



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES

Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

Resolución de Presidencia Ejecutiva N°
00013-2025-SANIPES/PE

Páginas: 22

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DE LA AUTORIDAD NACIONAL DE SANIDAD E INOCUIDAD EN PESCA Y ACUICULTURA

PLA-001-2025-SANIPES

ROL	NOMBRE	CARGO
Elaborado por:	Martha Raquel Romo Antonio	Coordinadora de la Unidad Funcional de Imagen Institucional
	Cedilia Victoria Akemi Kuroiwa Pérez	Gerente General
Revisado por:	Adela Julissa Cevallos Loja De Becerra	Jefa de la Unidad de Presupuesto e Inversión Pública.
	Johanna Liley Chávez Guzmán	Jefa de la Unidad de Planeamiento y Modernización
	José Rosendo Bravo Castillo	Jefe de la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización
	Maeg Alberto Arriola Escalante	Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica
Aprobado por:	Mónica Patricia Saavedra Chumbe	Presidenta Ejecutiva



PERÚ

Ministerio
de la Producción



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025

UNIDAD FUNCIONAL DE IMAGEN
INSTITUCIONAL

[ÍNDICE](#)



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES

Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

*"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

I.	PRESENTACIÓN	4
II.	DIAGNÓSTICO	5
III.	OBJETIVOS	13
IV.	PÚBLICO OBJETIVO	15
V.	MENSAJES	15
VI.	ALCANCE/COBERTURA	15
VII.	RESULTADOS ESPERADOS	15
VIII.	ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	16
IX.	PRESUPUESTO	17
X.	CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES, TAREAS Y METAS.....	1



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES

Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

*"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

I. PRESENTACIÓN

La Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura - Sanipes tiene como misión garantizar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura, orientados a impulsar la competitividad, con el propósito de proteger la salud pública y el estatus sanitario del país, beneficiando a los consumidores y agentes económicos de la cadena de valor pesquera y acuícola, de manera oportuna, adecuada, conforme a los estándares sanitarios nacionales e internacionales, con enfoque en análisis de riesgo y basado en evidencia científica.

Dentro de su línea de trabajo, Sanipes otorga habilitaciones sanitarias a infraestructuras que participan en cada fase de la cadena de valor de la pesca y la acuicultura, brinda certificados sanitarios para la exportación e importación de productos hidrobiológicos, emite Registro Sanitario (RS) para los productos pesqueros y acuícolas finales con enfoque de análisis de riesgo, fiscaliza con carácter orientativo, preventivo o correctivo, realiza actividades de capacitación y asistencia técnica para el cumplimiento de las normas sanitarias en pesca y acuicultura, bajo los enfoques transversales desarrollados por el Estado y controla y realiza análisis (ensayos oficiales) de muestras de productos hidrobiológicos para determinar la ausencia o presencia de organismos vivos modificados (OVM) en nuestros laboratorios a nivel nacional.

En ese contexto, la Unidad Funcional de Imagen Institucional (UFII) presenta el "Plan de Comunicaciones 2025", que constituye una herramienta de gestión que contribuirá al logro de los objetivos institucionales enmarcados en el Plan Estratégico Institucional 2025-2030 de Sanipes, a través OEI.04: Impulsar la mejora continua en la gestión institucional y la AEI 04.01: Gestión por procesos implementada en la entidad. Asimismo, se articula con la actividad operativa AOI0015880020 "Gestión de la Comunicación para el Fortalecimiento de la Imagen Institucional", del Plan Operativo Institucional Anual consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) 2025.

Como lo demuestran las investigaciones en comunicación organizacional, todo lo que hacemos comunica. En Sanipes, utilizamos la comunicación como una herramienta estratégica para construir una marca sólida y diferenciada. Al gestionar de manera proactiva nuestra comunicación interna y externa, ampliamos nuestro alcance y consolidamos nuestra posición como la institución líder en sanidad e inocuidad pesquera y acuícola.

El presente plan contribuye al posicionamiento de Sanipes como una institución "efectiva", "oportuna", "transparente" y "justa" que garantiza la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, con la finalidad de proteger la salud pública y el estatus sanitario del país.

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 de Sanipes, y es una Unidad Funcional dependiente de la Gerencia General.

La Unidad Funcional de Imagen Institucional es la encargada de la elaboración del "Plan de Comunicaciones 2025", que constituye una herramienta de gestión que contribuirá al logro de los objetivos institucionales enmarcados en las disposiciones que contribuye en materia de comunicaciones e imagen institucional del ente rector.

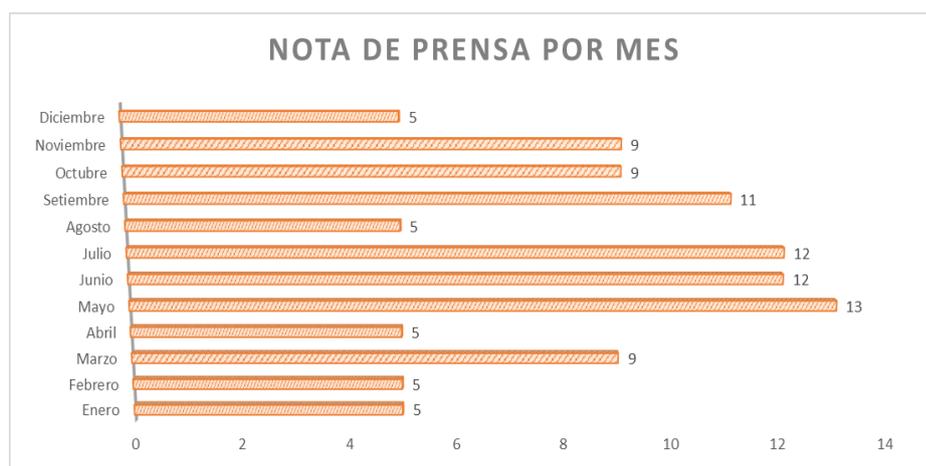
A la fecha, Sanipes cuenta con 14 oficinas descentralizadas a nivel nacional, las cuales tienen actividades propias del quehacer de la institución que también requiere visibilidad y monitoreo permanente.

Durante el 2024, en el marco de sus funciones, la Unidad Funcional de Imagen Institucional (UFII) realizó las siguientes actividades, según lo programado en el Plan Anual de Comunicaciones 2024.

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

A. Gestión de prensa

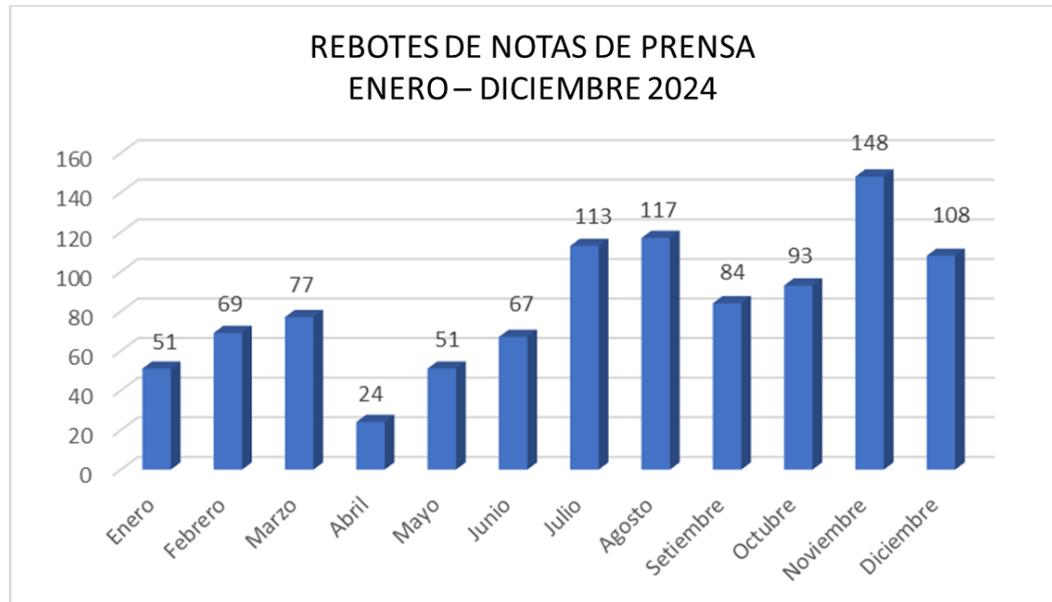
Desde la aprobación del Plan Anual de Comunicación 2024, la Unidad Funcional de Imagen Institucional (UFII) de la Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura - Sanipes, elaboró noventa y nueve (99) notas de prensa, por las cuales se lograron mil dos (1002) rebotes en medios de comunicación y en redes sociales.



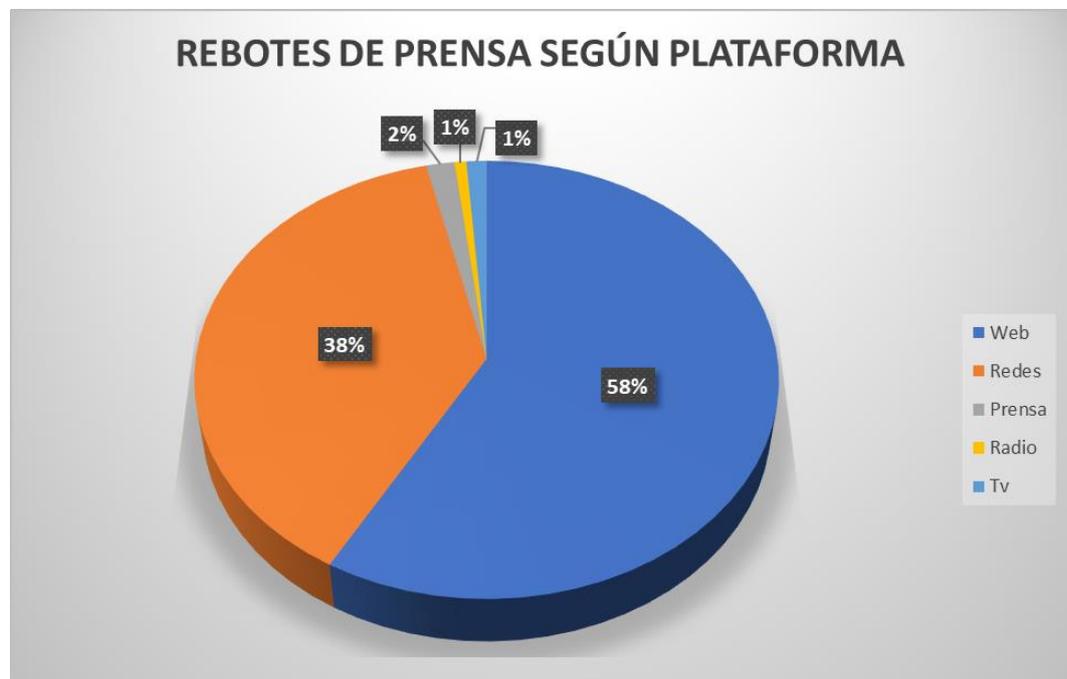
Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional - Sanipes

Para conseguir que estas notas tengan rebotes, se logró contactar a los productores, editores, coordinadores y directores de medios de comunicación a fin de proponerles, como temas de interés nacional, las actividades internas y externas realizadas por la institución.

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"



Asimismo, se obtuvieron quinientos setenta y tres (573) rebotes en web, trescientos setenta y cinco (375) rebotes en redes sociales, diecisiete (17) en prensa, siete (7) en radio y doce (12) en televisión.

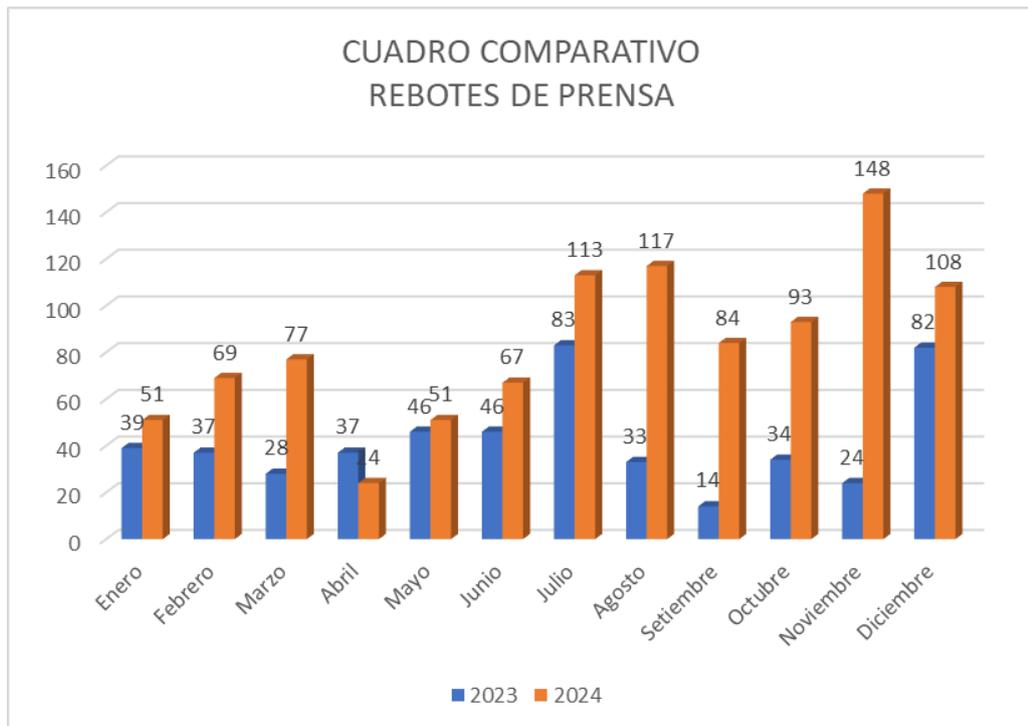


Es importante resaltar que las cinco (5) notas con más rebotes fueron sobre: Perú y Corea acuerdan certificación electrónica con setenta y siete (77) rebotes, Perú puede exportar productos a la Unión Europea con cuarenta y tres (43), Sanipes cambia de nombre con cuarenta y tres (43), Lideresas de

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

la inocuidad de I.E. Rosa de Santa María con veintiocho (28) y capacitación a más de 2,000 agentes de la pesca y acuicultura con veintiséis (26) rebotes.

A continuación, presentamos el cuadro comparativo de los logros obtenidos durante los periodos 2023 y 2024. Así, se puede observar que se creció un 100% en notas y un 76.33% en rebotes, como se observa en la siguiente gráfica:



Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional – Sanipes

Se gestionaron quince (15) entrevistas en las que participó la presidenta ejecutiva de Sanipes y otros voceros, principalmente en radio y televisión:

- Líderes de la inocuidad (I.E. Ricardo Bentín): TV Perú y Radio Nacional
- Capacitación a Qali Warma: TV Perú y Radio Nacional
- TUPA 25: TV Perú, RCR y Radio Nacional
- Perú libre de 4 enfermedades en langostino blanco: TV Perú
- Fortalecimiento de Sanipes: RCR, Andina y TV Perú
- Capacitación en terminal pesquero: Radio Nacional
- Convenio con USIL: Radio Nacional
- Líderes de la inocuidad (I.E. Mercedes Cabello): TV Perú
- Líderes de la inocuidad (I.E. Argentina): TV Perú

Respecto de la estrategia *publicity*, se logró registrar la valorización de 68 notas de prensa y las entrevistas difundidas en medios de comunicación desde el mes de marzo hasta diciembre. Aquí se debe precisar que la UFII no cuenta con el servicio de monitoreo de medios de comunicación, por lo cual no se cuenta con el resultado final de todas las notas publicadas en los diversos medios de comunicación a nivel nacional.

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

Sin embargo, se logró registrar un acumulado de setenta y siete mil trescientos ochenta y cuatro con 00/97 dólares (\$77,384.97) de ahorro para el erario nacional en publicidad.

FORMATO	VALORIZACIÓN
Web	\$ 25 759.727
Radio	\$ 2 687.15
Prensa	\$ 31 858.98
Televisión	\$ 17 079.11
Total	\$ 77 384.967

Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional – Sanipes
(Información de empresa IP que nos comparte parcialmente Produce)

B. Gestión de la Comunicación digital

Sanipes tiene cuentas activas en seis (6) redes sociales: *Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn, Tiktok y Youtube.*

En el 2024, las redes sociales comenzaron con la siguiente cantidad de seguidores: 48,211 seguidores en Facebook, 3,505 seguidores en Instagram, 7,718 seguidores en Twitter, 2,603 seguidores en LinkedIn, 210 en Tiktok y 160 en Youtube.

CANAL	SEGUIDORES	IMPRESIONES	INTERACCIONES	Nº DE PUBLICACIONES
Facebook	48 211	934.5 k	38.88 k	654
Instagram	3 505	241.7 k	8 389	448
X (Twitter)	7 718	22.28 k	4 325	807
LinkedIn	2 603	37.8 k	3 315	50
TikTok	210	10.24 k	3 315	12
YouTube	160	8 922	156	22

Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional - Sanipes

Durante el año, la mayoría de las cuentas de las redes sociales de Sanipes ha obtenido un incremento significativo de seguidores, respecto del 2023.

Facebook

Se obtuvo un crecimiento de +1,123 nuevos seguidores. Las publicaciones obtuvieron un crecimiento de engagement de 7.1 (+1.6%) en comparación al año anterior.

Asimismo, se tuvo una baja en cuanto a impresiones y alcance; esto será evaluado para la creación de la estrategia de contenido 2025, dado que muchos usuarios han migrado al contenido de otras plataformas digitales.

Instagram

Se obtuvo un crecimiento de +344 nuevos seguidores. Al igual que en Facebook, se ha tenido una baja en impresiones y alcance de publicaciones, se evaluarán nuevas propuestas de formatos para la creación de la estrategia de contenido 2025. Cabe mencionar que, muchos usuarios de Facebook e Instagram han migrado a otra plataforma como TikTok.

*"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

X (Twitter)

Se obtuvo un crecimiento de 67 nuevos seguidores. La plataforma X cada vez pone más restricciones (pago) para poder sacar las métricas, por lo que las cifras de este año son un aproximado. Los usuarios están migrando a Threads. Se está evaluando abrir una cuenta en esta red social.

LinkedIn

Se obtuvo un crecimiento de +1,943 nuevos seguidores. Nuestras publicaciones obtuvieron un crecimiento de engagement de 10.84 (+20.85%) en comparación al año anterior.

Este año hemos tenido mayor presencia en LinkedIn, creando una nueva comunidad y fidelizando a los usuarios que ya nos seguían. En cuanto a impresiones, hemos obtenido 182,301 a diferencia del año 2023 que obtuvimos 36 936.

TikTok

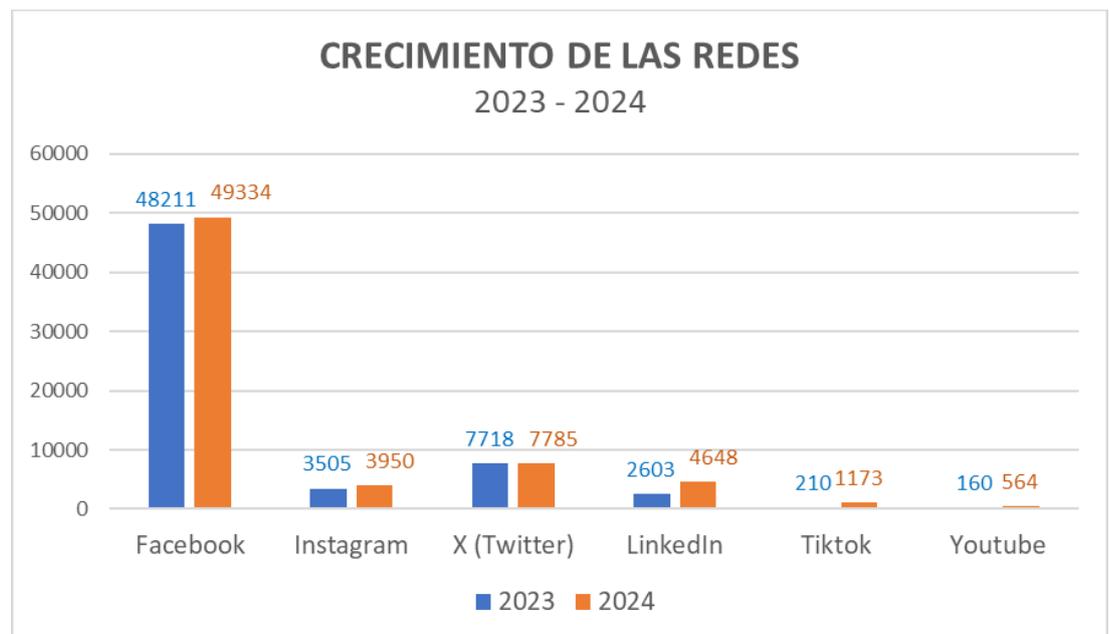
Se obtuvo un crecimiento de +963 nuevos seguidores. Nuestras publicaciones obtuvieron un crecimiento de engagement de 6.61 (+64.43%) en comparación al año anterior.

Nuestras interacciones, visualizaciones y visitas al perfil han incrementado significativamente debido al contenido amigable y de interés que hemos compartido.

Para la estrategia de contenido se tendrá en cuenta la creación de contenido especial para TikTok, a fin de continuar creando una comunidad en esta red.

YouTube

Se obtuvo un crecimiento de +312 nuevos suscriptores. Los videos que han obtenido más visualizaciones son las entrevistas realizadas a la presidenta ejecutiva de Sanipes y SaniLab, así como los shorts de 1 min.



Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional - Sanipes

C. Gestión de comunicación audiovisual

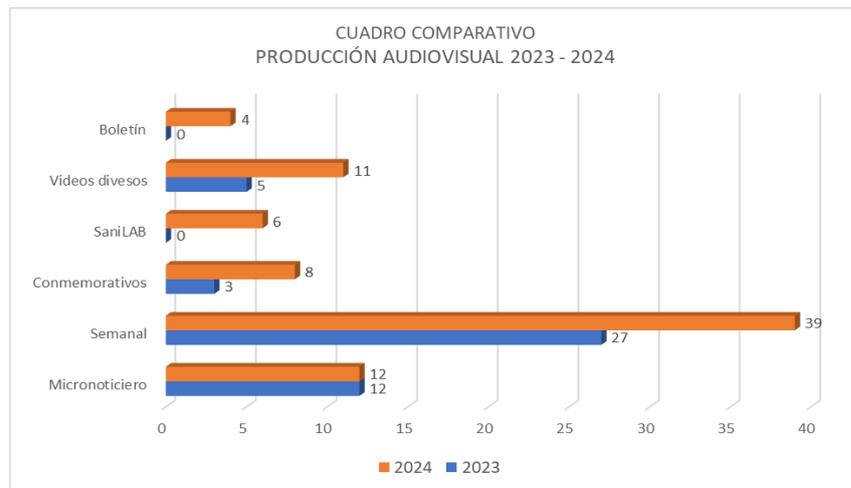
"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

La comunicación audiovisual se gestionó básicamente en dos líneas:

- *Productos audiovisuales desarrollados*

En esta línea se trabajaron los siguientes productos: micronoticiero Sanipes Informa, Sanipes Semanal, SaniLAB, principalmente para público externo y videos conmemorativos, entre otros relacionados con la comunicación interna.

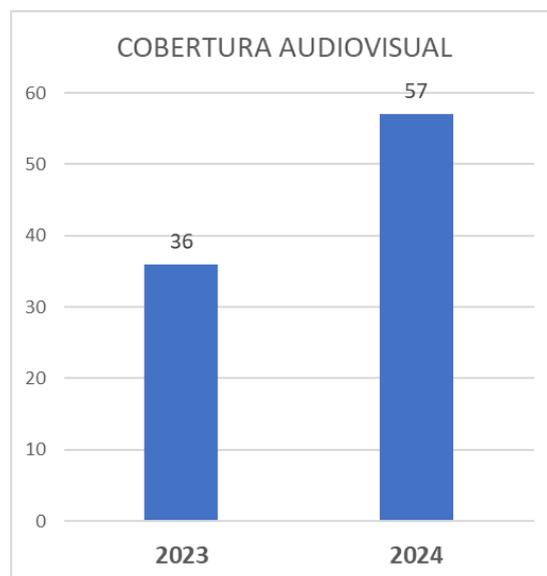
A continuación, se muestra el cuadro comparativo entre la cantidad de trabajos realizados entre el año 2023 y 2024.



Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional – Sanipes

- *Coberturas audiovisuales*

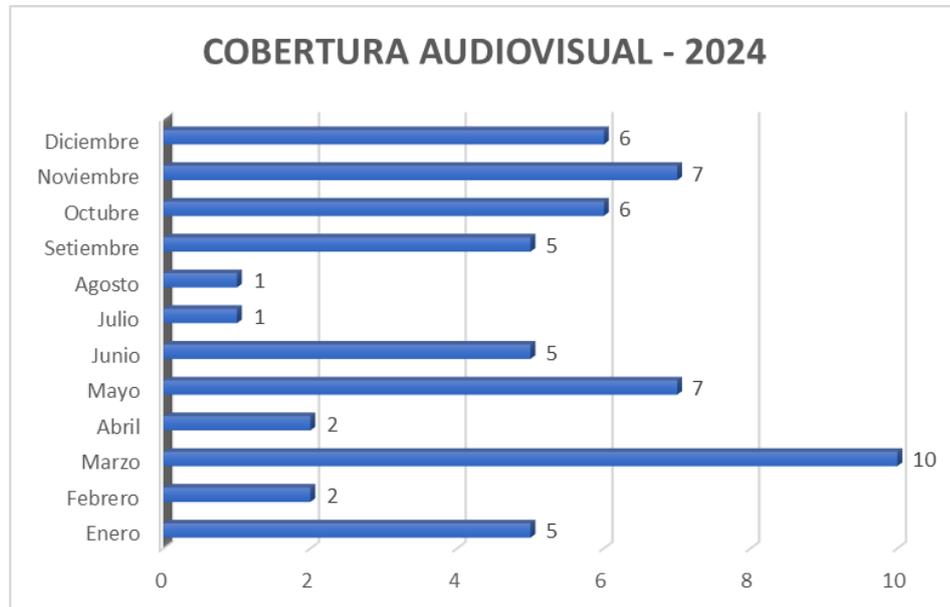
La cobertura audiovisual implica grabar videos y tomar fotos en las diversas actividades realizadas por las direcciones de línea y las áreas técnicas. Hasta diciembre del 2024, se logró realizar la cobertura de 57 actividades, 21 más respecto del 2023, como se evidencia en el siguiente cuadro.



Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional - Sanipes

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

Es importante señalar que la cantidad de cobertura realizada por mes dependió de las actividades programadas por las direcciones de línea.

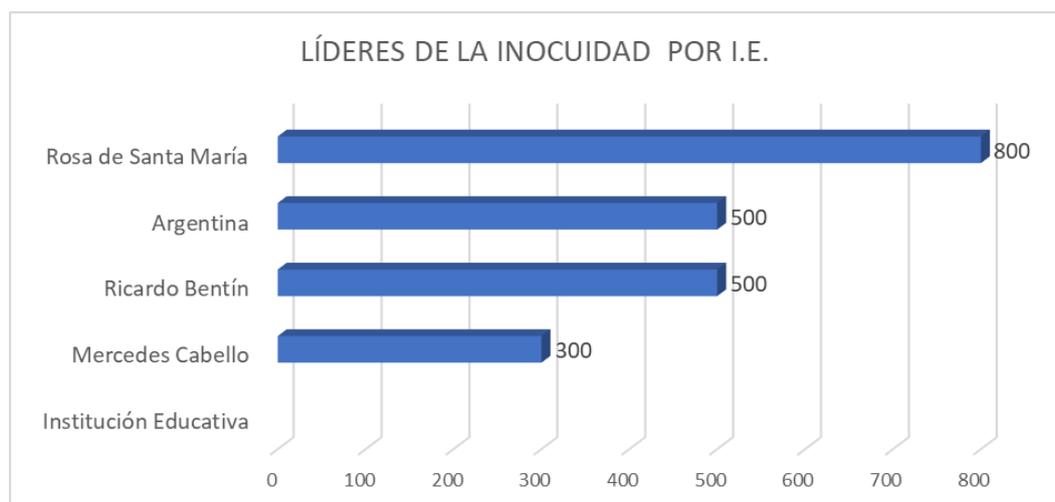


Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional – Sanipes

D. Comunicación social

Durante el 2024, se realizaron cuatro (4) campañas comunicacionales en las que se nombró a veintiún lideresas y líderes de la inocuidad de los alimentos en cuatro instituciones educativas de nivel secundario. En total se logró llegar a dos mil cien (2100) estudiantes capacitados sobre la inocuidad de los alimentos.

Las actividades se realizaron en las siguientes instituciones educativas:



Fuente: Unidad Funcional de Imagen Institucional – Sanipes

Asimismo, se planteó realizar las campañas de comunicaciones internas sobre equidad de género, Fiestas Patrias, implementación del nuevo nombre de Sanipes y las actividades por aniversario.



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

*"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

Así mismo, se realizó la asistencia protocolar en treinta y dos (32) actividades programadas por las direcciones de línea con la participación de la Presidencia Ejecutiva.

Además, se propuso la elaboración de mensajes y materiales comunicacionales impresos y audiovisuales para reforzar la presencia de la marca Sanipes, conforme a lo establecido en el Manual de Identidad Gráfica.

E. Gestión de la comunicación interna

Se atendieron todos los requerimientos audiovisuales y de diseño solicitados por la Unidad de Recursos Humanos. Así, se elaboraron materiales de comunicación interna para eventos internos, como el Día Internacional de la Mujer, Día del Servidor Público, Fiestas Patrias, Décimo Aniversario; charlas formativas en riesgo de desastres, nutrición, capacitaciones MOOC, campañas de vacunación y mini feria de emprendedores.

En ese contexto es importante precisar que existen importantes retos para el sector pesquero y acuícola para este 2025, así como para la Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura, a fin de mitigar los riesgos por consumo de productos no inocuos.

La Unidad Funcional de Imagen Institucional ha fortalecido en el 2024 la gestión de la comunicación que priorizaba la estrategia publicity. Con la implementación de esta estrategia, se logró posicionar la marca Sanipes de forma permanente en los medios de comunicación, sin la necesidad de realizar un pago publicitario de por medio, es decir, se hizo orgánicamente. Esta incorporación de Sanipes en la agenda de los medios de comunicación permite mayor llegada al público objetivo y a la ciudadanía en general.

Para el 2025, Sanipes, como parte de su estrategia comunicacional, continuará con el desarrollo de actividades comunicacionales en dos ámbitos: a nivel interno y externo. A nivel interno, continuará reforzando la comunicación para fortalecer la identidad institucional en relación con los objetivos y valores; igualmente, se considerará la difusión de temas solicitados por las unidades funcionales como Integridad, gestión de desastres, recursos humanos, entre otros.

A nivel externo, en el marco de los objetivos institucionales del ente rector y de gobierno, se continuará trabajando en la difusión de las actividades y promociones de los productos y servicios de la institución.

También, se trabajará con los funcionarios en el fortalecimiento de sus capacidades y conocimientos técnicos en media training para responder a las nuevas necesidades de los ciudadanos/as. En esa perspectiva, se continuará trabajando en equipo con un enfoque centrado en el ciudadano, articulando con los agentes del sector hidrobiológico, buscando el posicionamiento de la marca Sanipes como una institución que brinda al ciudadano servicios y productos de manera oportuna y confiable, haciendo uso racional y eficiente de los recursos disponibles, actuando de manera proactiva, impulsando la calidad en las intervenciones, con la finalidad de lograr la satisfacción de los usuarios.

III. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Posicionar la marca de la Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad Pesquera y Acuícola-Sanipes como la entidad que garantiza la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura, en toda la cadena de valor, con la finalidad de proteger la salud pública y el estatus sanitario del país.

3.2. Objetivos Específicos

Objetivo específico -OE01: Promocionar los servicios y productos de Sanipes para garantizar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura.

Objetivo específico -OE02: Fortalecer el posicionamiento en la agenda pública de la marca Sanipes como la Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura que se encarga de asegurar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura.

Objetivo específico -OE03: Promover la identidad institucional de los servidores y servidoras en relación con los objetivos, valores, lineamientos internos y atributos de la marca Sanipes.

3.3. Indicadores de desempeño

El Plan de Comunicaciones 2025 de Sanipes, se implementará a través del cumplimiento de los siguientes indicadores de desempeño:

Objetivos específicos	Indicadores de desempeño	Meta 2025
OE01: Promocionar los servicios y productos de Sanipes para garantizar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura.	$P_{cam} = \frac{N}{D} \times 100$ <p>P_{cam}: Porcentaje de campañas y/o eventos ejecutados. N: Número de campañas y/o eventos ejecutados. D: Total de campañas y/o eventos identificados.</p>	60%
OE02: Fortalecer el posicionamiento en la agenda pública la marca Sanipes como la Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura que se encarga de asegurar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura.	$P_{pub} = \frac{N}{D} \times 100$ <p>P_{pub}: Porcentaje de publicaciones de información sobre Sanipes en las redes sociales y medios de comunicación. N: Número de publicaciones de información sobre Sanipes en las redes sociales y medios de comunicación realizadas.</p>	70%



PERÚ

Ministerio de la Producción



SANIPES
Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

	D: Total de publicaciones de información sobre Sanipes en las redes sociales y medios de comunicación solicitadas.	
OE03: Promover la identidad institucional de los servidores y servidoras en relación con los objetivos, valores, lineamientos internos y atributos de la marca Sanipes.	$Pgra = \frac{N}{D} \times 100$ <p>Pgra: Porcentajes de piezas gráficas comunicacionales diseñadas para la gestión la comunicación interna. N: Número de piezas gráficas comunicacionales diseñadas para la gestión la comunicación interna. D: total de piezas gráficas comunicacionales solicitadas para la gestión la comunicación interna</p>	80%



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

*"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

IV. PÚBLICO OBJETIVO

4.1. Principal

Administrados: Involucra a todos los agentes que intervienen en la cadena de valor de la pesca y acuicultura.

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

- Otorgamos habilitaciones sanitarias a infraestructuras que participan en cada fase de la cadena de valor de la pesca y la acuicultura.
- Brindamos certificados sanitarios para la exportación e importación de productos hidrobiológicos.
- Emitimos el Registro Sanitario (RS) para los productos pesqueros y acuícolas finales que se comercializan en el mercado interno. El número del RS se encuentra impreso en las etiquetas o grabado en los envases de los productos.
- Realizamos la vigilancia y fiscalización sanitaria en el ámbito pesquero y acuícola, con enfoque de análisis de riesgo, para verificar el cumplimiento de la normativa sanitaria nacional y/o internacional. La fiscalización puede ser de carácter orientativo, preventivo o correctivo y aplica también sobre los servicios complementarios y vinculados que brinden los agentes públicos o privados relacionados con el sector de la pesca y acuicultura.
- Realizamos actividades de capacitación y asistencia técnica para el cumplimiento de las normas sanitarias en pesca y acuicultura, bajo los enfoques transversales desarrollados por el Estado.
- Controlamos y realizamos análisis (ensayos oficiales) de muestras de productos hidrobiológicos para determinar la ausencia o presencia de organismos vivos modificados (OVM) en nuestros laboratorios a nivel nacional.

VI. ALCANCE/COBERTURA

El Plan de Comunicaciones de la Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura - Sanipes 2025, 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 de Sanipes.

VII. RESULTADOS ESPERADOS



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES
Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

*"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

La Unidad Funcional de Imagen Institucional espera obtener resultados significativos para mejorar la percepción pública de la institución, incrementando el alcance de los mensajes y generando un mayor *engagement* con los públicos objetivo.

Además, a través de la estrategia comunicacional que se implementará, se busca lograr una mayor visibilidad y posicionamiento de la institución, generando un impacto positivo en su reputación.

VIII. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

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

8.1. Gestión de Prensa:

Implementaremos acciones para difundir de manera amplia y oportuna nuestros avances, resultados de fiscalizaciones e información institucional en general. Utilizamos medios tradicionales (prensa, radio, televisión) y digitales, generando contenidos orgánicos de interés periodístico y adaptados a nuestro público objetivo.

Esta estrategia incluye la identificación temprana de posibles crisis y la gestión eficaz de las mismas. Para lograrlo, es fundamental contar con información actualizada de las áreas operativas y designar voceros a nivel nacional.

8.2. Gestión de la Comunicación Digital:

En la era digital, dominada por smartphones y una conectividad cada vez más rápida, las redes sociales se han convertido en la principal fuente de información para las generaciones más jóvenes.

Consciente de esta realidad, Sanipes aprovecha el poder de estas plataformas para comunicar de manera efectiva su labor, sensibilizar a la población y capacitar a sus agentes y consumidores.

A través de nuevas piezas comunicacionales y campañas digitales, Sanipes estará presente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube y WhatsApp, generando un diálogo constante con su audiencia. sector en: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok y YouTube.

8.3. Gestión de la Comunicación Audiovisual:

La gestión de la comunicación audiovisual va más allá de la simple producción de videos. Es una estrategia que nos permite contar historias, transmitir mensajes clave y fortalecer nuestra imagen como autoridad sanitaria.

A través de una cuidadosa planificación y ejecución, coordinamos todos los elementos audiovisuales, desde la fotografía hasta la edición, para lograr un impacto duradero en nuestra audiencia.

**PERÚ**Ministerio
de la Producción**SANIPES**
Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

8.4. Gestión de la Comunicación social:

Desarrollaremos y ejecutaremos campañas integrales para fortalecer la marca Sanipes. Nuestras acciones incluyen: acciones de protocolo, participación en ferias informativas, charlas informativas, creación de contenidos para redes sociales y materiales impresos, diseño de merchandising, entre otros.

Esta estrategia nos permitirá garantizar una comunicación coherente y efectiva que impacte en nuestra audiencia.

8.5. Gestión de la Comunicación interna:

La gestión de la comunicación interna en Sanipes busca fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia de nuestros colaboradores. Para lograrlo, difundimos información institucional relevante a través de diversas campañas y materiales diseñados según nuestro Manual de Identidad Gráfica.

La Unidad de Función de Imagen Institucional coordina con Recursos Humanos para garantizar una comunicación efectiva y alineada con los valores de la empresa.

IX. PRESUPUESTO

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

N°	BIEN O SERVICIO	CLASIFICADOR DE GASTO	COSTO TOTAL
01	Coordinadora de la Unidad Funcional de Imagen Institucional (CAS)	2.1.1 13.1 2	S/ 118,028
		2.1.3 1.1 15	S/ 1,877
		2.1.1 9.1 2	S/ 600
02	Analista en comunicación audiovisual (CAS)	2.1.1 13.1 1	S/ 64,028
		2.1.3 1.1 15	S/ 1,877
		2.1.1 9.1 2	S/ 600
03	Analista en gestión de redes sociales (CAS)	2.1.1 13.1 1	S/ 45,897
		2.1.3 1.1 15	S/ 1,877
		2.1.1 9.1 2	S/ 600
04	Contratación del servicio de un comunicador social	2.3.2 7.14 98	S/ 96,000
05	Contratación del servicio de un diseñador	2.3.2 7.14 98	S/ 48,000
06	Contratación del servicio de un periodista	2.3.2 7.14 98	S/ 60,000
07	Contratación del servicio de empresa de monitoreo de medios	2.3.2 7.11 99	S/ 22,000
08	Merchandising para campañas comunicacionales.	2.3.2 7.11 99	S/ 10,000
09	Pasajes aéreos	2.3.2 1.2 1	S/ 19,500
10	Viáticos	2.3.2 1.2 2	S/ 22,180
11	Mascotas institucionales <i>Sanito y Alena</i>	2.3.2 7.11 99	S/ 6,000
12	Banderas	2.3.1 99.1 4	S/ 1,000
13	Estandartes	2.3.1 99.1 4	S/ 1,000
TOTAL			S/ 521,064

Al respecto, es preciso señalar que el monto de S/ 521,064.00 serán financiados con la



PERÚ

Ministerio
de la Producción



SANIPES

Autoridad Nacional de
Sanidad e Inocuidad
en Pesca y Acuicultura

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

base del techo presupuesto asignado al año fiscal 2025 y de acuerdo a la disponibilidad presupuestal del Sanipes.

X. CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES, TAREAS Y METAS

NOMBRE DE ACTIVIDAD	CRONOGRAMA												INDICADORES	
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	RESPONSABLE	META
OE01: Promocionar los servicios y productos de Sanipes para garantizar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura.														
ACTIVIDAD 1: Campañas y/o eventos y/o acciones de comunicación para difundir los servicios de SANIPES														
Tarea 01: Gestión de las carpetas informativas y actividades protocolares de Sanipes	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	11
Tarea 02: Publicación en el portal web de las campañas y/o materiales educativos e informativos realizados por Sanipes.	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	11
Tarea 03: Campañas y/o acciones sobre la inocuidad de los alimentos, Integridad y Anticorrupción y Género en coordinación con las direcciones de línea o unidades funcionales.	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	11



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

NOMBRE DE ACTIVIDAD	CRONOGRAMA												INDICADORES	
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	RESPONSABLE	CANTIDAD
OE02: Fortalecer el posicionamiento en la agenda pública la marca Sanipes como la Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura que se encarga de asegurar la sanidad e inocuidad de los recursos y productos pesqueros y acuícolas destinados al consumo humano, incluidos los alimentos y productos veterinarios de uso en acuicultura.														
ACTIVIDAD 2: Cobertura de actividades institucionales de la Alta Dirección, direcciones y unidades funcionales														
Tarea 04: Elaboración de notas de prensa.	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	PRENSA	12
Tarea 05: Gestión de entrevista en medios de comunicación	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	0	PRENSA	13
Tarea 06: Elaboración de crónicas periodísticas, historias de vida y casos de éxitos.	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	PRENSA	4
Tarea 07: Producción de boletín Sanipes informa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	PRENSA	12
Tarea 08: Monitoreo de medios de comunicación para identificación de alertas sanitarias.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	PRENSA	12
Tarea 09: Publicación de notas de prensa en medios de comunicación.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	PRENSA	60
Tarea 10: Enlace microondas con medios de comunicación.	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	PRENSA	3
Tarea 11: Análisis cualitativo y cuantitativo de medios.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	12
Tarea 12: Producción del video: <i>Un Día en la Vida de un Inspector</i>	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	REDES	4
Tarea 13: Publicación de la estrategia: <i>Desafío de Conocimiento</i>	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	REDES	12
Tarea 14: Producción del video: <i>De la red a tu mesa</i>	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	REDES	2
Tarea 15: Producción del video: <i>Mar de Conocimientos</i>	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	REDES	11
Tarea 16: Producción de transmisiones en vivo por redes sociales en mercados o terminales.	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	REDES	4
Tarea 17: Gestionar y producir video colaborativos con influencers	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	REDES	3
Tarea 18: Recepción de consultas y/o Identificación de denuncias en redes sociales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	REDES	12
Tarea 19: Producción del video: <i>Juntos por el sector.</i>	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	REDES	2



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

NOMBRE DE ACTIVIDAD	CRONOGRAMA												INDICADORES	
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	RESPONSABLE	CANTIDAD
Tarea 20: Cobertura audiovisuales de las actividades realizadas por las direcciones y unidades funcionales.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	AUDIOVISUALES	24
Tarea 21: Producción del video educativo SaniLAB	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	AUDIOVISUALES	6
Tarea 22: Producción del podcast informativo	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	AUDIOVISUALES	3
Tarea 23: Producción del video SaniHistorias	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	AUDIOVISUALES	3
Tarea 24: Producción del micronoticiero Sanipes Informa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	AUDIOVISUALES	12
Tarea 25: Producción del informativo Sanipes Semanal	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	AUDIOVISUALES	24
Tarea 26: Diseño de piezas gráficas para campañas y/o acciones y/o eventos de comunicación para difundir los servicios de Sanipes; cobertura de actividades institucionales de la Alta Dirección, Intendencias y oficinas administrativas en Lima y provincias	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	DISEÑO	120
Tarea 27: Diseño de animaciones para redes sociales.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	DISEÑO	24



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

NOMBRE DE ACTIVIDAD	CRONOGRAMA												INDICADORES	
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	RESPONSABLE	CANTIDAD
OE03: Promover la identidad institucional de los servidores y servidoras en relación con los objetivos, valores, lineamientos internos y atributos de la marca SANIPES.														
ACTIVIDAD 3: Coodinaciones para gestionar la comunicación interna														
Tarea 28: Cobertura audiovisual de las actividades internas vinculadas a los temas de recursos humanos, integridad y género.	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	AUDIOVISUALES	6
Tarea 29: Coordinación, recopilación y difusión de las campañas que realiza la URH para fortalecer la identidad institucional.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	12
Tarea 30: Coordinación, recopilación y difusión de las campañas que realiza la Unidad Funcional de Integridad sobre "Integridad y anticorrupción"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	12
Tarea 31: Coordinación para la actualización de canales internos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	12
Tarea 32: Coordinación, recopilación y difusión de las campañas que se realiza para la promoción e igualdad de género.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	12
Tarea 33: Monitoreo de la actualización de la matriz de actividades de las direcciones de línea con Sanipes y Produce.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	COMUNICACIÓN SOCIAL	12