



SANIPES
Organismo Nacional de
Sanidad Pesquera

28/8/2023

**GERENCIA GENERAL -UNIDAD FUNCIONAL DE IMAGEN
INSTITUCIONAL**

PLA-002-2023-SANIPES-GG/UFII- 01

**“PLAN DE COMUNICACIONES DEL ORGANISMO NACIONAL DE SANIDAD
PESQUERA (SANIPES) 2023”**

Elaborado por:
GG/UFII

Revisado por:
OPPM y OAJ

Aprobado por:
GG





PLAN

DE COMUNICACIONES SANIPES

PROMOVEMOS PRODUCCIÓN PESQUERA Y ACUÍCOLA SALUDABLE

2023



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Organismo Nacional de
Sanidad Pesquera



BICENTENARIO
DEL PERÚ
2021 - 2024

I. ÍNDICE

A.-	INFORME DE COMUNICACIONES	Pág. 3
1.	PRESENTACIÓN.....	Pág. 4
2.	DIAGNÓSTICO.....	Pág. 5
3.	OBJETIVOS	Pág. 6
4.	RESULTADOS	Pág. 7
5.	ESTRATEGIAS.....	Pág.23
6.	ACTIVIDADES, METAS Y CRONOGRAMA	Pág.24
7.	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.....	Pág.25
B.-	PLAN DE GESTIÓN COMUNICACIONAL 2023	Pág. 28
1.	PRODUCTOS COMUNICACIONALES.....	Pág. 30



1. PRESENTACIÓN

1. PRESENTACIÓN

La Unidad Funcional de Imagen Institucional guía la gestión descentralizada y articulada de la comunicación externa (administrados, Consejo Directivo, gobiernos regionales, direcciones regionales de producción, sociedades, ADEX, Ministerio de la Producción, entre otros) e interna (colaboradores de Sanipes) con el propósito de contribuir con los objetivos estratégicos de la institución, a través del fortalecimiento de la imagen y reputación institucional logrando un acercamiento con nuestros administrativos y posicionando a Sanipes como autoridad sanitaria con reconocimiento internacional y nacional en el ámbito pesquero y cuícola, a través de la creación de productos comunicacionales para todos nuestros stakeholders y población en general.

Nuestra labor está abocada en dar a conocer y posicionar al Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (Sanipes) como autoridad que busca asegurar la sanidad e inocuidad de los productos pesqueros, acuícolas y piensos de origen hidrobiológico, con el propósito de proteger la vida y la salud de las personas a través de normas y actividades de fiscalización, habilitación y certificación sanitaria, contribuyendo también a la competitividad.

Trabajamos en equipo y practicamos la cocreación. Contamos con un equipo profesional que crea y desarrolla productos con soluciones efectivas, buscamos los formatos que nos aseguren un mensaje eficaz.



2. DIAGNÓSTICO

2019	ACTUALIDAD
Ausencia de Plan de Comunicaciones con las acciones y estrategias a realizar para posicionar a Sanipes como autoridad sanitaria.	Contamos con un Plan de Comunicaciones que contiene el diseño de la estrategia comunicacional de Sanipes para dar a conocer las acciones que realiza la autoridad sanitaria (interno, externo, medios y redes sociales).
Ausencia de Manual de Identidad; no contaban con línea gráfica y el uso del isologo institucional era mal empleado, esto confundía al público y no permitía una rápida identificación.	Se desarrolló e implementó el Manual de Identidad, con la línea gráfica y tipos de uso homogéneo del isologo. A su vez, se creó el slogan: “Promovemos Producción Pesquera y Acuícola Saludable”, este nos permitió crear conocimiento y posicionamiento del trabajo de Sanipes en nuestros stakeholders.
Se contaba con una red social (Facebook), la cual tenía 14 000 seguidores. No contaban con una estrategia ni parrilla de contenidos.	- Se creó y gestionó la estrategia digital, a través de la cual se analizó qué tipo de publicaciones tenían más alcance y gustan más a los seguidores. Se desarrollaron acciones que permitieron el crecimiento de la comunidad, así como de engagement. Actualmente, contamos con Facebook (47 769 seguidores), Instagram (3 297 seguidores) y Twitter (7 684). - Este año, se implementó la red social TikTok contamos con 105 seguidores.
Escasa difusión de notas de prensa y colocación en medios de comunicación a nivel nacional.	- Se creó una estrategia de prensa: a través del análisis y evaluación de medios se desarrolló un plan de acción que permita tener presencia en medios de comunicación a nivel nacional. - Se realiza clipping y monitoreo de notas desarrolladas. Actualmente venimos desarrollando 4 a 5 notas al mes, sobre las acciones y actividades que realiza la autoridad sanitaria.
Difusión de videos y post gráficos poco desarrollados.	Se trabajó la línea de comunicación, a través de la estrategia externa e interna se desarrolló la construcción de mensajes y productos comunicacionales según cada público objetivo.
No existían campañas de comunicación.	Desarrollamos una estrategia publicitaria para crear campañas de comunicación (de lanzamiento, mantenimiento y recordación). Trabajamos cada etapa con el fin de generar contenido de interés de nuestro público objetivo.

3 OBJETIVOS

3.1.- OBJETIVO GENERAL

Posicionar y fortalecer la imagen del Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (Sanipes) como la máxima autoridad sanitaria en recursos y productos hidrobiológicos en nuestro país, reconocida por su papel fundamental de garantizar la sanidad e inocuidad de los alimentos hidrobiológicos, a través de estrategias de comunicación efectivas y acciones que promuevan la confianza y el conocimiento público sobre sus funciones y logros.

3.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Desarrollar una identidad visual sólida:** Este objetivo implica establecer una identidad visual coherente y representativa de Sanipes, que incluye el logotipo distintivo, una paleta de colores institucionales y elementos gráficos consistentes. Esto ayudará a fortalecer el reconocimiento de la marca y a transmitir una imagen institucional unificada.
- **Incrementar el nivel de conocimiento y reconocimiento de Sanipes en las redes sociales:** Este objetivo implica aumentar la visibilidad de Sanipes en las plataformas de redes sociales, como Facebook, X, Tiktok, Instagram, LinkedIn, YouTube. Se busca que un mayor número de usuarios identifiquen y reconozcan a Sanipes como autoridad sanitaria en la industria pesquera y acuícola. Esto se puede lograr mediante la implementación de estrategias de contenido relevantes y atractivas, así como el uso de técnicas de promoción adecuadas para alcanzar al público objetivo.
- **Implementar estrategias de comunicación interna y externa:** Establecer una estrategia de comunicación interna efectiva permitirá mantener informado y comprometido al personal de Sanipes, mientras que una estrategia de comunicación externa adecuada ayudará a difundir los logros, actividades y valores de la institución. Esto puede incluir la realización de boletines internos, comunicados de prensa, participación en eventos y colaboraciones con medios de comunicación.
- **Realizar y apoyar campañas de sensibilización y difusión:** Este objetivo específico se enfoca en diseñar y ejecutar campañas de sensibilización y difusión que promuevan una imagen positiva de Sanipes y resalten su papel como autoridad sanitaria en la industria pesquera y acuícola. Estas campañas pueden incluir la producción de materiales impresos, videos, infografías y actividades u otros canales de comunicación relevantes.

- Evaluar y gestionar la percepción de la imagen institucional: Para mantener y fortalecer la imagen institucional de Sanipes, es fundamental realizar estudios periódicos para evaluar la percepción que tienen los diferentes grupos de interés sobre la institución. Con base en los resultados, se deben implementar acciones correctivas o de mejora para gestionar y alinear la imagen con los objetivos establecidos.
- Seguir diseñando y creando productos comunicacionales al servicio de nuestros administrados y población en general con la finalidad de promover cambios y el mejoramiento de su calidad de vida.



4. RESULTADOS

4. RESULTADOS:

Las actividades de la Unidad Funcional de Imagen Institucional estuvieron enfocadas en acciones de prensa, redes sociales, publicidad, producción audiovisual y gráfica, así como producción de eventos institucionales. En tal sentido, se alcanzaron los siguientes resultados por temas:

A. EN PRENSA

● MONITOREO DE MEDIOS

Realizamos **4 047** acciones de monitoreo diario y permanente de medios de comunicación para:

- Alertar las noticias impactantes en las que Sanipes esté mencionado de manera positiva o negativa.
- Reportar las probables crisis que podrían generarse en el sector.
- Preparar plan de respuesta comunicacional para contrarrestar riesgos y crisis.

● SÍNTESIS INFORMATIVA

Sistematización de principales noticias del sector pesca, acuicultura, Produce y coyunturales, enviados diariamente de lunes a viernes a presidencia ejecutiva, gerencia general, directores y colaboradores de Sanipes vía Whatsapp y mailing. Hasta la fecha se han desarrollado 860 síntesis informativas.

● NOTAS DE PRENSA

Se elaboraron **361** notas de prensa sobre las actividades que Sanipes realiza. La difusión se dio a los medios de comunicación en los ámbitos locales, regionales y nacionales, además de ser alojadas en la página web, redes sociales y se comparte vía mailing a los colaboradores de la entidad.

● CLIPPING DE NOTICIAS

Sistematización de la difusión de las notas de prensa que enviamos a los entornos comunicativos convencionales y digitales, y el rebote que tuvieron dichas noticias en los medios de comunicación a nivel nacional. Todos los meses se prepara un reporte informativo enviado por mailing a las principales autoridades del Ministerio de la Producción, funcionarios de Sanipes, Consejo Directivo y colaboradores de Sanipes. Hasta la fecha tenemos **1 552** noticias publicadas.

● GESTIÓN DE CRISIS INSTITUCIONAL

Referido a la gestión de la comunicación de crisis ante un suceso o evento desfavorable para la imagen institucional y prestigio de la entidad, con el objetivo de reducir el impacto u opinión negativa generada con sus públicos primarios y secundarios. Se desarrolla en estrecha coordinación con la Presidencia Ejecutiva o algún funcionario o equipo que esta designe. Para lo cual se desarrolló:

Minisite acerca de la respuesta de Sanipes ante la Emergencia Ambiental

<https://www.sanipes.gob.pe/acciones-institucionales/>

● MICRONOTICIERO SANIPES INFORMA

Edición mensual del micronoticiero audiovisual “Sanipes Informa”, a fin de dar a conocer las acciones que realiza la entidad. El informativo maneja un formato corto, directo y cuenta con una presentadora. Hemos realizado 34 micronoticieros.



WEBSITE:

<https://www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/micronoticiero>

● REVISTA DIGITAL SANIPES INFORMA

Sistematización de las principales noticias que involucran a Sanipes tiene una emisión mensual. Se envía por mailing a todos nuestros stakeholders y se difunde al público en general a través de las redes sociales institucionales. Hemos elaborado 39 ediciones de la revista.

<https://www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/revistadigital>

B. COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES

Las plataformas digitales entregadas (Facebook y X) contaban con una comunidad de **14 000** y **2 000** seguidores en cada red social, respectivamente. A través del análisis de los canales digitales, se planteó crear una estrategia digital, creando el branding de productos y conceptos que engloben mensajes con la intención de afianzar lazos con nuestros seguidores y posicionar a Sanipes como autoridad sanitaria ante la comunidad digital. A su vez, como parte de este plan, se creó la cuenta institucional en Instagram, con el objetivo de atraer nuevos seguidores, siendo esta una red más didáctica y que cuenta con una gran número de usuarios

- A la fecha contamos con **47 201** seguidores en Facebook, **3 066** seguidores en Instagram y **7 477** seguidores en Twitter. Cabe recalcar que el crecimiento de la comunidad digital Sanipes, se ha logrado de manera orgánica, no se utiliza pauta publicitaria.
- Contamos con **2 141** publicaciones en redes sociales.
- Creamos un nuevo canal oficial de YouTube, plataforma donde se aloja todo el producto audiovisual creado por la unidad. Actualmente, contamos con **98** suscriptores.
- Incursionamos en la plataforma LinkedIn, donde se alojan los productos comunicacionales como el micronoticiario, la revista digital, Sanipes Semanal, entre otros. Se propone colocar logros, artículos realizados por la institución relacionados a temas como sanidad, inocuidad, habilitación sanitaria, importaciones, exportaciones, entre otros.
- Difusión de información de interés vía mailing a nivel interno (trabajadores) y externo (autoridades y entidades relacionados al sector).
- Creamos la cuenta oficial TikTok en junio de 2022, con videos de corta duración, siguiendo la línea coloquial que presenta esta red social adaptándolos de manera que presente los servicios que ofrece Sanipes, así como tips de inocuidad, habilitación sanitaria, etc. Actualmente, contamos con **52** seguidores.
- Publicación de contenido en la página web institucional (comunicados, notas de prensa, especiales, campañas, material audiovisual, entre otros).

C. EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Hemos producido **438** piezas audiovisuales de diferentes cortes con la finalidad de comunicar con precisión los mensajes de la institución:

● MAR DE CONOCIMIENTOS

Producto posicionado en las redes institucionales. Se cuenta con la participación de especialistas de la entidad, quienes nos brindan información de manera didáctica, sobre diversos temas que la institución aborda. La difusión se da a través del Facebook, X, Instagram y YouTube institucional.



● VIDEOS DE FECHAS CÉLEBRES

Desarrollamos material audiovisual para fechas célebres como: Bicentenario, “Día del Pescador”, aniversario Sanipes, “Día de la Acuicultura”, “Día de la Madre”, “Día del Padre”, Navidad, entre otros.



● GESTOS POLÍTICOS

Se realiza para afianzar una buena relación entre el presidente ejecutivo y nuestros stakeholders o administrados, para lo cual se viaja a las regiones y se incursiona en distintas tareas que realizan los colaboradores de Sanipes, siendo una estrategia de acercamiento de la autoridad con el administrado y la población. Se plasma en materiales audiovisuales con narración y descripción de la actividad realizada por el funcionario.



● STORYTELLING

Realizamos testimoniales con operadores de la cadena productiva de la pesca y acuicultura, con la finalidad que ponderen el trabajo que viene desarrollando Sanipes a nivel nacional, para ello se contó con la participación y apoyo de las oficinas sanitarias desconcentradas.



● SPOTS PUBLICITARIOS

Venimos trabajando en la creación de material audiovisual con un alto valor agregado y acabados en la producción, transmitiendo mensajes de impacto de corta duración. Dichos materiales tienen como objetivo desarrollar temas estratégicos para la institución, encabezar campañas comunicacionales y/o reposicionarnos en el imaginario de la opinión pública según la agenda comunicacional.



● VIDEOS ANIMADOS

Desarrollamos piezas comunicacionales con ilustraciones, gráficos, texto e imágenes en movimiento para explicar de forma más didáctica el alto contenido en información, técnico o muy especializado. Permite aproximar dicha información no solo a miembros de la cadena de producción, familiarizados con los temas, sino también a autoridades y público en general.



● SANICONSEJOS

Creamos una plataforma visual para la difusión de contenido práctico relacionado a materias de sanidad e inocuidad alimentaria hidrobiológico, utilizando un lenguaje amistoso con interlocutores cercanos. Buscamos llegar a los administrados y público en general.



● SANINOTAS

Son cápsulas audiovisuales que muestran el trabajo técnico y especializado de cada una de los temas y materias tratadas por la autoridad sanitaria.



● SALUDOS DE PERSONAJES CONOCIDOS Y AUTORIDADES

Se trabaja con personajes que gozan de reconocimiento por su trayectoria personal o profesional, creamos materiales que buscan llegar al público en general.



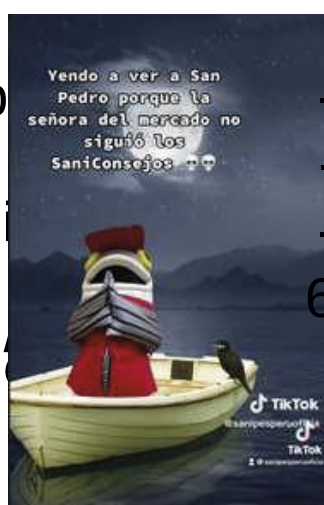
● VIDEOS INSTITUCIONALES

Trabajamos en condensar la misión de la institución, enfocada según la temática a desarrollar en cada caso. Así, conseguimos videos que logran comunicar los avances institucionales en diferentes temas, alineados en cada paso con los valores que poseemos en nivel macro.



● VIDEOS TIKTOKS

En junio de 2022, abrimos la cuenta oficial en la plataforma TikTok, con videos de corta duración, siguiendo la línea coloquial que presenta esta red social. Analizamos las propuestas actuales que se encuentran en tendencia y realizamos contenido creativo relacionado a temas de la institución como SaniConsejos, Inocuidad, servicios de Sanipes, entre otros.



D. EN MATERIALES GRÁFICOS

Hemos creado, diseñado, dibujado y diagramado **1 204** materiales gráficos distribuidos en los siguientes títulos:

● CÓMIC Y MICROCÓMICS

Venimos creando historietas como herramienta importante de difusión, en donde enseñamos de una manera lúdica y atractiva temas importantes de las competencias de Sanipes. Se trata de convertir lo técnico en algo digerible y amigable.

<https://www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/comics>

● MEMES

Acorde con las nuevas tendencias en comunicación digital, venimos explotando este formato de comunicación con publicaciones que buscan direccionar la atención del público hacia nuestras plataformas y temas de agenda.



También desarrollamos en diseño los temas abordados en el punto anterior:

- SaniConsejos
- SaniNotas
- Trivias
- ¿Sabías que?



- Tupa QR
- Memes
- Para tener en cuenta
- Mensajes Sanipes
- Sanito Recomienda

Además, de todos los productos trabajados para Sanipes, damos soporte a presidencia ejecutiva, gerencia general, direcciones de línea, oficinas y unidades funcionales en la elaboración de los materiales de difusión de los diversos proyectos que ejecutan.

E. GESTIÓN

Hemos realizado diversas coordinaciones y gestiones para cristalizar nuestros productos:

- Moción de saludo institucional por el Congreso de la República, donde reconocen el trabajo comunicacional desplegado por Sanipes en el marco del derrame de petróleo de Ventanilla.
- Desarrollo del Plan de Comunicaciones.
- Diseño de Manual de Identidad.
- Coordinación permanente con el Ministerio de la Producción, Organismos Públicos adscritos a Produce, Secretaría de Comunicación de la PCM, MIMP.
- Revisión y diagramación de los reportes de fiscalización y actualización del minisite por la emergencia ambiental.
- Gestión de crisis institucional.
- Entrenamiento de voceros institucionales.
- Redacción y difusión de comunicados institucionales.

F. EN PRODUCCIÓN DE EVENTOS

Nos encargamos de la producción y dirección de cada evento, se ensaya con los ponentes antes de sus presentaciones.





Hemos desarrollado **58** eventos presenciales y virtuales, entre los que destacan:

- Aniversario Institucional 2022 - 8 Años Sanipes (Talleres Sanipes).
- Taller de Cierre del Subproyecto PNIPA “Desarrollo de un Sistema de Rastreabilidad para la Transformación del servicio de Sanidad e Inocuidad Pesquera y Acuicola”.
- Entrega de títulos habilitantes a acuicultores de Puno.
- Inauguración del Área de Biología Molecular del Laboratorio de Sanidad Acuicola - Sede Puno.
- Día Mundial de la Inocuidad de los Alimentos - Webinar: Alimentos Inocuos, mejor salud.
- Feria Informativa Multisectorial “Semana Mundial sobre la Concientización de uso de Antimicrobianos 2022”.
- Feria IV Encuentro Productivo “Pesca con Valor”- Programa Nacional A Comer Pescado.

- Los productos creados y desarrollados por la Unidad Funcional de Imagen Institucional de Sanipes están alojados en el siguiente enlace:

<https://www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/comunicaciones>



5. ESTRATEGIAS

- Comunicación directa con los pescadores y empresas pesqueras a través de talleres, capacitaciones y visitas a puertos y centros de producción. Se enfatizará en la importancia de cumplir con las regulaciones sanitarias y se proporcionará información actualizada sobre las buenas prácticas de pesca y manipulación de productos pesqueros.
- Campañas de sensibilización dirigidas a los consumidores para promover la elección de productos pesqueros certificados por el Sanipes. Se utilizarán diversos canales de comunicación, como medios tradicionales, redes sociales y eventos públicos para transmitir mensajes claros sobre la seguridad y calidad de los productos pesqueros.
- Relaciones públicas y colaboración con los medios de comunicación para difundir noticias relevantes sobre el trabajo del Sanipes. Se organizarán conferencias de prensa, se enviarán comunicados de prensa regulares y se establecerá un contacto cercano con periodistas y editores para asegurar una cobertura precisa y positiva.
- Colaboración con entidades gubernamentales y organizaciones no gubernamentales para fortalecer la coordinación en materia de sanidad pesquera. Se establecerán alianzas estratégicas y se participará en eventos y grupos de trabajo relacionados con el sector pesquero para compartir información y promover buenas prácticas.



6. ACTIVIDADES, METAS Y CRONOGRAMA

Denominación	Tarea Operativa	Unidad Medida	Tipo	Nombre de Actividad	Unidad de Medida	Cronograma												Total Progr.
				Acción Operativa		En.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	
Gestión de la comunicación para el fortalecimiento de la imagen institucional	DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	INFORME	1	ELABORACIÓN DE INFORME DE REDES	INFORME	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
	DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	REPORTE	1	ELABORACIÓN DE REPORTE DE NOTICIAS	REPORTE	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
	DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	ACCION	1	ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE NOTAS DE PRENSA.	ACCION	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
	DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	ACCION	1	ELABORACIÓN DE MICRONOTICIERO "SANIPES INFORMA"	ACCION	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
	DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	ACCION	1	ELABORACIÓN DE REVISTA DIGITAL "SANIPES INFORMA"	ACCION	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
	DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	DOCUMENTO	2	ELABORACIÓN DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN GRÁFICAS INTERNAS Y EXTERNAS	DOCUMENTO	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120



7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Establecer métricas claras para evaluar el impacto de las actividades de comunicación, como el aumento en la percepción positiva del Sanipes.
- Encuestas y estudios de opinión: Realiza encuestas periódicas para medir el conocimiento, la percepción y la confianza del público objetivo hacia el Sanipes y sus acciones en materia de sanidad pesquera. Estos estudios pueden realizarse tanto antes como después de la implementación del plan para evaluar el impacto de las comunicaciones.
- Análisis de medios y redes sociales: Realiza un seguimiento regular de la cobertura mediática y las menciones en redes sociales relacionadas con el Sanipes. Mide la cantidad de menciones, el tono de las conversaciones y el alcance de las publicaciones para evaluar la visibilidad y la reputación de la organización. Utiliza herramientas de monitoreo en línea para obtener datos cuantitativos y cualitativos sobre la percepción pública.
- Indicadores de participación: Evalúa la participación de los diferentes públicos objetivo en las actividades y eventos organizados por el Sanipes. Registra el número de asistentes, el nivel de participación y el grado de interacción durante las capacitaciones, talleres, ferias y conferencias. Estos indicadores pueden ayudar a evaluar el compromiso y la efectividad de las comunicaciones.
- Análisis de tráfico web: Utiliza herramientas de análisis web para monitorear el tráfico en el sitio web del Sanipes. Analiza métricas como el número de visitantes, las páginas más visitadas, el tiempo de permanencia en el sitio y las acciones realizadas, como descargas de documentos o formularios completados. Esto te permitirá evaluar la eficacia del sitio web como herramienta de comunicación y la relevancia del contenido ofrecido.
- Evaluación de colaboraciones: Evalúa la efectividad de las alianzas estratégicas establecidas con entidades gubernamentales, organizaciones no gubernamentales y otros actores clave del sector pesquero. Realiza reuniones de seguimiento para evaluar los resultados y los beneficios obtenidos de estas colaboraciones, como el intercambio de información, el alcance de las actividades conjuntas y el impacto en la reputación del Sanipes.
- Retroalimentación del público objetivo: Fomenta la retroalimentación directa de los diferentes públicos objetivo a través de formularios de opinión, buzones de sugerencias, correo electrónico o redes sociales. El análisis y uso de la retroalimentación servirá para mejorar las estrategias de comunicación y adaptarlas a las necesidades y expectativas de los públicos objetivo.
- La evaluación y el seguimiento deben ser continuos a lo largo del Plan de Comunicaciones para permitir ajustes y mejoras en función de los resultados obtenidos.





LOGROS

3. LOGROS

- 1.- Posicionamiento de Sanipes y reconocimiento institucional a nivel internacional y nacional como autoridad sanitaria del país, y ante los stakeholders, (autoridades, sociedades, administrados, población) y la comunidad digital, mediante la creación de campañas innovadoras, inclusivas y creativas.
- 2.- Se afianzó la relación con nuestros administrados y el trabajo articulado con los gobiernos regionales, Direpros, sociedades y ADEX.
- 3.- Se crearon lazos con los medios de comunicación nacionales, regionales y locales para mantener una comunicación permanente, transparente y oportuna, sobre las actividades y proyectos que desarrollamos a nivel nacional de acuerdo a nuestras competencias.
- 4.- Creamos un slogan: “Promovemos producción pesquera y acuícola saludable”, línea gráfica y el uso homogéneo del isologo; esto nos permitió crear conocimiento, aceptación y recordación por nuestros stakeholders, lo que dio como resultado: identidad, buena imagen y por ende nos llevó al posicionamiento institucional.
- 5.- Se logró un alta difusión de las actividades publicadas en la página web, medios de comunicación y plataformas digitales locales, regionales y nacionales, a través de la elaboración de diversos productos comunicacionales.



PLAN DE GESTIÓN COMUNICACIONAL 2023





1. PRODUCTOS COMUNICACIONALES

1

PRODUCTOS COMUNICACIONALES

1.- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:

a) Programa Mar de Conocimientos

Se continuará trabajando el programa Mar de Conocimientos, producto posicionado en las redes institucionales. Se brindará información, de manera didáctica, sobre diversos temas que la institución aborda. La duración de cada material es de 1 minuto aproximadamente y es difundido en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube institucional.

b) Micronoticiero “Sanipes Informa”

Se desarrollará ediciones mensuales del micronoticiero “Sanipes Informa”, a fin de dar a conocer las acciones que realiza la entidad. Anualmente la cuña del inicio y final se actualiza y seguirá contando con una presentadora.

c) Sanipes Semanal

Producto audiovisual que contiene las actividades desarrolladas por la autoridad sanitaria en la semana, tiene una duración de 1 min aproximadamente. Se difunde los días sábados.

d) Video Acciones de Fiscalización

Video que resume las actividades semanales que realizan los fiscalizadores de Sanipes en sus visitas de inspección a terminales pesqueros, desembarcaderos y principales centros de abastos para asegurar la inocuidad de los alimentos hidrobiológicos.

e) Saniconsejos

Materiales de contenido práctico en temas de sanidad e inocuidad alimentaria hidrobiológica, usando un lenguaje amical y con interlocutores cercanos, con ello se busca llegar a nuestros stakeholders y público en general.

f) Saninotas

Cápsulas audiovisuales que muestran el trabajo técnico y especializado de cada uno de los temas y materias tratadas por la autoridad sanitaria, se desarrollan con un lenguaje coloquial y didáctico.

g) Videos fechas célebres

Se realizará material audiovisual para fechas célebres como el aniversario de Sanipes, Día del Pescador, Día de la Acuicultura, Navidad, entre otros.

h) Te quiero Sanito

El personaje principal de este material audiovisual tiene como figura a Sanito, ya conocido y aceptado por los diferentes públicos de Sanipes. Se busca que el personaje brinde distintos tips y consejos de sanidad e inocuidad, en compañía de especialistas técnicos de la entidad.

Serie de materiales audiovisuales de temas relacionados a las acciones que realiza la entidad, proyectos, investigaciones, entre otros, de manera didáctica y simple de entender. El contenido va dirigido a los administrados y usuarios de Sanipes.

i) Storytelling

Testimoniales de operadores de la cadena productiva de la pesca y acuicultura, con la finalidad de que ponderen el trabajo que viene desarrollando Sanipes a nivel nacional, es necesaria la participación y apoyo de las oficina sanitarias desconcentradas.

j) Spots

Creación de material audiovisual con un alto valor agregado y acabados en la producción, transmitiendo mensajes de impacto y de corta duración. Dichos materiales tienen como objetivo desarrollar temas estratégicos para la institución, encabezar campañas comunicacionales y/o reposicionarnos en el imaginario de la opinión pública según la agenda comunicacional.

k) Gestos Políticos

Crear y afianzar una buena relación entre el presidente ejecutivo y nuestros administrados, para lo cual se debe viajar a las regiones e incursionar en distintas tareas que realizan los colaboradores de Sanipes. Estos materiales audiovisuales contienen narración y descripción de la actividad realizada por la autoridad institucional.

l) Videos TikTok

Se realizará videos para la plataforma TikTok, siguiendo las últimas tendencias del momento y los hashtags para lograr su viralización. Son videos cortos, entendibles, creativos y con sentido del humor, que buscan la interacción y alcance de nuevos públicos.

2.- PUBLICIDAD:

a) Creación de la Banda de Sanito:

Personajes que acompañarán a la mascota principal y representarán a Sanipes en los distintos productos comunicacionales a realizar.

- Margarita (trucha arcoíris).
- Alonsita (concha de abanico).

b) Cómics y Microcómics:

Presentación de diversos temas institucionales de manera didáctica, crearemos contenido relacionado a proyectos, investigaciones, logros, avances, convenios, entre otros. La frecuencia de la difusión será de 1 al mes (si se trata de cómics) o 2 al mes (Microcómics) y tendrá como protagonistas a la Banda de Sanito, entre otros personajes. Se difunde por redes sociales, página web y vía mailing a nuestros stakeholders.

Actualmente venimos desarrollando microcómics que son de gran aceptación en el público.

c) Jingles:

Creación de 3 jingles que represente y acompañe los productos audiovisuales, campañas, eventos. Se creará 1 institucional (aniversario) y 2 para ser utilizado en fechas célebres (Día del Pescador y Navidad).

d) Campañas Publicitarias:

Se desarrollarán las siguientes campañas:

■ Enamórate de tu pescado

Tiene como objetivo promover la elección responsable de la compra y venta de pescados para sensibilizar a los ciudadanos sobre el reconocimiento de los recursos y piensos hidrobiológicos para proteger su salud y la vida de la población.

Se desarrollarán activaciones en mercados, playas y terminales pesqueros (merchandising: mandiles, bolsas de compra, stickers, imantados, destapadores, polos), desarrollo de notas de prensa, enlaces en vivo, pegado de afiches en mercados y distribución de flyers, desarrollo de spot publicitario tv, cápsulas audiovisuales, spot radial, video TikTok, diseño de meme, diseño de covers, para ser difundidos en redes y circuitos cerrados de instituciones estatales y privadas previo convenio a través de Cooperación Institucional.

■ Sanipes... siempre presente

El objetivo de la campaña es informar sobre las acciones desplegadas por la autoridad sanitaria para garantizar y dar la seguridad a la población de que los alimentos hidrobiológicos que llegan a los DPAs y se comercializan en terminal pesqueros y mercados de abasto son aptos para el consumo humano.

Se desarrollarán activaciones en mercados, terminales pesqueros (merchandising: mandiles, imantados, destapadores), desarrollo de notas de prensa, enlaces en vivo, pegado de afiches en tv, cápsulas audiovisuales, spot radial, video TikTok, diseño de meme, diseño de covers, para ser difundidos en redes y circuitos cerrados de instituciones estatales y privadas previo convenio a través de Cooperación Institucional.

■ **Vamos por más**

Tiene como objetivo dar a conocer casos exitosos de administrados y sus logros, a fin de que vean a Sanipes como aliado.

Se desarrollarán spot publicitario, cápsula audiovisual, testimoniales, video TikTok, diseño de meme, diseño de covers, para ser difundido en redes y circuitos cerrados de instituciones estatales y privadas previo convenio a través de Cooperación Institucional.

2.1.- INFORMES ESPECIALES:

Atención a la emergencia tras derrame de petróleo de Ventanilla

Abordaremos el desempeño de Sanipes en ámbito de las competencias de la autoridad sanitaria, que abarcó las inspecciones en mercados mayoristas y minoristas con análisis sensoriales y el monitoreo de las zonas de producción acuícola en el litoral limeño. Duración de 5 minutos aproximadamente, que contengan entrevistas a fiscalizadores sanitarios y agentes de la cadena productiva.

2.2.- PRENSA:

■ **Nota de prensa**

Se debe elaborar notas de prensa de manera semanal sobre las actividades, proyectos y acciones que viene trabajando Sanipes.

■ **Difusión en Medios de Comunicación**

Se coordinará con los medios de comunicación nacional, regional y local para la colocación y difusión de nuestras notas de prensa. El clipping de las mismas se compartirá en la web institucional, redes sociales y se enviará por mailing colaboradores.

■ **Revista Digital “Sanipes Informa”**

Redacción de las notas informativas, trabajo de las fotografías, diseño y diagramación de la revista en formato digital.

En ella se resumen las actividades y logros de Sanipes en el mes.

Se difunde a nuestros stakeholders a través de mailing y a la comunidad digital a través de nuestros redes sociales. Este formato debe salir 1 vez al mes.

■ **Síntesis Informativa Diaria:**

Se elabora diariamente, sistematizando las principales noticias sucedidas en el país, con temas de gobierno, coyuntura y actualidad, sector pesca y acuicultura, economía. Además de las principales leyes y normas del sector, publicadas oficialmente. Este documento se envía cada mañana a las principales autoridades de Sanipes y a los colaboradores por Whatsapp y mailing institucional.



■ **Monitoreo de Medios:**

Se busca y detecta diariamente, cualquier incidencia reportada que involucre al sector pesquero y acuícola de acuerdo al ámbito de las competencias de Sanipes. De encontrar alguna noticia negativa y probable crisis se reporta a Alta Dirección, Produce, Secretaría de Comunicaciones de PCM, se hace de seguimiento y se busca reducir el impacto en coordinación con los estamentos mencionados.

2.3.- REDES SOCIALES:

- Reforzaremos la difusión en la plataforma LinkedIn (habilitada desde noviembre del 2022) en esta se difundirán artículos desarrollados por alta dirección y jefes de las direcciones de Sanipes.
- Se continuará publicando los productos ya conocidos por la comunidad digital como Sabías qué, SaniConsejos, Micronoticiario “Sanipes Informa”, Para tener en cuenta Tupa QR, Trivia Sanipes, Mensajes Sanipes, Post carrusel, Memes, Microcómicos, Cómicos, Sanito Informa, Revista digital “Sanipes Informa”, Sanipes Semanal, Sanipes en Acción (fiscalizaciones).
- Se mantendrá actualizado el canal oficial de YouTube con los productos audiovisuales que se vayan generando.
- Se reforzará la difusión de contenido en TikTok, con temas relacionados a la direcciones de Sanipes, servicios que brinda la institución, entre otros. Los videos serán de corta duración y tendrán un formato amigable.
- Se propone realizar concursos, a través de las redes sociales, sobre temas de sanidad, inocuidad y procedimientos TUPA, a fin de generar mayor relación con la comunidad digital. A los ganadores se les entregará merchandising institucional.
- Este año es importante que los principales productos comunicacionales de Sanipes cuenten con pauta publicitaria.

2.4.- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:

- Media Traininig: Preparación de voceros y autoridades para que tengan conocimientos de como abordar una entrevista y tener una mejor relación con los medios de prensa. Se desarrolla parte teórica y práctica.

2.5.- PROTOCOLO Y EVENTOS VIRTUALES Y PRESENCIALES:

Se realizará la producción de eventos virtuales y presenciales, interviniendo en la planificación con las direcciones; organización que comprende la disposición del diseño de material comunicacional como invitaciones, backing y videos, así como los ensayos previos a los eventos, la ejecución de los mismos en vivo o presenciales y la posterior difusión en nuestros canales digitales y/o medios de comunicación.

2.6.- DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO:

- Elaboración del Manual de Identidad con los cambios de la nueva gestión gubernamental.
- Material Institucional.
- Productos gráficos para publicación en redes sociales.
- Wallpapers
- Diseño y diagramación de las evidencias (Reportes).

2.7.- EVIDENCIAS

El trabajo desarrollado por la Unidad Funcional de Imagen Institucional se medirá mes a mes a través de los siguientes reportes:

- **Reporte Informativo**
Contiene el alcance obtenido por las notas de prensa difundidas en medios de comunicación y portales web.
- **Reporte Redes Sociales**
Evaluación de las plataformas oficiales de Sanipes (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube y TikTok). Se trabaja el número de interacciones (likes, compartidos, etc.), alcance, aumento de seguidores, entre otros; a fin de dar a conocer como se van gestionando estas plataformas.
- **Reporte de Material Audiovisual**
Resumen de todas las piezas audiovisuales trabajadas en el mes incluyen además las campañas.
- **Reporte de Material Gráfico**
Resumen de todas las piezas gráficas que se han venido trabajando en el mes, se incluye las piezas institucionales y merchandising.

Estos 4 reportes se realizan cada fin de mes y se envían a la Alta Dirección de Sanipes, Consejo Directivo, colaboradores, así mismo, a las principales autoridades del Ministerio de la Producción.



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Organismo Nacional de
Sanidad Pesquera



BICENTENARIO
DEL PERÚ
2021 - 2024