



DEPENDENCIA: DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
C. Componente de Control de la Implementación	
C.1. Control Operacional	
C.1.2. Procedimientos	
DP - Diseño de Procedimientos - Revisión 1	
<i>(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)</i>	

Información, Comunicación y Telecomunicaciones
OBJETIVO: Desarrollar y mantener la plataforma tecnológica y la logística necesaria para garantizar la seguridad, integridad de los datos y la autenticidad de la información, con el fin de agilizar la obtención de informes y hacer confiable la ejecución de las operaciones internas en la administración, así como la generación de datos e información dirigida a los grupos de interés internos y externos.
PROCESO: M.A. 4.2 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA
OBJETIVO: 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.
SUB PROCESO: MA 4.2.1 GESTIÓN DE MARKETING INSTITUCIONAL
OBJETIVO: 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	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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.	Amar, 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	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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

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	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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.	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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
		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	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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
<i>[Firma]</i> Lic. María Sánchez Gómez Elaborado por: Dirección de Comunicación PETROPAR <i>[Firma]</i> Lic. Alfredo Britos Dpto. de Comunicación Interna y Enlace Interinstitucional PETROPAR				Fecha: 20 DIC 2023		
<i>[Firma]</i> Lic. Norma Caballero Directora Dirección de Comunicación PETROPAR				Fecha: 27 DIC 2023		
<i>[Firma]</i> Lic. William Wilka Gerente General PETROPAR				Fecha: 127 DIC 2023		



DEPENDENCIA: DIRECCION DE COMUNICACIÓN

C. Componente de Control de la Implementación

C.1. Control Operacional

C.1.2. Procedimientos

DP - Diseño de Procedimientos - Revisión 1

(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)

MACROPROCESO DE APOYO: Gestión de Información, Comunicación y Telecomunicaciones

OBJETIVO: Desarrollar y mantener la plataforma tecnológica y la logística necesaria para garantizar la seguridad, integridad de los datos y la autenticidad de la información, con el fin de agilizar la obtención de informes y hacer confiable la ejecución de las operaciones internas en la administración, así como la generación de datos e información dirigida a los grupos de interés internos y externos.

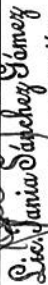
PROCESO: M.A. 4.2 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

OBJETIVO: 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.

SUB PROCESO: MA 4.2.2 GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y ENLACE INTERINSTITUCIONAL

OBJETIVO: 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.	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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
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 la gerencia encargada de la inducción y reinducción, sobre el desarrollo de mensajes efectivos, con el tono adecuado, mediante identificación de las audiencias y stakeholders, tanto internos como externos.	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.	Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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

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.	Elaborar documentos para comunicación interna y externa, tales como: comunicados, circulares, afiches de fechas especiales, cumpleaños de funcionarios, y formatos para socialización de objetivos misionales, con el objeto de difundirlos mediante el correo electrónico de la dirección y/o grupos de WhatsApp.	Se establecerá contacto con todas las Gerencias y Direcciones de la Institución para recopilar información relacionada con actividades, gestiones y resultados. Esta información se difundirá internamente a través de medios electrónicos o impresos con el fin de fomentar una cultura organizacional participativa y colaborativa, y aumentar el sentido de pertenencia. El procesamiento de la información se ajustará a los formatos comunicacionales oficiales, según lo establecido en el Manual de Identidad Corporativa y el Manual de Comunicación. La difusión de los materiales y documentos se llevará a cabo mediante los medios oficiales especificados en el Manual de Comunicación y el Plan de Comunicación y Marketing, sujeta a la aprobación de la Dirección de Comunicación.	Registro de Documentos con formatos Oficiales emitidos.	Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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
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. 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.	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. Al finalizar la semana laboral, se emitirá un breve informe sobre el cumplimiento de las tareas, utilizando la 'Planilla de Control de Tareas de Comunicación Cumplidas y en Proceso'. Este informe será fundamental para evaluar el rendimiento mensual y anual de la comunicación institucional. 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.	Encuesta de Comunicación Interna remitida vía correo electrónico para medir la efectividad de la gestión de comunicación. 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.	Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 Por la cual se aprueba el manual de identidad y manual de redes de la Dirección de Comunicación. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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
Elaborado por:				 Arnedo Britos Dpto. de Comunicación Interna y Enlace Interinstitucional PETROPAR	Fecha: 20 DIC 2023	
Revisado por:				 Lic. Juan Sánchez Juncos Dirección de Comunicación PETROPAR	Fecha: 27 DIC 2023	
Aprobado por:				 C. C. Vázquez Unidad de Gestión y Control de Gestión PETROPAR	Fecha: 27 DIC 2023	



DEPENDENCIA: DIRECCION DE COMUNICACION

C. Componente de Control de la Implementación

C.1. Control Operacional

C.1.2. Procedimientos

DP - Diseño de Procedimientos - Revisión 1

(Documento de referencia - Formato 93 - Manual de Implementación - MECIP)

MACROPROCESO DE APOYO: Gestión de Información, Comunicación y Telecomunicaciones

OBJETIVO: Desarrollar y mantener la plataforma tecnológica y la logística necesaria para garantizar la seguridad, integridad de los datos y la autenticidad de la información, con el fin de agilizar la obtención de informes y hacer confiable la ejecución de las operaciones internas en la administración, así como la generación de datos e información dirigida a los grupos de interés internos y externos.

PROCESO: M.A. 4.2 COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA

OBJETIVO: 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.

SUB PROCESO: MA 4.2.3 GESTIÓN DE PRODUCCION GRAFICA Y AUDIOVISUAL

OBJETIVO: 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	Proponer cambios y mejoras en la Línea Gráfica del Manual de Identidad Corporativa de la institución.	Reuniones con la Dirección de Comunicación y Marketing Institucional y encargados de sus dependencias, para evaluar resultados relacionados a la percepción y reconocimiento de marca y proponer cambios o mejoras en la Línea Gráfica del Manual de Identidad Corporativa	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.	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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 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, iconos, 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.	Resolución MITIC N° 278/2020 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. Resolución PR/DL N° 378/21 Por la cual se aprueba el Plan de Comunicación y Marketing Institucional 2020-2023. Resolución PR/PR N° 348/22 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