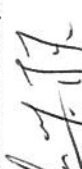
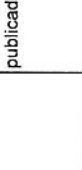


No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
2	Desarrollar y almacenar materiales publicitarios y comunicacionales de la institución, según lineamientos del Manual de Identidad Corporativa.	Producción audiovisual, que incluye la filmación y edición de videos publicitarios e institucionales. Para el cumplimiento del Calendario de Marketing y actividades relacionadas a la comunicación institucional.	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: 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. 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. 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. 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.	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
		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.	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

No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicables	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
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.	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/IDL 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
	Generar informes cuantitativos y cualitativos semanales sobre materiales gráficos y audiovisuales producidos.		Se emitirá un breve informe sobre el cumplimiento de las tareas, utilizando la 'Planilla de Control de Materiales Gráficos y Audiovisuales Producidos y en Proceso'. 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.	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/IDL 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
	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, planillas 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.	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/IDL 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
Elaborado por:	 Alfredo Britos Dpto. de Comunicación Institucional y Enlace Interinstitucional PETROPAR					Fecha: 12 0 DIC 2023
Revisado por:	 Lic. Norma Caballero Dirección de Comunicación PETROPAR					Fecha: 12 7 DIC 2023
Aprobado por:	 Lic. Wilma Wilka Gerente General PETROPAR					Fecha: 12 7 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 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

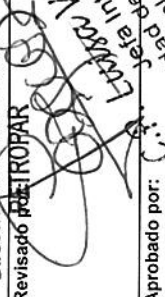
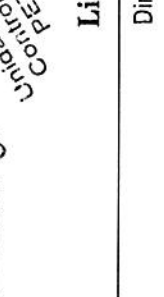
OBJETIVO: Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.

SUB PROCESO: MA 4.2.4 GESTION DE PRENSA

OBJETIVO: 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 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	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 Prensa
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 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.	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 Prensa

No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Apical	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. Poniendo especial atención en el lenguaje y tono institucional, según el tipo de audiencia y los lineamientos del Manual de Crisis y las Políticas de Comunicación.	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.	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 Prensa
		Redactar noticias que fortalezcan la imagen institucional y corregir textos producidos por la dirección, plasmados en gacetas 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.	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 Prensa
3	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Generar informes cuantitativos y cualitativos mensuales sobre la gestión de la comunicación institucional, gestión de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación, según la planilla de monitoreo de medios y las métricas de prensa del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Mensualmente se emitirá un breve informe sobre el cumplimiento de las tareas, utilizando la 'Planilla de Control de Materiales de Prensa Producidos y en Proceso'. Este informe servirá como base para evaluar el rendimiento de la cobertura institucional de prensa, tanto a nivel semestral como anual. En este informe se incluirá un análisis sobre el impacto mediático de las actividades de prensa y relaciones públicas institucionales. Este análisis se basará en la información recopilada en la 'Planilla de Monitoreo de Medios', proporcionando una visión integral del alcance y la efectividad de las estrategias de comunicación implementadas.	1- Registro de Informes emitidos del área 2- Registro de informaciones replicadas en los medios de prensa.	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. Resolución PR/DL N° 086/22 Por la cual se aprueba el Reglamento de Manejo de Crisis Comunicacional	Jefe del Departamento de Prensa

No.	Actividades	Tareas	Método	Registros Aplicados	Procedimientos Asociados	Cargo Responsable
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 la gestión de la comunicación institucional, las relaciones públicas y medios de comunicación u otras mejoras relacionadas 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.	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 Prensa
Elaborado por:  Lic. María Sánchez Gancay Dirección de Comunicación Revisado por:  Lic. Norma Caballero Directora Dirección de Comunicación PETROPAR				Fecha: 12 0 DIC 2023		
Revisado por:  Lic. William Wilka Gerente General PETROPAR				Fecha: 12 7 DIC 2023		