




		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA:</b> DCOM	<b>CÓDIGO:</b> ME/3	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO:</b> ME/3.1	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 1: GESTIÓN Y CONTROL DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>				<b>CODIGO:</b> ME/3.1.1	<b>OBJETIVO:</b> Participar en la Planificación, coordinación de actividades y supervisión de tareas ejecutados por las diferentes áreas de la dependencia responsable de la comunicación institucional.	
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
1	Coordinar y supervisar la elaboración del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Organizar y coordinar reuniones de planificación con la Dirección de Comunicación y las dependencias, gestionando el Correo o Memorando de Convocatoria a Reunión de Coordinación, el Registro de Asistencia y el Acta de Reunión de Planificación de Comunicación, donde se documentan acuerdos, objetivos, estrategias y responsabilidades para el próximo periodo.	Durante el último trimestre del año, la Unidad de Gestión y Control coordinará con la Dirección de Comunicación la realización de reuniones de planificación institucional, en las cuales se revisarán los avances, resultados y observaciones registradas en los instrumentos de control interno. Previamente, se gestionará la Convocatoria a Reunión de Coordinación, detallando fecha, hora, modalidad y participantes convocados. Al inicio de cada reunión se completará el Registro de Asistencia, y durante su desarrollo, la Unidad documentará los acuerdos, objetivos, estrategias y responsabilidades en la Acta de Reunión de Planificación de Comunicación. Finalizado el encuentro, el acta será validada por la Dirección y distribuida digitalmente entre las dependencias para su cumplimiento y trazabilidad.	1-Correo o Memorando de Convocatoria a Reunión de Coordinación; 2- Planilla de Registro de Asistencia; 3- Acta de Reunión de Planificación de Comunicación; 4- Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia; 5-Registro Consolidado de Cumplimiento de Tareas.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Gestión y Control
2	Actualizar mecanismos de coordinación y control de tareas para la Dirección de Comunicación, en línea con el Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Diseñar, implementar y mantener actualizados los mecanismos e instrumentos de control interno, como la Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia (PETD), el Tablero de Seguimiento de Indicadores y otros registros complementarios. Establecer criterios uniformes de registro, indicadores de cumplimiento y procedimientos de seguimiento coordinados con todas las áreas de la Dirección de Comunicación, promoviendo la mejora continua y la trazabilidad de las gestiones.	La Unidad de Gestión y Control elaborará y mantendrá actualizados los instrumentos digitales de seguimiento institucional de la Dirección, especialmente la Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia (PETD). Para su diseño se definirán, en conjunto con las dependencias, los campos de registro, responsables de carga, frecuencia de actualización y niveles de validación. Se establecerán indicadores básicos de cumplimiento (porcentaje de avance, tareas concluidas, plazos vencidos y observaciones), los cuales serán revisados periódicamente para medir la eficiencia y efectividad de la gestión. La actualización de los instrumentos se realizará de forma coordinada con las dependencias, asegurando su trazabilidad, respaldo mensual y coherencia con los lineamientos del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	1- Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Gestión y Control


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>		Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>  <b>CÓDIGO: ME/3</b>	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>		Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO: OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.</b>						
<b>SUBPROCESO 1: GESTIÓN Y CONTROL DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>			<b>CODIGO: ME/3.1.1</b>	<b>OBJETIVO:</b> Participar en la Planificación, coordinación de actividades y supervisión de tareas ejecutados por las diferentes áreas de la dependencia responsable de la comunicación institucional.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
3	Supervisar las tareas ejecutadas por las dependencias de la Dirección de Comunicación y dar seguimiento a su cumplimiento.	Supervisar la actualización periódica de la PETD, emitir la Solicitud de Reporte Quincenal de Avance de Tareas cuando existan plazos vencidos, y consolidar la información validada en el Registro Consolidado de Cumplimiento de Tareas, asegurando trazabilidad y verificación continua.	La Unidad de Gestión y Control realizará un monitoreo continuo de las actualizaciones efectuadas por las dependencias en la Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia (PETD), verificando el cumplimiento de los plazos establecidos. En caso de detectar tareas no registradas o pendientes de actualización, se emitirá la Solicitud de Reporte Quincenal de Avance de Tareas como recordatorio formal para la regularización de la información. Posteriormente, la Unidad validará los datos actualizados, contrastándolos con los registros de respaldo o evidencias documentales remitidas por las áreas, y procederá a su incorporación en el Registro Consolidado de Cumplimiento de Tareas. Este proceso garantizará la trazabilidad de las acciones, la verificación cruzada de la información y la disponibilidad de reportes confiables para la Dirección de Comunicación.	1-Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia; 2-Solicitud de Reporte Quincenal de Avance de Tareas; 3-Registro Consolidado de Cumplimiento de Tareas; 4-Evidencias de respaldo de cumplimiento.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Gestión y Control
4	Evaluar, informar y proponer medidas de mejora continua en los procesos de comunicación institucional.	Analizar los resultados obtenidos a partir del Registro Consolidado y elaborar el Informe Trimestral de Seguimiento y Supervisión de Actividades, destacando avances, desvíos y recomendaciones.	Al cierre de cada trimestre, la Unidad de Gestión y Control revisará y analizará los datos consolidados del Registro de Cumplimiento de Tareas, verificando el grado de avance de los objetivos y las actividades de las dependencias. Con base en esta información, se identificarán logros, retrasos, desviaciones y causas probables, contrastando los resultados con los objetivos definidos en el Plan de Comunicación y Marketing Institucional. A partir de este análisis, la Unidad elaborará el Informe Trimestral de Seguimiento y Supervisión de Actividades, que incluirá observaciones, indicadores de desempeño, conclusiones y recomendaciones. Dicho informe será remitido a la Dirección de Comunicación para su evaluación y para la definición de medidas de mejora continua en la planificación y ejecución de tareas comunicacionales.	1-Registro Consolidado de Cumplimiento de Tareas; 2-Informe Trimestral de Seguimiento y Supervisión de Actividades; 3-Acta o Minuta de Reunión de Presentación de Resultados; 4-Respaldo de evidencias documentales.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Gestión y Control
5	Coordinar reuniones de supervisión y seguimiento entre dependencias.	Convocar y participar en reuniones operativas de coordinación, documentando los acuerdos y compromisos en la Minuta de Reunión de Coordinación, garantizando el seguimiento de los puntos tratados y el cumplimiento de las acciones acordadas.	La Unidad de Gestión y Control coordinará, junto con la Dirección de Comunicación, la realización de reuniones operativas de coordinación destinadas a evaluar el desarrollo de las actividades institucionales, resolver contingencias y alinear acciones entre dependencias. Para cada reunión, se emitirá el Correo o Memorando de Convocatoria a Reunión de Coordinación, especificando fecha, hora, modalidad, temas y participantes. Al inicio del encuentro se completará el Registro de Asistencia, y durante su desarrollo se documentarán los acuerdos, compromisos y responsables en la Minuta de Reunión de Coordinación. Finalizada la reunión, la minuta será validada por la Dirección de Comunicación y distribuida digitalmente a las dependencias involucradas para su ejecución y seguimiento. En reuniones posteriores, la Unidad verificará el cumplimiento de los acuerdos adoptados y registrará los avances correspondientes en los instrumentos de control interno.	1-Correo o Memorando de Convocatoria a Reunión de Coordinación; 2- Planilla de Registro de Asistencia; Minuta de Reunión de Coordinación.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Gestión y Control


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA:</b> DCOM	<b>CÓDIGO:</b> ME/3	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO:</b> ME/3.1	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 2: GESTIÓN DE MARKETING INSTITUCIONAL</b>			<b>CODIGO:</b> ME/3.1.2.	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de marketing para competir adecuadamente en el mercado, posicionando a la marca a nivel nacional, especialmente lo aprobado por la máxima autoridad institucional.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
1	Elaborar objetivos y estrategias de Marketing del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional y encargados de sus dependencias, para evaluar resultados y proponer mejoras o nuevos objetivos y estrategias de Marketing del Plan de Comunicación y Marketing Institucional y sus mecanismos de control interno, para el próximo ejercicio fiscal.	Durante el cuarto trimestre del año, se agendarán reuniones con la Dirección de Comunicación y sus dependencias para llevar a cabo un análisis detallado de los objetivos y estrategias de Marketing incluidos en el Plan de Comunicación y Marketing Institucional. Este análisis se realizará después de evaluar la situación actual de la empresa, el entorno competitivo y el mercado mediante un análisis FODA. Se utilizarán como directrices la Visión, la Misión, los Valores, los objetivos estratégicos de la empresa e institucionales del proceso. Durante estas reuniones, se evaluará la viabilidad y la relevancia de los objetivos generales y específicos correspondientes a la Unidad de Marketing Institucional. Este análisis tendrá en cuenta el porcentaje de cumplimiento de objetivos y los resultados obtenidos en los análisis mencionados. Como resultado de esta evaluación, se propondrán mejoras en los planteamientos de objetivos generales y específicos, así como en las estrategias correspondientes.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Marketing Institucional
2	Implementar y ejecutar las tareas relacionadas al Marketing, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Armar, controlar y actualizar constantemente el calendario de Marketing que incluya fechas y temas de posteos, actividades de promoción y eventos, responsables y recursos, en base a campañas publicitarias y objetivos de la marca e institución.	Se establecerá un calendario de actividades y eventos de marketing que incluirá tanto tareas creativas como operativas. Esto abarcará la definición de temas de contenido para publicidad institucional, campañas de lanzamiento de productos y servicios, así como campañas de mantenimiento (recordación de marca), tanto en redes sociales como en otros canales de comunicación. Además, se especificarán las fechas y horas de las publicaciones en redes sociales y en el sitio web institucional, identificando los responsables y los recursos necesarios para llevar a cabo estas actividades. El calendario también contemplará fechas especiales y las actividades correspondientes, junto con cualquier otra tarea relevante para el área que contribuya al cumplimiento de sus objetivos y estrategias.	1- Plan de Posteos	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Marketing Institucional


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>		Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>  <b>CÓDIGO: ME/3</b>		<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.	
<b>PROCESO:</b>		Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>		<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.	
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO: OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.</b>						
<b>SUBPROCESO 2: GESTIÓN DE MARKETING INSTITUCIONAL</b>				<b>CODIGO: ME/3.1.2.</b>		<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de marketing para competir adecuadamente en el mercado, posicionando a la marca a nivel nacional, especialmente lo aprobado por la máxima autoridad institucional.
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
2	Implementar y ejecutar las tareas relacionadas al Marketing, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Idear, redactar, programar y publicar contenidos de posteos y anuncios publicitarios en redes sociales y otros medios, en base a lineamientos de Identidad Corporativa y los objetivos de marketing de la institución.	En las fechas o periodos establecidos en el calendario, se llevará a cabo la generación de ideas y contenidos detallados para las publicaciones, tanto orgánicas como de anuncios. Posteriormente, se realizarán las publicaciones en los perfiles y páginas institucionales de las redes sociales y el sitio web. Asimismo, se ejecutarán las campañas de marketing en medios tradicionales, además de las actividades promocionales en eventos donde la institución participe.	1- Plan de Posteos	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Marketing Institucional
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Generar informes sobre análisis de la gestión y el rendimiento de campañas publicitarias y publicaciones en las redes sociales y otros medios de comunicación, incluyendo el cumplimiento de métricas y KPIs del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Mensualmente se emitirá un breve informe basado en la 'Planilla de Control de Tareas Cumplidas y en Proceso'. Este informe se utilizará como base para evaluar el rendimiento semestral y anual de la marca. Incluirá un análisis del impacto de las publicaciones y campañas de marketing en las redes sociales y medios tradicionales, utilizando los tableros de control de las plataformas de redes sociales y otras métricas de medios tradicionales.	Informes mensual de seguimiento y ejecución de las tareas realizadas.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	
		Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional, para controlar y evaluar resultados mensuales y proponer medidas correctivas sobre campañas en curso o mejoras en el calendario y el Plan de Acción.	Después de enviar el informe mensual sobre el cumplimiento de las tareas, se convocará a una reunión para ajustar los mensajes y elementos de campaña o publicaciones en redes sociales. Durante este análisis, se abordarán aspectos como imágenes, videos y textos, asegurándose de que sean llamativos y coherentes con los valores y objetivos de la marca. Se revisarán las llamadas a la acción, se considerará el segmento de mercado (audiencia), y se evaluará el lenguaje y el estilo apropiados según la audiencia, el medio o canal utilizado, así como los formatos adecuados para cada canal. Además, se tomará en cuenta el feedback del público objetivo, entre otros aspectos relevantes. La convocatoria a estas reuniones se hará según la necesidad, con la participación de los responsables asignados a las tareas que serán analizadas.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>		<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CÓDIGO: ME/3</b>		<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 2: GESTIÓN DE MARKETING INSTITUCIONAL</b>				<b>CODIGO: ME/3.1.2.</b>		<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de marketing para competir adecuadamente en el mercado, posicionando a la marca a nivel nacional, especialmente lo aprobado por la máxima autoridad institucional.
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Cargar la Planilla Electrónica de Tareas de Marketing	Al recibir una solicitud de tarea, ya sea por correo institucional, memorando, nota o minuta de reunión, o al momento de ejecutar una tarea rutinaria del área, se registrará la dependencia o área solicitante, junto con la descripción y el producto o documento asociado (por ejemplo: informe, comunicado, acta, pieza gráfica, video, publicación, etc.). Una vez reunidos todos los insumos necesarios para su ejecución, se procederá a cargar la tarea en la PETD correspondiente a la semana en curso. Durante la jornada se actualizará su avance conforme al desarrollo del trabajo, y al cierre del día se registrará su estado final como en espera, en proceso o finalizado, garantizando la trazabilidad, el control diario y la correcta vinculación de cada tarea con su resultado documental o producto entregable.	1-Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia; 2-Acta o Minuta de Reunión 3-Evidencias de respaldo de cumplimiento. 4-Correo electrónico Institucional 5-Notas o Memorandos	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe de la Unidad de Marketing Institucional
<b>SUBPROCESO 3: GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y ENLACE INTERINSTITUCIONAL</b>				<b>CODIGO: ME/3.1.3.</b>		<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing aprobado por la máxima autoridad institucional.
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
1	Elaborar objetivos y estrategias de comunicación interna y externa institucional del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional y encargados de sus dependencias, para evaluar resultados y proponer mejoras o nuevos objetivos y estrategias de comunicación interna y externa del Plan de Comunicación y Marketing Institucional y sus mecanismos de control interno, para el próximo ejercicio fiscal. En línea con las políticas de comunicación oficiales del Gobierno Nacional.	Durante el cuarto trimestre del año, se agendarán reuniones con la Dirección de Comunicación y sus dependencias para llevar a cabo un examen detallado de los objetivos y estrategias de comunicación interna y externa del Plan de Comunicación y Marketing Institucional. Este análisis se realizará después de evaluar la situación actual de la empresa y su entorno mediante un análisis FODA, teniendo como guía los lineamientos emanados del MITIC, así como la Visión, la Misión, los Valores y los Objetivos Estratégicos e Institucionales. Durante estas reuniones, se evaluará la viabilidad y relevancia de los objetivos generales y específicos correspondientes al Departamento de Comunicación Interna y Enlace Interinstitucional. Este análisis tendrá en cuenta el porcentaje de cumplimiento de objetivos y los resultados obtenidos en los análisis mencionados. Como resultado de esta evaluación, se propondrán mejoras en los planteamientos de objetivos generales y específicos, así como en las estrategias correspondientes.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Comunicación Interna y enlace interinstitucional


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>		<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CÓDIGO: ME/3</b>		<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 3: GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y ENLACE INTERINSTITUCIONAL</b>				<b>CODIGO: ME/3.1.3.</b>		<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing aprobado por la máxima autoridad institucional.
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
2	Implementar y ejecutar las tareas relacionadas a la comunicación interna y externa, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Asesorar a la Unidad de Marketing y a las gerencias en la selección de medios y formatos de difusión más adecuados para los mensajes y/o documentos institucionales, según requerimiento, con el propósito de reforzar la imagen corporativa, el sentido de pertenencia, transparencia y la identidad institucional. La asesoría debe garantizar la coherencia comunicacional y la correcta adecuación de los contenidos a las distintas audiencias y a los medios oficiales de la institución, tales como la página web, los grupos internos de WhatsApp y el correo institucional.	A solicitud de las dependencias de la Dirección de Comunicación y de las áreas responsables de los procesos de inducción y reinducción, se proporcionará apoyo y asesoramiento en la selección de medios, discursos, estilos y lenguajes establecidos en el Manual de Comunicación, Manual de Identidad Corporativa y el Manual de Crisis, conforme a lo dispuesto en las Políticas de Comunicación de la institución.	Notas, Memos o correos sobre implementación de las políticas de comunicación.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Comunicación Interna y enlace interinstitucional
		Publicar documentos institucionales en el sitio web de la empresa, como aquellos relacionados a la transparencia, la prospección y exploración, calidad de combustibles y cualquier otro contenido de dependencias que deban emitir información institucional de carácter público, a través de este medio.	La Dirección de Comunicación, a través del Departamento de Comunicación Interna y Enlace Interinstitucional, recibe por correo electrónico institucional la documentación o noticia a ser publicada, con la previa aprobación de las áreas responsables y en concordancia con las regulaciones y lineamientos vigentes. Posteriormente, se descarga el contenido validado y se accede al área de administración del sitio web utilizando el usuario autorizado con permisos de publicación. Una vez verificados los archivos, se procede a cargar y publicar el contenido en la sección correspondiente del portal institucional. Finalmente, se registra la publicación en la Planilla de Tareas por Dependencia, como evidencia del cumplimiento y trazabilidad del proceso.	Registro de Documentos con formatos Oficiales emitidos.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>	<b>CÓDIGO: ME/3</b>	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 3: GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y ENLACE INTERINSTITUCIONAL</b>			<b>CODIGO: ME/3.1.3.</b>	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing aprobado por la máxima autoridad institucional.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
2	Implementar y ejecutar las tareas relacionadas a la comunicación interna y externa, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Difundir documentos y materiales institucionales de comunicación interna y externa —tales como comunicados, circulares, afiches de fechas especiales, saludos institucionales y formatos para socialización de objetivos misionales— mediante los medios oficiales de la Dirección de Comunicación, como el correo electrónico institucional y los grupos internos de WhatsApp, con el fin de fortalecer la cultura organizacional, el sentido de pertenencia y la identidad institucional.	La Dirección de Comunicación, a través del Departamento de Comunicación Interna y Enlace Interinstitucional, recibirá los materiales y documentos aprobados por las dependencias correspondientes, según requerimiento. Una vez validado su contenido y formato conforme a los lineamientos del Manual de Comunicación e Identidad Corporativa, se procederá a su difusión a través de los medios oficiales de la institución, tales como el correo electrónico institucional, los grupos internos de WhatsApp u otros canales definidos en el Plan de Comunicación y Marketing Institucional. La difusión se realizará con el propósito de fomentar la participación interna, fortalecer la cultura organizacional y promover el sentido de pertenencia institucional. Finalmente, cada acción de difusión será registrada en la Planilla de Tareas por Dependencia, como evidencia del cumplimiento y trazabilidad del proceso.	Notas, correos electrónicos remitidos y recibidos solicitando acompañamiento de la Dirección.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Comunicación Interna y enlace interinstitucional
		Colaborar en la organización de eventos internos y externos, actos oficiales, ceremonias, audiencias públicas y otras actividades relacionadas a la comunicación interna y externa.	A solicitud de la Dirección de Comunicación y de acuerdo con el Calendario de Comunicación y Marketing, se prestará asistencia en la planificación, coordinación y organización de eventos internos y externos en los que participe la institución. Se colaborará en tareas relacionadas con la definición de los objetivos del evento, la identificación de la audiencia, la selección del lugar y la fecha, la elaboración del programa, así como el registro, la invitación y la gestión de participantes. Estas responsabilidades se llevarán a cabo de acuerdo con las funciones específicas del área, las cuales están contempladas en el Manual de Organización y Funciones.	Encuesta de Comunicación Interna remitida vía correo electrónico para medir la efectividad de la gestión de comunicación.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Comunicación Interna y enlace interinstitucional


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>	<b>CÓDIGO: ME/3</b>	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 3: GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y ENLACE INTERINSTITUCIONAL</b>			<b>CODIGO: ME/3.1.3.</b>	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing aprobado por la máxima autoridad institucional.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Generar informes cuantitativos y cualitativos semanales sobre la gestión de la comunicación interna y externa y las métricas correspondientes del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Al finalizar la semana laboral, se elaborará un breve informe sobre el cumplimiento de las tareas utilizando la Planilla de Control de Tareas de Comunicación Cumplidas y en Proceso, registrando los avances y resultados obtenidos. De manera complementaria, se aplicarán encuestas anuales de percepción interna destinadas a medir la efectividad de las acciones de comunicación, el grado de comprensión de los mensajes y el nivel de satisfacción de los funcionarios con los medios utilizados.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Resultado de la encuesta realizada.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el	Jefe del Departamento de Comunicación Interna y enlace interinstitucional
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional, para controlar y evaluar resultados semanales y proponer medidas correctivas sobre los formatos de comunicación y tono de mensajes u otras mejoras relacionada con el Plan de Acción.	Después de enviar el informe sobre el cumplimiento de las tareas mensualmente, se convocará a una reunión para realizar ajustes en el contenido, tono y estilo de los mensajes, así como en los formatos de comunicación institucional oficialmente utilizados. Durante este análisis, se abordarán aspectos cruciales, tales como la claridad y simplicidad del lenguaje institucional empleado en textos o medios audiovisuales para diferentes grupos de interés, así como la consistencia visual de los materiales de comunicación elaborados y compartidos por el área. Además, se tomará en cuenta el feedback del público objetivo, entre otros aspectos relevantes. La convocatoria de estas reuniones se hará según la necesidad y contará con la participación de los responsables asignados a las tareas que serán analizadas.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Resultado de la encuesta realizada.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Cargar la Planilla Electrónica de Tareas de Comunicación Interna e Interinstitucional	Al recibir una solicitud de tarea, ya sea por correo institucional, memorando, nota o minuta de reunión, o al momento de ejecutar una tarea rutinaria del área, se registrará la dependencia o área solicitante, junto con la descripción y el producto o documento asociado (por ejemplo: informe, comunicado, acta, pieza gráfica, video, publicación, etc.). Una vez reunidos todos los insumos necesarios para su ejecución, se procederá a cargar la tarea en la PETD correspondiente a la semana en curso. Durante la jornada se actualizará su avance conforme al desarrollo del trabajo, y al cierre del día se registrará su estado final como en espera, en proceso o finalizado, garantizando la trazabilidad, el control diario y la correcta vinculación de cada tarea con su resultado documental o producto entregable.	1-Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia; 2-Acta o Minuta de Reunión 3-Evidencias de respaldo de cumplimiento. 4-Correo electrónico Institucional 5-Notas o Memorandos	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA:</b> DCOM	<b>CÓDIGO:</b> ME/3	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO:</b> ME/3.1	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 4: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN GRAFICA Y AUDIOVISUAL</b>			<b>CODIGO:</b> ME/3.1.4	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar lineamientos de Identidad Visual Corporativa de la institución, plasmadas en el Manual de Identidad, aprobado por la máxima autoridad institucional y generar contenidos gráficos y audiovisuales correspondientes.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
1	Velar por la aplicación correcta de la Línea Gráfica fijados en el Manual de Identidad Corporativa de la institución.	Reuniones de coordinación con otras áreas para asesorar sobre la aplicación correcta del logo, en materiales impresos y digitales para uso publicitario e institucional.	Se agendarán reuniones con la Dirección de Comunicación y sus dependencias para examinar detalladamente los objetivos y estrategias de desarrollo de marca, tal como se encuentran definidos en el Manual de Identidad Corporativa y el Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Resultado de la encuesta realizada.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Producción Gráfica y Audiovisual
2	Desarrollar y almacenar materiales publicitarios y comunicacionales de la institución, según lineamientos del Manual de Identidad Corporativa.	Diseño de materiales publicitarios y comunicacionales, impresos y digitales, para el cumplimiento del Calendario de Marketing y actividades relacionadas a la comunicación institucional. Según los lineamientos del Manual de Identidad Corporativa	A solicitud de las demás dependencias de la Dirección de Comunicación y Marketing, y de acuerdo con el Calendario de Marketing, se procederá a realizar diseños gráficos utilizando herramientas informáticas debidamente actualizadas. El proceso iniciará con una reunión con el área encargada de expedir o socializar el material gráfico producido, donde se obtendrán las directrices, parámetros y elementos gráficos necesarios para el proceso creativo. Posteriormente, se diseñará el boceto del material, obteniendo retroalimentación durante las diferentes etapas del diseño. Finalmente, se remitirá el material terminado por correo electrónico a la Dirección de Comunicación, con copia a las áreas involucradas, para su aprobación. Se informará sobre la finalización de la tarea y se proporcionarán detalles técnicos necesarios para su uso o aplicación. En caso de no contar con fotografías actualizadas necesarias para la elaboración de los materiales, se tendrán dos opciones. La primera consistirá en tomar fotografías utilizando las cámaras fotográficas, equipos y colaboración del personal disponibles en la dirección. La segunda opción será utilizar bancos de imágenes con licencia Creative Commons Zero (gratuitas) o bancos de imágenes pagas. Para las descargas de fuentes tipográficas y/o elementos gráficos (imágenes vectoriales, plantillas, íconos, etc.), se aplicarán los mismos criterios en cuanto a las licencias de uso comercial.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Correos remitidos para solicitar materiales 5- Informe mensual de los materiales realizados y solicitados.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>		<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CÓDIGO: ME/3</b>		<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 4: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL</b>				<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar lineamientos de Identidad Visual Corporativa de la institución, plasmadas en el Manual de Identidad, aprobado por la máxima autoridad institucional y generar contenidos gráficos y audiovisuales correspondientes.		
<b>No.</b>	<b>Actividades</b>	<b>Tareas</b>	<b>Método</b>	<b>Registros Aplicables</b>	<b>Procedimientos Asociados</b>	<b>Cargo Responsable</b>
2	Desarrollar y almacenar materiales publicitarios y comunicacionales de la institución, según lineamientos del Manual de Identidad Corporativa.	Producción audiovisual, que incluye la filmación y edición de videos publicitarios e institucionales. Para el cumplimiento del Calendario de Marketing y actividades relacionadas a la comunicación institucional.	<p>A solicitud de las demás dependencias de la Dirección de Comunicación y Marketing, y de acuerdo con el Calendario de Marketing, se procederá a realizar producciones audiovisuales utilizando herramientas informáticas debidamente actualizadas. Los pasos a seguir son los siguientes:</p> <p>1) Reunión inicial: Se llevará a cabo una reunión con el área encargada de expedir o socializar el material audiovisual producido. En esta reunión se obtendrán las directrices, parámetros y datos necesarios para el proceso. Se iniciará la preproducción, que incluye la planificación y desarrollo del concepto (proceso creativo). El resultado de esta etapa se pondrá a consideración del área requiriente, y una vez aprobada la idea o concepto, se dará inicio a la fase de producción.</p> <p>2) Producción audiovisual: En caso de no disponer de imágenes actualizadas, se procederá a realizar la toma de fotografías y videos dentro y fuera de las sedes de la institución para los fines de la organización. Se utilizarán cámaras, equipos y accesorios adecuados con los que dispone la dirección, tomando todas las precauciones para preservar la integridad de estos activos.</p> <p>3) Postproducción: En esta fase, se procesarán las imágenes y videos mediante software especializado en tratamiento de audio y video. El objetivo es obtener un material publicitario o institucional acorde a los lineamientos de Identidad Corporativa.</p> <p>Finalmente, se remitirá el enlace del material terminado (almacenado en la nube) por correo electrónico y/o a través de dispositivos de almacenamiento a la Dirección de Comunicación, con copia a las áreas involucradas, para su aprobación. Se informará sobre la finalización de la tarea y se proporcionarán los detalles técnicos necesarios para su uso o aplicación. En el caso de requerir elementos gráficos y de audio para la elaboración de dichos materiales, se tomarán en cuenta los mismos criterios de uso de licencias comerciales mencionadas en el método para la tarea de producción gráfica.</p>	<p>1- Registro de convocatoria para reuniones.</p> <p>2- Planilla de Registro de asistencia.</p> <p>3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional</p> <p>4- Correos remitidos para solicitar materiales</p> <p>5- Informe mensual de los materiales realizados y solicitados.</p>	<p><b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE.</p> <p><b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023.</p> <p><b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.</p> <p><b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE.</p> <p><b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023.</p> <p><b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.</p>	Jefe del Departamento de Producción Gráfica y Audiovisual


		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			<b>Código:</b>	<b>FR/DP-DCOM-25</b>
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			<b>Revisión:</b>	<b>09</b>
<b>(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)</b>						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA:</b> DCOM	<b>CÓDIGO:</b> ME/3	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO:</b> ME/3.1	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 4: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN GRAFICA Y AUDIOVISUAL</b>			<b>CODIGO:</b> ME/3.1.4	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar lineamientos de Identidad Visual Corporativa de la institución, plasmadas en el Manual de Identidad, aprobado por la máxima autoridad institucional y generar contenidos gráficos y audiovisuales correspondientes.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
2	Desarrollar y almacenar materiales publicitarios y comunicacionales de la institución, según lineamientos del Manual de Identidad Corporativa.	Almacenamiento y archivo multimedia, que incluyen todos los formatos y plantillas generados para facilitar la creación de material publicitario, como así también, todos los materiales gráficos y audiovisuales generados por la dirección.	Todo material fotográfico, de filmación o gráfico y audiovisual producido o recibido deberá ser almacenado en medios externos, debidamente etiquetado, identificado y resguardado. Estos archivos, a su vez, se organizarán en una estructura de carpetas y subcarpetas claramente identificadas para facilitar su reconocimiento y acceso. La formulación de esta estructura de árbol de archivos quedará a criterio del responsable del área. Se recomienda que los nombres de las carpetas incluyan los años y meses en que fueron generados o recibidos los materiales, así como también el nombre de las categorías de esos elementos. Estas categorías pueden incluir fotografías, filmaciones, plantillas para presentaciones y otros fines, logotipos para encabezado de documentos o firmas de correo electrónico, así como materiales gráficos y audiovisuales recibidos y/o producidos.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Correos remitidos para solicitar materiales 5- Informe mensual de los materiales realizados y solicitados.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Producción Gráfica y Audiovisual
3	Controlar cantidad y calidad de materiales gráficos y audiovisuales.	Generar informe sobre el uso indebido de las marcas de la institución, en cada material publicitario o documento institucional a ser publicado, junto con las recomendaciones, buenas prácticas e imágenes de logotipos en alta resolución, para realizar las correcciones correspondientes.	Cada vez que la Dirección de Comunicación y las dependencias de la Institución lo requieran, se llevará a cabo un examen de los materiales publicitarios o institucionales generados tanto dentro de la institución como por los operadores de estaciones Petropar. Este examen tiene como objetivo determinar si esos materiales cumplen con los parámetros y lineamientos establecidos sobre el uso y aplicaciones de la marca. En caso de observarse lo contrario, se procederá a informar sobre las fallas encontradas y se realizarán recomendaciones para corregir los errores identificados. De ser necesario, se remitirán los logotipos en alta resolución a través de correo electrónico y medios de almacenamiento en la nube.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Correos remitidos para solicitar materiales 5- Informe mensual de los materiales realizados y solicitados.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Producción Gráfica y Audiovisual

		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>		<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CÓDIGO: ME/3</b>		<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 4: GESTIÓN DE PRODUCCIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL</b>				<b>CODIGO: ME/3.1.4</b>		<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar lineamientos de Identidad Visual Corporativa de la institución, plasmadas en el Manual de Identidad, aprobado por la máxima autoridad institucional y generar contenidos gráficos y audiovisuales correspondientes.
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
3	Controlar cantidad y calidad de materiales gráficos y audiovisuales.	Generar informes cuantitativos y cualitativos quincenales sobre materiales gráficos y audiovisuales producidos.	Se emitirá un breve informe sobre el cumplimiento de las tareas, utilizando la PETD. Este informe servirá como base para evaluar el rendimiento anual de producción gráfica y audiovisual, y la marca.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Correos remitidos para solicitar materiales 5- Informe mensual de los materiales realizados y solicitados.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Producción Gráfica y Audiovisual
		Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional, para controlar y evaluar resultados semanales y proponer mejoras relacionadas con el uso y aplicación de la marca en los materiales elaborados y publicados.	Después de enviar el informe sobre el cumplimiento de las tareas de la semana, se convocará a una reunión para realizar ajustes en los conceptos, plantillas y elementos utilizados en la elaboración de materiales gráficos y audiovisuales, ya sean publicitarios o institucionales. Durante este análisis, se abordarán aspectos como imágenes, videos y estilos de texto que resulten llamativos y coherentes con los valores y objetivos de la marca. Se diseñarán específicamente para cada segmento de mercado, audiencia, medio o canal utilizado. También se considerará el feedback del público objetivo, entre otros aspectos relevantes. Estas reuniones serán convocadas según la necesidad, y contarán con la participación de los responsables asignados a las tareas que serán analizadas.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional 4- Correos remitidos para solicitar materiales 5- Informe mensual de los materiales realizados y solicitados.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	
		Cargar la Planilla Electrónica de Tareas de Producción Gráfica y Audiovisual.	Al recibir una solicitud de tarea, ya sea por correo institucional, memorando, nota o minuta de reunión, o al momento de ejecutar una tarea rutinaria del área, se registrará la dependencia o área solicitante, junto con la descripción y el producto o documento asociado (por ejemplo: informe, comunicado, acta, pieza gráfica, video, publicación, etc.). Una vez reunidos todos los insumos necesarios para su ejecución, se procederá a cargar la tarea en la PETD correspondiente a la semana en curso. Durante la jornada se actualizará su avance conforme al desarrollo del trabajo, y al cierre del día se registrará su estado final como en espera, en proceso o finalizado, garantizando la trazabilidad, el control diario y la correcta vinculación de cada tarea con su resultado documental o producto entregable.	1-Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia; 2-Acta o Minuta de Reunión 3-Evidencias de respaldo de cumplimiento. 4-Correo electrónico Institucional 5-Notas o Memorandos	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de	

		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>		Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>  <b>CÓDIGO: ME/3</b>	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>		Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.		
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO: OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.</b>						
<b>SUBPROCESO 5: GESTIÓN DE PRENSA</b>			<b>CODIGO: ME/3.1.5.</b>	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación institucional, relaciones públicas con los medios y gestión de crisis comunicacional, plasmados en el Plan de Comunicación y Marketing y Manual de Crisis, aprobados por la máxima autoridad institucional.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
1	Elaborar objetivos y estrategias relacionados a la comunicación institucional, gestión de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación.	Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional, para evaluar resultados sobre la comunicación institucional, gestión de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación, y proponer cambios o mejoras en el Manual de Crisis y en el Plan de Comunicación y Marketing Institucional	Se agendarán reuniones con la Dirección de Comunicación y sus dependencias para examinar detalladamente los objetivos y estrategias de prensa y relaciones públicas con los medios de comunicación y otros grupos de interés. Estos aspectos forman parte del Plan de Comunicación y Marketing Institucional y del Manual de Manejo de Crisis. Este examen se realizará después de analizar la situación actual de la empresa y su entorno mediante un análisis FODA, siguiendo las directrices emanadas del MITIC, así como la Visión, la Misión, los Valores y los Objetivos Estratégicos e Institucionales. Durante estas reuniones, se evaluará la viabilidad y relevancia de los objetivos generales y específicos correspondientes al Departamento de Prensa, teniendo en cuenta el porcentaje de cumplimiento de objetivos y los resultados obtenidos en los análisis mencionados. Como resultado de esta evaluación, se propondrán mejoras en los planteamientos de objetivos generales y específicos, así como en las estrategias correspondientes.	1- Registro de convocatoria para reuniones. 2- Planilla de Registro de asistencia. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	
2	Implementar y ejecutar las tareas relacionadas a la comunicación institucional, gestión de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional y el Manual de Crisis.	Realizar convocatoria, según necesidad, de medios y establecer y mantener una base de datos de contactos, para difusión de noticias favorables de la institución, gestionando las relaciones con los medios de comunicación, de manera permanente y efectiva.	Se procederá a convocar a los medios de comunicación a las conferencias de prensa, a las presentaciones institucionales o cualquier evento de relevancia, según los siguientes criterios: 1) Se definirá el objetivo de la convocatoria, ya sea para el lanzamiento de algún producto, servicio, acción de RSE, responder a una crisis o compartir cualquier información relevante. 2) Se seleccionará la audiencia objetivo, es decir, los medios de comunicación cuyo público se adecue al tipo de contenido y propósito de la convocatoria. 3) Se redactará la convocatoria utilizando el formato oficial elaborado por el área y aprobado por la Dirección de Comunicación (cabecera con logotipo, título, motivo de la convocatoria, lugar, fecha y hora, datos de contacto de la organización y solicitud de confirmación de asistencia). 4) Por lo general, se enviará la convocatoria con suficiente antelación para asegurar la mayor participación posible. 5) Se debe mantener y actualizar una lista de medios de prensa, con nombres de contacto, números telefónicos y correos electrónicos, que servirá para mantener un registro de los medios confirmados para cada convocatoria y para realizar la difusión de anuncios importantes de la institución. 6) Antes y durante el evento, el encargado del área debe cumplir su rol de manera eficiente, mostrándose receptivo a las necesidades de los periodistas convocados. Esto implica gestionar solicitudes de información y entrevistas o cualquier otra necesidad que les pueda surgir, para garantizar una cobertura adecuada.	1- Registro de convocatorias o invitaciones para conferencias de prensa. 2- Registro de remisión de materiales institucionales. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional. 4- Materiales elaborados para el efecto. 5- Monitoreo de las repercusiones en los medios de prensa.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Prensa

		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>	<b>CÓDIGO: ME/3</b>	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO: OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.</b>						
<b>SUBPROCESO 5: GESTIÓN DE PRENSA</b>			<b>CODIGO: ME/3.1.5.</b>	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación institucional, relaciones públicas con los medios y gestión de crisis comunicacional, plasmados en el Plan de Comunicación y Marketing y Manual de Crisis, aprobados por la máxima autoridad institucional.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
2	Implementar y ejecutar las tareas relacionadas a la comunicación institucional, gestión de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional y el Manual de Crisis.	Participar en eventos institucionales internos y externos, y de la industria de hidrocarburos y biocombustibles, como así también en programas radiales y televisivos, con la finalidad de brindar información pública sobre la empresa y/o recabar información estratégica, para generar informes o noticias.	El encargado de prensa será designado, según necesidad, como parte del equipo de trabajo para la realización de coberturas de eventos institucionales. Deberá prepararse para realizar entrevistas o participar de ellas, a través de los diferentes medios de comunicación (medios radiales, televisivos o prensa escrita). Igualmente deberá asesorar a la alta dirección sobre el manejo de las preguntas y respuestas, adquiriendo previamente toda la información necesaria para responder acorde a cada situación que se presente y teniendo como lineamientos las políticas de comunicación y las estrategias y tácticas del Manual de Manejo de Crisis. En caso de crisis comunicacional, antes de emitir algún mensaje a la opinión pública o dar entrevistas, deberá reunirse con el equipo de crisis designado por la alta gerencia, para gestionar la comunicación apropiadamente ante los medios de prensa y otros grupos de interés.	1- Registro de solicitud de coberturas. 2- Registro de remisión y/o publicación de materiales institucionales. 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional. 4- Materiales elaborados para el efecto.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Prensa
		Redactar noticias que fortalezcan la imagen institucional y corregir textos producidos por la dirección, plasmados en gacetillas de prensa, boletines y otros formatos de comunicación impresos o digitales, para publicarlos en el sitio web, redes sociales y otros canales de comunicación.	Se producirá contenido informativo para el público en general, abordando los resultados de gestión y los procesos eficientes desarrollados internamente. Esto se realizará utilizando los formatos oficiales y los medios de difusión adecuados, con el objetivo de fortalecer la imagen y transparencia institucional. El área de prensa asistirá a las demás dependencias de la dirección, según la necesidad, en la elaboración de textos y mensajes institucionales. Se adaptará el tono y estilo al público objetivo correspondiente. Adicionalmente, se gestionará adecuadamente la crisis comunicacional. Esto ocurrirá previa conformación del equipo o comité de crisis designado por la alta gerencia. Se elaborarán informes de coyuntura y se responderá a las consultas de la prensa. Todo esto se llevará a cabo según la situación y el comportamiento de los medios, en base a lo establecido en el Plan de Comunicación y Marketing, en el Manual de Comunicación y el Manual de Manejo de Crisis.	1- Informe mensual de las actividades de coberturas, informaciones elaboradas y socializadas. 2- Registro de las informaciones replicadas en los medios de comunicación social.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	

		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>		Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>  <b>CÓDIGO: ME/3</b>		<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.	
<b>PROCESO:</b>		Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>		<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.	
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO: OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.</b>						
<b>SUBPROCESO 5: GESTIÓN DE PRENSA</b>			<b>CODIGO: ME/3.1.5.</b>		<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación institucional, relaciones públicas con los medios y gestión de crisis comunicacional, plasmados en el Plan de Comunicación y Marketing y Manual de Crisis, aprobados por la máxima autoridad institucional.	
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Generar informes sobre la gestión de la comunicación institucional, según la Planilla Electrónica de Control de Tareas por Dependencia y las métricas de prensa del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Mensualmente se elaborará un informe sobre la gestión de la comunicación institucional, utilizando la Planilla Electrónica de Control de Tareas por Dependencia y las métricas de prensa del Plan de Comunicación y Marketing Institucional. El informe consolidará los avances de las actividades de prensa, incluyendo indicadores de cumplimiento, desempeño y alcance de los mensajes difundidos. Asimismo, incorporará un análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados obtenidos, basado en la información registrada en la Planilla de Monitoreo de Medios, con el fin de evaluar la efectividad de las estrategias implementadas. Este documento servirá como insumo para la evaluación semestral y anual del rendimiento comunicacional institucional y para la toma de decisiones de mejora continua por parte de la Dirección de Comunicación.	1- Registro de Informes emitidos del área 2- Registro de informaciones replicadas en los medios de prensa.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación. <b>Resolución PR/DL N° 086/22</b> Por la cual se aprueba el Reglamento de Manejo de Crisis Comunicacional	
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional, para controlar y evaluar resultados y proponer medidas correctivas sobre la gestión de la comunicación institucional, las relaciones públicas y medios de comunicación u otras mejoras relacionada con la cobertura mediática y el tono de la comunicación institucional.	Luego de remitir el informe sobre el cumplimiento de las tareas realizadas se convocará a una reunión para realizar ajustes en el contenido, tono y estilo de los mensajes, así como en los formatos de comunicación institucional utilizados oficialmente. Durante este análisis se abordarán aspectos cruciales, como la claridad y simplicidad del lenguaje institucional empleado en textos o medios audiovisuales, adaptándolos a los diferentes grupos de interés. Adicionalmente, se revisará la gestión realizada sobre la crisis comunicacional, considerando las acciones tomadas y los resultados obtenidos. También se analizará el feedback del público objetivo, recibido mediante diversos medios de comunicación, y se examinará el informe de monitoreo de medios, entre otros aspectos relevantes. Estas reuniones serán convocadas según la necesidad y contarán con la participación de los responsables de la comunicación institucional. En caso necesario, se incluirá al equipo de crisis para abordar temas específicos relacionados con situaciones de emergencia o crisis comunicacional.	1- Registro de reuniones 2- Planilla de registro de asistencia 3- Resumen de la ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Institucional. 4- Materiales elaborados para el efecto.	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Prensa

		<b>PETROLEOS PARAGUAYOS - PETROPAR</b>			Código:	FR/DP-DCOM-25
		<b>Diseño de Procedimientos</b>			Revisión:	09
(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)						
<b>COMPONENTE: C. Componente de Control de la Implementación</b>				<b>PRINCIPIO: C.1. Control Operacional</b>		
<b>DEPENDENCIA RESPONSABLE: Dirección de Comunicación</b>				<b>ELEMENTO: C.1.2. Procedimientos</b>		
<b>MACROPROCESO:</b>	Comunicación Estratégica	<b>SIGLA: DCOM</b>	<b>CÓDIGO: ME/3</b>	<b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con la ciudadanía y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.		
<b>PROCESO:</b>	Comunicación Interna y Externa	<b>CODIGO: ME/3.1</b>	<b>OBJETIVO:</b> Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.			
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO AL PROCESO:</b> OE6 - PROCESOS INTERNOS - Potenciar la responsabilidad social, ambiental y la seguridad industrial.						
<b>SUBPROCESO 5: GESTIÓN DE PRENSA</b>			<b>CODIGO: ME/3.1.5.</b>	<b>OBJETIVO:</b> Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación institucional, relaciones públicas con los medios y gestión de crisis comunicacional, plasmados en el Plan de Comunicación y Marketing y Manual de Crisis, aprobados por la máxima autoridad institucional.		
No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Cargar la Planilla Electrónica de Tareas de Prensa.	Al recibir una solicitud de tarea, ya sea por correo institucional, memorando, nota o minuta de reunión, o al momento de ejecutar una tarea rutinaria del área, se registrará la dependencia o área solicitante, junto con la descripción y el producto o documento asociado (por ejemplo: informe, comunicado, acta, pieza gráfica, video, publicación, etc.). Una vez reunidos todos los insumos necesarios para su ejecución, se procederá a cargar la tarea en la PETD correspondiente a la semana en curso. Durante la jornada se actualizará su avance conforme al desarrollo del trabajo, y al cierre del día se registrará su estado final como en espera, en proceso o finalizado, garantizando la trazabilidad, el control diario y la correcta vinculación de cada tarea con su resultado documental o producto entregable.	1-Planilla Electrónica de Tareas por Dependencia; 2-Acta o Minuta de Reunión 3-Evidencias de respaldo de cumplimiento. 4-Correo electrónico Institucional 5-Notas o Memorandos	<b>Resolución MITIC N° 278/2020</b> Por la Cual se reglamentan los Artículos 9,10,11,12 y 13 del Decreto 2274/2019 sobre el Plan Anual de Comunicación de los Organismos y Entidades del Estado (OEE, los procesos de contratación pública de los OEE, sobre comunicación e información de Gobierno e Institucional y la aprobación previa del Ministerio de implementación de Acciones de Comunicación de los OEE. <b>Resolución PR/DL N° 378/21</b> Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. <b>Resolución PR/PR N° 348/22</b> Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación.	Jefe del Departamento de Prensa