

 PERÚ Ministerio de la Producción	 SANIPES Organismo Nacional de Sanidad Pesquera	Página 1 de 13
GERENCIA GENERAL – UNIDAD FUNCIONAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL		5/04/2024
PLA-003-2024-SANIPES-GG/IMAGEN-PE-04-01 “PLAN DE COMUNICACIONES 2024 DEL ORGANISMO NACIONAL DE SANIDAD PESQUERA”		

Elaborado por:
Imagen Institucional/GG

Revisado por:
UPM/OPPM/OAJ

Aprobado por:
GG



PLAN

DE COMUNICACIONES SANIPES

PROMOVEMOS PRODUCCIÓN PESQUERA Y ACUÍCOLA SALUDABLE

2024





“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

ÍNDICE

I. PRESENTACIÓN	4
II. DIAGNÓSTICO.....	5
III. OBJETIVOS	9
IV. PÚBLICO OBJETIVO	9
V. MENSAJES	9
VI. ALCANCE/COBERTURA.....	9
VII. RESULTADOS ESPERADOS.....	10
VIII. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.....	10
IX. PRESUPUESTO	11
X. ACTIVIDADES, METAS Y CRONOGRAMA - POI 2024	13



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

I. PRESENTACIÓN

En los últimos años se entiende a las comunicaciones como un elemento importante de gestión que no solo contribuye a informar sino a fortalecer la reputación de toda institución. Comunicar sobre el quehacer de una entidad es hoy una de las principales formas de transparentar la información.

Es importante señalar que una entidad que comunica de manera oportuna a todos sus *stakeholders* consigue posicionarse de manera positiva a nivel externo, fortaleciendo sus relaciones con sus aliados estratégicos; mientras que en el interno lo que se consigue es mantener un buen clima laboral, que es importante si se considera que los principales voceros son los colaboradores.

Es así que, el Organismo nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES), es un organismo técnico especializado adscrito al Ministerio de la Producción, encargado de normar, supervisar y fiscalizar la cadena productiva de las especies hidrobiológicas en sanidad, inocuidad pesquera, acuícola y de piensos a nivel nacional.

En ese contexto, la Unidad Funcional de Imagen Institucional del Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES) presenta el “Plan de Comunicaciones 2024”, que constituye una herramienta de gestión que contribuirá al logro de los objetivos institucionales enmarcado en las disposiciones en materia de comunicaciones e imagen institucional del ente rector.

El presente plan de comunicaciones busca difundir el quehacer de la entidad respecto a la inocuidad de los productos pesqueros, acuícolas y piensos de origen hidrobiológico con el propósito de proteger la vida y la salud de las personas.

El presente “Plan de Comunicaciones 2024”, se convierte en un instrumento que presenta las líneas estratégicas de comunicación externa e interna, buscando difundir el quehacer de la entidad a todos sus públicos objetivos.



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Organismo Nacional de
Sanidad Pesquera

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

II. DIAGNÓSTICO

La Unidad Funcional de Imagen Institucional fue creada el 01 de septiembre de 2022, mediante la Resolución de Gerencia General N° 079-2022-SANIPES/GG del SANIPES y es una Unidad Funcional dependiente de la Gerencia General.

La Unidad Funcional de Imagen Institucional es la unidad funcional encargada de la elaboración del "Plan de Comunicaciones 2024", que constituye una herramienta de gestión que contribuirá al logro de los objetivos institucionales enmarcado en las disposiciones contribuye en materia de comunicaciones e imagen institucional del ente rector.

La Unidad Funcional de Imagen Institucional, tiene las siguientes funciones:

- a) Proponer, formular e implementar las estrategias y lineamientos de comunicación externa de SANIPES, así como coordinar las actividades de relaciones públicas.
- b) Difundir información de interés y las actividades institucionales del Organismo Nacional de Sanidad Pesquera - SANIPES a los medios de comunicación social, coordinando las acciones correspondientes con los organismos del Sector.
- c) Brindar apoyo a los órganos y unidades orgánicas de SANIPES, en el desarrollo de actividades de comunicación externa y desarrollo de materiales de difusión.
- d) Coordinar estrategias conjuntas de comunicación externa e imagen institucional entre SANIPES, el Ministerio de la Producción y otros sectores del Gobierno Central.
- e) Coordinar, controlar y difundir la información relacionada con actividades de comunicación externa e imagen institucional en la página web y redes sociales de SANIPES.
- f) Velar y coordinar el cumplimiento de las normas sobre publicidad estatal, en el marco de la normatividad vigente.
- g) Las demás funciones que le sean asignadas por la Gerencia General, o aquellas que le sean dadas por normativa expresa, en el ámbito de su competencia.

A la fecha, SANIPES cuenta con 14 oficinas descentralizadas a nivel nacional, las cuales tienen actividades propias del quehacer de la institución que también requiere visibilidad y monitoreo permanente.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos el año 2023 en materia de prensa, comunicación digital y redes sociales, producción audiovisual y material gráfico.

Los resultados obtenidos reflejan el compromiso y dedicación de la Unidad de Imagen Institucional en alcanzar los objetivos propuestos y proyectar una imagen sólida antes nuestros stakeholders.

A. Prensa

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

Durante al año 2023, se elaboraron 47 notas de prensa, alcanzando 452 rebotes en diferentes medios de comunicación off y online.

B. Comunicación digital y redes sociales

El crecimiento de la comunidad digital del SANIPES ha sido alcanzado de forma orgánica. Hasta el 31 de diciembre de 2023, contamos con la siguiente cantidad de seguidores en diversas redes sociales, como se detalla en el siguiente cuadro.



C. Producción audiovisual

Durante el año 2023, se han producido diferentes piezas audiovisuales, las cuales se detallan a continuación:

PRODUCTO COMUNICACIONAL	CANTIDAD
Micronoticiero SANIPES Informa	12
Sabías que	8
Memes	24
Sanito recomienda	5
SANIPES semanal	39
Para tener en cuenta	11
Tiktoks	20
Trivia	9
SaniConsejos	9
Efemérides	31
SANIPES fiscalizó	22
Notas de prensa (LinkedIn)	21



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Organismo Nacional de
Sanidad Pesquera

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

PRODUCTO COMUNICACIONAL	CANTIDAD
Invitaciones	34
Versus	5
Saludo personajes o autoridades	9
Videos convenios	3
Tupa QR	11
Logros SANIPES (aniversario)	24

D. Material gráfico

Durante el año 2023, se han creado, diseñado, dibujado y diagramado materiales gráficos como:

- Revista digital SANIPES Informa
- Memes
- SaniConsejos
- Trivia
- Sabías que
- Tupa QR
- Para tener en cuenta
- Tarjeta de invitaciones para capacitaciones
- Sanito Recomienda
- Tarjetas de saludo institucional
- Diagramación de reportes de fiscalización
- Firmas digitales
- Indumentaria y merchandising

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.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

Matriz FODA Imagen Institucional:

		FAVORABLE (POSITIVO)	DESFAVORABLE (NEGATIVO)
 ANÁLISIS INTERNO (INSTITUCIÓN)	 <p>FORTALEZAS</p>	 <p>DEBILIDADES</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personal capacitado y con conocimientos de las funciones que realiza la institución. 2. Buena comunicación con los medios de comunicación 3. Buena comunicación con las direcciones de línea y Oficinas Sanitarias desconcentradas 4. Productos comunicacionales elaborados con éxito y a tiempo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura poco adecuada para algunas funciones del área. 2. Cuenta con presupuesto insuficiente. 3. Falta de personal: redactor, especialista en campañas 4. Falta de equipos especializados. 5. Demora en la aprobación de los productos comunicacionales. 	
ANÁLISIS EXTERNO (CONTEXTO)	 <p>OPORTUNIDADES</p>	 <p>AMENAZAS</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los medios de comunicación reconocen a SANIPES como organismo técnico especializado. 2. Fomentar la formalización de pescadores, acuicultores, etc., a través de la ejecución de campañas y realización de productos audiovisuales. 3. Acercamiento a los administrados, a través de historias de vida acerca del trabajo articulado realizado con SANIPES. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crisis que no son resueltas a tiempo porque son multisectoriales. 2. Alertas sobre productos hidrobiológicos que son informados a destiempo. 	

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

III. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Fortalecer, orientar y definir las estrategias comunicacionales, acciones, y metas en concordancia con los objetivos institucionales de la entidad, con la finalidad de posicionar la imagen institucional del SANIPES, como autoridad sanitaria de los recursos y productos hidrobiológicos de nuestro país.

3.2. Objetivos Específicos

- Difundir las funciones del SANIPES para garantizar la sanidad e inocuidad de los alimentos hidrobiológicos.
- Fortalecer la marca del SANIPES en la agenda pública como la institución encargada de asegurar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos hidrobiológicos en el territorio nacional.
- Promover la identidad institucional de los servidores y servidoras en relación con los objetivos, valores, lineamientos internos y atributos de la marca SANIPES.

IV. PÚBLICO OBJETIVO

4.1. Principal

Administrados: involucra a todos los agentes que intervienen en la cadena de producción hidrobiológica.

4.2. Secundario

- Público en general
- Medios de comunicación
- Autoridades sanitarias
- Asociaciones vinculadas a la pesca y acuicultura
- Academia

4.3. Aliados

Gobiernos locales y regionales.

V. MENSAJES

- Cumplimiento de la normativa sanitaria.
- Cumplimiento de buenas prácticas de higiene y saneamiento.
- Reconocimiento de las certificaciones sanitarias en productos hidrobiológicos.
- Promover la inocuidad.
- Fomentar la formalización.

VI. ALCANCE/COBERTURA



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

El Plan de Comunicaciones del Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES) 2024, se ejecuta por la Unidad Funcional de Imagen Institucional como responsable de programar, conducir, dar seguimiento y evaluar el cumplimiento del plan en todo el ámbito de intervención del SANIPES.

VII. RESULTADOS ESPERADOS

Las actividades de la Unidad Funcional de Imagen Institucional se enfocan en acciones de prensa, redes sociales, producción audiovisual y gráfica, así como producción de eventos institucionales.

VIII. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

En virtud del desarrollo de sus tareas y funciones, la Unidad Funcional de Imagen Institucional trabaja seis ejes de intervención:

8.1. Gestión de Prensa:

Se realiza acciones encaminadas a difundir los avances, resultados, fiscalizaciones, información institucional en general en prensa, radio, televisión y plataformas digitales a nivel local, regional o nacional, generando contenidos de interés periodístico y que responda a nuestro público objetivo.

Esta estrategia también prevé la identificación de alertas, y la atención oportuna de crisis comunicacionales. Para ello es determinante contar con la información oportuna de las direcciones de línea e identificar voceros a nivel nacional.

8.2. Gestión de la Comunicación Digital:

En estos tiempos, los smartphones y otros dispositivos electrónicos, así como el crecimiento acelerado de la conectividad a internet, han posicionado a las redes sociales como una de las principales fuentes de información, en especial en los sectores más jóvenes.

En ese sentido, para SANIPES el uso de estos medios de difusión e interacción, son herramientas indispensables para dar a conocer información sobre el quehacer de la institución, incluida la sensibilización y capacitación a los agentes y consumidores.

Esta estrategia planifica y produce piezas comunicacionales y campañas que serán difundidas a través de a través de las cuentas del sector en: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok y YouTube.

8.3. Gestión de la Comunicación Audiovisual:

Este tipo de comunicación ofrece un gran potencial para captar la atención, interesar y transmitir conocimientos, permitiendo crear y gestionar productos en audio y video para diversos canales de comunicación.



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Organismo Nacional de
Sanidad Pesquera

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Asimismo, coordina el trabajo fotográfico de todos los eventos que promueva la institución.

8.4. Comunicación social:

Comprende la realización de campañas de comunicación que incluyen activaciones, organización de charlas, articulación con aliados estratégicos, elaboración de contenidos para los banners de redes sociales y los materiales de comunicación impresos (volantes, trípticos, rotafolios, banner roller, paneles, etc.), propuesta de merchandising, producción de videos promocionales, institucionales, testimoniales, entre otras piezas de comunicación que refuercen la presencia de la marca SANIPES, conforme a lo establecido en el Manual de Identidad Gráfica.

8.5. Eventos y espacios de interacción:

Es la ejecución de actividades protocolares oficiales, eventos institucionales y/o reuniones con entidades nacionales e internacionales que permiten generar ambientes informativos propicios para el diálogo con los diversos públicos del SANIPES y fortalecer la imagen de la institución con los aliados estratégicos y/o población en general. Esta estrategia busca generar valores intangibles tales como la confianza, la credibilidad y el compromiso institucional

8.6. Gestión de la Comunicación interna:

Comprende las acciones de difusión enfocadas a compartir la información institucional con los colaboradores, para fomentar la identidad y valores institucionales, además de impulsar un sentido de pertenencia hacia SANIPES.

En esta estrategia, la Unidad Función de Imagen Institucional coordina con la Unidad de Recursos Humanos, las campañas y/o materiales que se programen en conjunto y que se emiten a los colaboradores a través de los diversos canales internos.

IX. PRESUPUESTO

Respecto al presupuesto se requiere la implementación de algunos equipos y servicio de monitoreo para alcanzar nuestros objetivos:

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

COSTO REFERENCIAL - PLAN DE COMUNICACIONES			
Nº	BIEN O SERVICIO	ESPECÍFICA DE GASTO	2024
1	Coordinadora de la Unidad Funcional de Imagen Instucional (CAS)	2.1.1.13.1.2	S/118,028
2	Coordinadora de la Unidad Funcional de Imagen Instucional (CAS) - ESSALUD	2.1.3.1.1.15	S/1,877
3	Coordinadora de la Unidad Funcional de Imagen Instucional (CAS) - AGUINALDO	2.1.1.9.1.2	S/600
4	Analista en comunicación audiovisual (CAS)	2.1.1.13.1.1	S/64,028
5	Analista en comunicación audiovisual (CAS) - ESSALUD	2.1.3.1.1.15	S/1,877
6	Analista en comunicación audiovisual (CAS) - AGUINALDO	2.1.1.9.1.2	S/600

COSTO REFERENCIAL - PLAN DE COMUNICACIONES			
Nº	BIEN O SERVICIO	ESPECÍFICA DE GASTO	2024
7	Analista en gestión de redes sociales (CAS)	2.1.1.13.1.1	S/45,897
8	Analista en gestión de redes sociales (CAS) - ESSALUD	2.1.3.1.1.15	S/1,877
9	Analista en gestión de redes sociales (CAS) - AGUINALDO	2.1.1.9.1.2	S/600
10	Contratación del servicio de un comunicador social	2.3.2.7.14.98	S/63,000
11	Contratación del servicio de un diseñador	2.3.2.7.14.98	S/45,000
12	Contratación del servicio de monitoreo mediante empresas especializadas	2.3.2.7.11.99	S/38,000
13	Merchandising	2.3.2.7.11.99	S/20,000
14	Pasajes	2.3.2.1.2.1	S/8,000
15	Viáticos	2.3.2.1.2.2	S/9,000
16	Cámara fotográfica, micrófono pechero inalámbrico, trípode y luces portátiles	2.6.3.2.1.1	S/30,000
17	Cámara de video	2.6.3.2.1.1	S/12,000
TOTAL			S/460,384

Al respecto, es preciso señalar que el monto de S/ 460,384.00 serán financiados con la base del techo presupuesto asignado al año fiscal 2024 y de acuerdo a la disponibilidad presupuestal del SANIPES.



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

X. ACTIVIDADES, METAS Y CRONOGRAMA - POI 2024

NOMBRE DE ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA										
		Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	
7.1 GESTIÓN DE PRENSA											
Difundir los avances, resultados, fiscalizaciones, información institucional	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Elaboración difusión de notas de prensa	Reporte	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Producción de informativos	Acción	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Cobertura de las actividades de las direcciones y alta dirección	Reporte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Análisis cualitativo y cuantitativo de medios	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Monitoreo de prensa	Matriz	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.2 GESTIÓN DE COMUNICACIÓN DIGITAL											
Realizar campañas a través de las redes sociales sobre la cadena de los productos hidrobiológicos.	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Difusión y publicación en redes sociales de campañas y/o acciones de Sanipes	Acción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.3 GESTIÓN DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL											
Producción de materiales audiovisuales para cubrir las necesidades del área	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Realizar el registro fotográfico de las actividades de la institución.	Reporte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Realizar archivo fotográfico en alta resolución para la producción de materiales gráficos de la oficina.	Reporte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Editar los materiales audiovisuales requeridos por la UFIL.	Acción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Diseño de piezas gráficas para campañas y/o acciones y/o eventos de comunicación para difundir los servicios de Sanipes	Acción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Cobertura de actividades institucionales de la Alta Dirección, Intendencias y oficinas administrativas en Lima y provincias	Acción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.4 COMUNICACIÓN SOCIAL											
Realizar activaciones y charlas sobre los servicios que brinda Sanipes.	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Elaboración de contenidos para la elaboración las redes sociales y materiales impresos	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Proponer la producción de merchandising, videos promocionales, institucionales, entre otras piezas de comunicación.	Propuesta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.5 EVENTOS Y ESPACIOS DE INTERACCIÓN											
Realizar asistencia protocolar en las actividades y reuniones que realicen las dirección y alta dirección.	Informe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.6 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA											
Realizar campañas y/o acciones y/o eventos de comunicación para fortalecer la identidad institucional	Reporte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Asesorar y brindar asistencia técnica en comunicación estratégica interna y externa a la alta dirección direcciones y oficinas administrativas.	Reporte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Supervisar la actualización del Portal Institucional y/o Portal de Transparencia	Reporte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Elaborar documentos de gestión para el fortalecimiento de las comunicaciones internas y externas institucional	Reporte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1