planes del Poder Ejecutivo o el mantenimiento de las condiciones relativas a la gobernabilidad democrática
- ✓ mantener sistemáticamente actualizadas las diversas bases de datos de las ejecutorias de la Presidencia de la República
- ✓ distribuir a los funcionarios del Poder Ejecutivo informaciones sistematizadas y continuas sobre la aparición y evolución de acontecimientos políticos, así como la acción del Poder Ejecutivo respecto a estas
- ✓ realizar análisis y distribuir informes regulares y especiales sobre la situación y la evolución de las relaciones del Poder Ejecutivo con la sociedad
- ✓ realizar estudios especiales y diseños de gestión sobre acontecimientos que formen parte de la agenda nacional y presenten posibilidades de conflictos,
- ✓ proveer al presidente de la República de toda información pertinente para asegurar la máxima consistencia comunicacional en sugestión

Esta serie de actividades son el fundamento conceptual de todo lo que conlleva, el Sistema Integrado de Comunicación Estratégica; el cual está pensado para solucionar como un solo "cuerpo" el engranaje estratégico previsto de todas las acciones de comunicación que debe realizar el gobierno para mantener un flujo de comunicación constante y efectiva con la población, la misma de carácter preventiva y reflexiva.

CAPACIDADES TÉCNICAS

Calidad técnica

El eje de la calidad técnica se refiere a las especificaciones técnico-profesional que debe poseer el *suplidor de comunicación integral por excepción*; porque deben garantizar el cumplimiento de todos los objetivos de comunicación, que previamente sean presentados y aprobados por la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental, para elevar de manera efectiva la presencia, imagen y flujo de comunicación entre ciudadanos y el Estado Dominicano.

Competencias básicas del suplidor de comunicación integral

Reclutamiento

Los proveedores deben contar con un proceso debidamente documentado donde se evidencie paso a paso el proceso de reclutamiento y capacitación del capital humano que participara en la elaboración de algún producto o servicio que se sirva a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental; porque dicho proceso debe estar evidenciado y documentado según leyes locales y normas internacionales para ser evaluado en cualquier momento a sugerencia y discrecionalidad del equipo de peritos que evaluaran el cumplimiento de los procesos.

Perfil del capital humano

El capital humano que forme parte del equipo de profesionales y técnicos que acompañarán al suplidor de comunicación integral por excepción, debe contar con las experiencias necesarias; porque deben garantizar que los productos que serán servidos a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental, sean de altos estándares de calidad y profesionalismo. En este sentido la empresa deberá presentar las hojas de vida de profesionales del área de Publicidad, Mercadotecnia, Comunicación Social, Administración de empresas y tecnólogos digitales con experiencia mínima de 5 años en las áreas antes citadas, además de contar con la experticia probado en actividades similares a las contratadas por la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental. Se valorará también, la participación de sociólogos, antropólogos, psicólogos y cualquier otro profesional relacionado con el comportamiento psico-social de los dominicanos.

Contrato laboral

Todo empresa subcontratada o capital humano reclutado por proveedores de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental, que participe en un proceso de elaboración o confección de producto o servicio para dicha entidad, se les debe garantizar mediante contrato escrito las garantías laborales especificadas en el código laboral de la Republica Dominicana; porque todos los proveedores de la entidad deberán operar bajo el amparo de la leyes locales e internacionales, y debe estar evidenciado y documentado a requerimientos del equipo de peritos.

Competencias técnicas-científicas

Los proveedores excepcionales con capacidades técnicas múltiples que sean elegidos o seleccionados por la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental, deberán contar con las siguientes competencias técnicas: 1.-experiencia comprobable en la elaboración de plan de mercadotecnia (preferiblemente cobijados bajo la norma ISO), 2.-experiencia comprobable en elaboración de planes de comunicación en medios convencionales y digitales a nivel nacional (preferiblemente cobijados bajo la norma ISO), 3.-experiencia comprobable en relaciones publicas integrales y comunicación estratégica, 4.-experiencia probada en monitoreo y supervisión de servicios publicitarios, 5.-experiencia comprobable en manejo de central de medios, 6.-Experiencia comprobable en manejo de imagen corporativa, 7.-experiencia comprobable en creación de campañas exitosas de publicidad masiva en medios convencionales y digitales, 8.-experiencia comprobable en asesoría integral de comunicación, 9.-experiencia comprobable en contratación de personal; porque la aplicación oportuna, precisa, ética de estas competencias, garantizaran que las acciones que desarrollen dichos proveedores impacten positivamente, en la funciones y responsabilidades que debe desarrollar la actual gestión de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental.

Productos esperados

Los proveedores excepcionales con capacidades técnicas múltiples que sean elegidos o seleccionados por la Dirección de Estrategia y Comunicación deberán presentar los siguientes rublos: 1.- Elaboración y ejecución de un plan de mercadeo para el estado dominicano que debe incluir, entre otras cosas; 2.-Plan de comunicación estructurado que toque todas las áreas e instituciones del estado y eleve la confianza del ciudadano en las ejecutorias del actual gobierno, el mismo debe estar elaborado con cobertura nacional y deberá aplicarse a todos los medios de comunicación tradicionales y digitales, 3.-Plan de manejo de la imagen del gobierno, incluida la imagen del Presidente, 4.-Plan de manejo comunicacional antes cualquier crisis gubernamental que surja durante el contrato, 5.- Sugerencias de mejoras continua al gobierno en materia de comunicación, 6.-Creación, administración y supervisión de todas las campañas comunicacionales del estado dominicano durante el periodo de vigencia del contrato en todos los medios de difusión tradicionales o digitales, 7.-Contratación y colocación de la publicidad gubernamental en todos los medios de comunicación tradicionales y digitales a nivel nacional, 8.-Monitoreo en materia de comunicación de todos los medios tradicionales y digitales a fin de disuadir cualquier campaña nociva a la imagen del gobierno actual, 9.-Plan de monitoreo, supervisión y evaluación del impacto de las acciones de comunicación emprendidas,10.- Realizar investigación cuantitativa y cualitativa de opinión, rating de medios de comunicación y posicionamiento del estado dominicano ante la opinión pública, para la utilización de resultados como insumo en la elaboración de estrategias de comunicación; porque dichos rublos representan una carga administrativa, logística y financiera difícil de gerenciar con los estándares de calidad y oportunidad demandadas por el Poder Ejecutivo y las entidades que forman parte del estado dominicano a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental.

CAPACIDAD ESPECIAL O DETERMINANTE

Imposibilidades

Es interesante observar las normas de Dirección General de Compras Públicas, para la prestación de servicio excepcionales a cualquier entidad perteneciente al organigrama institucional del estado dominicano, la cual establece Imposibilidad de realizar la contratación por otros medios por requerir un servicio en razón de la persona o especialidad del proveedor, sus conocimientos, su moralidad privada y el intangible de la confianza entre contratante y oferente. Para tales fines, los referidos proveedores deben estar habilitados, esto porque los suplidores especiales en el Sistema Integrado de Comunicación Estratégica pasan a ser entes integrales de las gestiones propias de la operatividad institucional. En este sentido, las imposibilidades a ser observadas se enlistan a continuación:

Imposibilidades materiales o de hecho

- a) por no poseer la capacidad técnica y financiera necesaria que soporte dicho servicio
- b) no contar con el personal técnico profesional necesario que permita brindar de manera efectiva el servicio

Imposibilidades jurídicas

- a) imposibilidad normativa de conformidad al artículo 14 de la ley 340-06
- b) imposibilidad por generar conflicto de intereses con la entidad contratante

Imposibilidades de razones de estado

- a) Que entre sus representantes exista una Pep (persona políticamente expuesta)
- b) b) que el patrimonio de la empresa tenga origen ilícito

Confianza y confidencialidad

Uno de los mayores desafíos que encaran los gobiernos al rededor del mundo es que, según el Barómetro de Confianza 2016 de Edelman, *“la mitad de la población mundial no confía en los Gobiernos”*. La manera más viable para que los gobiernos puedan recuperar, mantener o crear cierto nivel de credibilidad entre sus ciudadanos, debe estar sustentada en una efectiva, estratégica y creíble comunicación gubernamental. En el caso de Republica Dominicana, la credibilidad del estado está centrada en la figura del Presidente, como lo demuestra los resultados del estudio *“Confianza e Institucionalidad: análisis de los resultados de las encuestas de confianza del consumidor aplicadas por el MEPyD en el periodo 2009-2016”* realizado por el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo; en cuyos resultados se evidencian calificaciones medianamente satisfactorias para la Presidencia de la Republica, frente a otras nueve instituciones que no llegaron a acumular, en la generalidad de los casos, ni el cincuenta por ciento del máximo de puntuación requerido.

Según Conejeros et al (2010) la **confianza** habla acerca de las relaciones que se establecen entre dos o más partes donde una de las partes tiene vulnerabilidad antes las actuaciones de la otra. Más aún, cuando se *confía*, existe una disposición positiva ante las acciones del otro ya que se entiende que no va a causar algún tipo de daño. Para Luhman, (1996, p. 119) esta no está interesada en conocer la verdad esencial acerca de un asunto, sino en la reducción de su complejidad. En este sentido, es una forma de manejarse con la complejidad en una sociedad que aumenta en ella. Confiar permite reducir la complejidad social, simplificando la vida por medio de la aceptación del riesgo (Martínez, 2001, p. 59). Para Barbero (2021), los cuatro factores de confianza son: **Fiabilidad** que es la cualidad o factor que consiste en hacer lo que se dice que se va a hacer (en tiempo y forma). **Autenticidad** que la define como la cualidad que consiste en decir lo que se piensa, guste o no a los demás, de una manera asertiva (es decir, contundente, pero cuidando exquisitamente las formas). **Consideración** que es el factor consistente en aceptar con palabras y hechos a los demás tal y como son, con sus puntos fuertes y débiles, haciéndoles sentirse reconocidos por su forma de ser única y diferente y, por último, la **Apertura** que es la cualidad que consiste en comunicarse con comodidad y fluidez, de una manera no total o evidentemente planificada, aportando a los demás la frescura del momento.

A partir de estos factores, podemos convenir que los elementos de confianza necesariamente deben estar presente en los ejes fundamentales que perfilan los suplidores para un **sistema integrado de comunicación estratégica** por la razón de que tienen la facultad de resolver las necesidades de viabilidad en los procesos de manera integral.

Aunque este apartado tiene un carácter **interpretativo**, es importante señalar que el reglamento 543-12, sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, en el artículo 3.4 permite a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental la contratación de empresas que suplan de servicios excepcional de un sistema integral de comunicación estratégica; la discrecionalidad administrativa jugara un rol importante, pues tocara de manera transversal esta relación estratégica.

Factores de confianza

Fiabilidad

Este carácter busca altos niveles éticos en la elaboración de los productos o servicios que serán ofrecidos a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental y el nivel con que los suplidores en asesoría integral de comunicación manejarán los datos e información relacionadas con la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental.

Entrega oportuna

Las informaciones oportunas que debe manejar la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental revisten tanta importancia como el dato en sí mismo, ya que su cliente principal (gobierno) consume información constante y actualizada; por ende, los factores de oportunidad y puntualidad determinan la coexistencia laboral y de acuerdos entre la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental y sus proveedores.

Disponibilidad

La existencia de La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental apela a que las entidades dispongan de las capacidades necesarias para dar respuestas a cualquier solicitud de su cliente, en el momento y tiempo que este le demande, y poder vaticinar necesidades y requerimientos aun no le hayan sido demandado. Estos eventos obligan a que los proveedores sean coparticipes en la búsqueda de respuestas a dichas demandas.

Independencia

Es la capacidad que deben tener los proveedores para presentar datos asertivos con plena autenticidad, sin contaminación de prejuicios, posturas, ideologías o gremios que sesguen el producto final.

Experiencia vinculante

La garantía de la calidad del servicio o productos que recibirá a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental de parte de los proveedores excepcionales se sustenta en la frecuencia de colaboraciones satisfactorias previas entre el proveedor y la **directiva** de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental. Dichos proveedores serán categorizados como “de excepción” en la medida que sean valorados como tales por parte de la La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental.

Capacidad instalada

Todo suplidor por excepción que provea a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental con cualquier producto o servicio de comunicación deben disponer de la capacidad instalada requerida para poder suplir de forma integral, los productos o servicios en “asesoría integral, manejo de medios y estrategias de comunicación”.

GARANTÍA DE LA CALIDAD

El equipo de peritos acuerda que para la selección y escogencia de los suplidores especiales para el sistema integrado de comunicación estratégica, se elaborará una herramienta que se utilizará como instrumento métrico para revisar (al estilo pantry check) los niveles de cumplimiento con los requerimientos de confianza (experiencia vinculante) y aspectos técnico-científicos para que caracterizar al/los suplidor/es excepcional/es, este ejercicio de pilotaje de procesos es necesario para reforzar la garantía de la calidad del servicio y se hará de manera periódica en el tiempo para garantizar que el/los suplidor/res “se mantengan a la vanguardia de los últimos estándares de calidad en materia de comunicación estratégica aplicadas a una sociedad cambiante.

CONCLUSIÓN

La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental nace de la promulgación del Decreto 542-21, en el mismo centraliza dos instituciones que en sus funciones realizaban las mismas operaciones, centralizando y optimizando acciones de comunicación que emanan por las distintas instituciones que forman parte del Estado Dominicano. Algunas de las responsabilidades de la nueva entidad son: sostener una comunicación franca y abierta con la población nacional, empezando por la capacidad de comunicación de la propia Presidencia de la República, aunque haciéndola extensiva a todos los entes y órganos que componen el Poder Ejecutivo. El nacimiento de esta institución conduce a inconvenientes administrativos, logísticos y financieros en cuanto a su operatividad; para enfrentar estos retos, la entidad se debe auxiliar de suplidores excepcionales con **capacidades técnicas múltiples** que les brinden un **Servicio Integrado de Comunicación Estratégica**, sustentado en el artículo 6 de la ley 340 y en el reglamento 543-12, artículo 3.4, sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones.

Las principales capacidades que deberán poseer los referidos suplidores especiales son; **Antecedentes de reclutamiento**, esto porque dicho proceso debe estar evidenciado y documentado según leyes locales y normas internacionales. **Perfilación de capital humano**, porque deben garantizar que los productos que serán servidos a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental, sean de altos estándares de calidad y profesionalismo. **Contrato laboral**, porque todos los proveedores de la entidad deberán operar bajo el amparo de la leyes locales e internacionales. Los proveedores deberán poseer un conjunto amplio de **experiencia demostrable en el área de la comunicación** porque la aplicación oportuna, precisa, ética y de estas competencias garantizarán que las acciones que desarrollen dichos proveedores impacten positivamente, en la funciones y responsabilidades que debe desarrollar la actual gestión de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental.

Los proveedores excepcionales deberán cumplir con el *tiempo y las condiciones de entrega* de los productos y servicio integrado de comunicación estratégica, ya que dichos rublos representan una carga administrativa interna, problemas de logística y financiera difícil de gerenciar con los estándares de calidad y oportunidad demandadas por el Poder Ejecutivo y las entidades que forman parte del estado dominicano a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental. Además de todo esto, otro requerimiento para los suplidores excepcionales, son la Imposibilidades; en este sentido, los suplidores deben estar habilitados para participar de los procesos de licitación de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental de acuerdo a las leyes y normas mencionadas. En este orden y por lo visto en el levantamiento e informe pericial de resultados, se recomienda a la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental contratar un servicio integrado de comunicación estratégica como apoyo para cumplir con sus funciones en comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Amadeo, Belén, (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. Facultad de ciencias sociales, Universidad de Buenos Aires.

Fernández, María de la Luz (2008). Comunicación Integral E Industria Publicitaria. Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador.

Martínez Isidoro, Beatriz del Carmen, (2021). La comunicación del Gobierno Español en situación de crisis: deberes y obligaciones para garantizar La y transparencia y el derecho a la información veraz de la ciudadanía. Universidad Complutense de Madrid.

Romero Pérez, Jorge Enrique, (2003). La Externalización de actividades laborales (Outsourcing). Facultad de Derecho, Universidad de Costa Rica.

Angües Rodríguez, Paula (2015). Análisis del Outsourcing como estrategia de gestión empresarial. Universidade Da Coruña.

Barómetro de confianza de EDELMAN, 2016 (<https://www.edelman.com/trust/2016-trust-barometer>)

Decreto 542-21, <https://www.transparenciafiscal.gob.do/>

Dirección de Compras y contrataciones Públicas, Reglamento 543-12, <https://www.dgcp.gob.do/>

Ley No. 340-06 sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones con modificaciones de Ley 449-06, <https://www.transparenciafiscal.gob.do/>