



## COMISIÓN DE MEDIDAS FITOSANITARIAS

### 18.<sup>a</sup> REUNIÓN

## INFORMACIÓN ACTUALIZADA SOBRE LA APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA CIPF

### TEMA 20 DEL PROGRAMA

*(Preparado por la Secretaría de la CIPF)*

#### Introducción

- [1] La [Estrategia de comunicación de la CIPF para 2023-2030](#), aprobada en 2023 por la Comisión de Medidas Fitosanitarias (CMF) en su 17.<sup>a</sup> reunión, es una guía destinada a la Secretaría de la CIPF y la comunidad fitosanitaria en general para concienciar mundialmente sobre la sanidad vegetal, promover inversiones y apoyo, y movilizar e implicar a las partes interesadas. La estrategia, publicada en agosto de 2023, fue elaborada por el Grupo de debate sobre comunicación de la CMF y la Secretaría de la CIPF y está en estrecha consonancia con el Marco estratégico de la CIPF para 2020-2030. Con la aprobación de la estrategia por la CMF en su 17.<sup>a</sup> reunión, se dio por concluido el mandato del Grupo de debate, al que la Comisión agradeció su pericia profesional y dedicación en la elaboración de una estrategia de primer nivel.
- [2] Antes de la aprobación de la estrategia en la 17.<sup>a</sup> reunión de la CMF, en abril de 2023, la Secretaría de la CIPF elaboró y comenzó a aplicar un plan de comunicación anual para el período de enero a diciembre de 2023, cuyos hitos estaban fuertemente relacionados con los establecidos en la Estrategia de comunicación de la CIPF. Esto garantizó la coherencia en el enfoque, las actividades y el sentido general en el que la CIPF llevaría a cabo la labor de comunicación y promoción.
- [3] En enero de 2023, la Secretaría de la CIPF centralizó sus procesos de comunicación en el Equipo de integración y apoyo con el fin de promover un enfoque unificado de toda la CIPF, crear una imagen de marca única de la CIPF y garantizar una comunicación de cara al público unificada y estratégica. En el plano interno, los procesos de producción del material de comunicación y promoción de la CIPF también se simplificaron, esto es: el Equipo de integración y apoyo proporciona asesoramiento y apoyo a otras unidades a través de sus respectivos coordinadores de comunicación y garantiza el control de la calidad de acuerdo con las normas y requisitos de la CIPF y la FAO.
- [4] Este documento presenta información actualizada sobre la labor de comunicación y promoción de la Secretaría, con arreglo a los ocho hitos establecidos en la Estrategia de comunicación de la CIPF.

#### Información actualizada

***HITO 1. El Portal fitosanitario internacional (PFI) se transforma y se conserva como una plataforma sólida de información, recursos y herramientas sobre sanidad vegetal centrada en el usuario.***

- [5] El equipo de comunicación de la secretaría, dependiente del Equipo de integración y apoyo, elaboró un calendario editorial anual para introducir en el PFI nuevo material de todas las unidades de la Secretaría, como reportajes, historias de éxito, blogs, preguntas y respuestas, así como perfiles de miembros

destacados de la comunidad fitosanitaria. Esto aportó contenidos más sólidos acerca de la sanidad vegetal y la labor de la comunidad de la CIPF, aparte de las noticias más recientes y los anuncios. El PFI se rediseñó también para convertirlo en una plataforma con una interfaz más ágil donde poder encontrar fácilmente herramientas, materiales y recursos.

### ***HITO 2. El seguimiento y la participación en las redes sociales se incrementan anualmente.***

- [6] En X (antes Twitter), se llegó a **406 700** usuarios de redes sociales en 2023, con un incremento del 30 % respecto de 2022. En LinkedIn, 153 nuevos usuarios se unieron al grupo cerrado de la CIPF en 2023, llegando a un total de **1 297 miembros**. Se elaboró un plan de redes sociales en el cuarto trimestre de 2023 que abarca la producción de más vídeos cortos, la readaptación y nueva promoción de publicaciones existentes y la desmitificación de diversos temas como: las normas fitosanitarias (NIMF) y la Convención; las plagas vegetales más conocidas; la divulgación de los problemas de sanidad vegetal relacionados con los contenedores marítimos así como el comercio electrónico; los héroes fitosanitarios (ONPF), etc.

### ***HITO 3. Se establecen indicadores de referencia e indicadores de seguimiento y evaluación de la comunicación, y se realizan análisis anuales sobre la eficacia de la comunicación.***

- [7] Las comunicaciones digitales constituyen una de las principales oportunidades reconocidas en la Estrategia de comunicación de la CIPF, y son la forma predominante de comunicación, especialmente en una comunidad mundial como la CIPF. En diciembre de 2023, la Secretaría de la CIPF comenzó a establecer indicadores de referencia básicos para hacer un seguimiento del rendimiento de la CIPF en las redes sociales y la acogida de sus publicaciones. En el cuarto trimestre de 2023, la secretaría también estudió la posibilidad de contratar a un proveedor externo de servicios de escucha social, es decir, el seguimiento de la presencia en línea de la CIPF y las menciones a la misma realizadas en diferentes sitios web, periódicos, medios de comunicación y otros medios, aparte de rastrear el rendimiento y la visibilidad en las redes sociales. Se recomienda que se utilicen los servicios de un proveedor profesional con mayor capacidad y tecnología de inteligencia artificial (IA) para determinar la presencia en línea de la CIPF de manera más integral; sería una inversión a largo plazo en los esfuerzos de comunicación digital de la CIPF que vale la pena realizar.
- [8] Estos servicios también serían sumamente útiles para rastrear el alcance y la visibilidad en línea de las actividades del Día Internacional de la Sanidad Vegetal en todo el mundo, abarcando diferentes idiomas y plataformas de redes sociales de habla no inglesa, como Sina Weibo y QZone en China, VKontakte en Rusia y muchas otras, en las que hay un potencial de audiencia de más de medio millón de usuarios aún sin aprovechar para las comunicaciones de la CIPF.

### ***HITO 4. Se establece y mantiene un proceso de comunicación bidireccional dentro de la comunidad de la CIPF.***

- [9] Además de aprobar la Estrategia de comunicación de la CIPF, la CMF aprobó también en su 17.<sup>a</sup> reunión la recomendación de crear una comunidad de práctica sobre comunicación. El objetivo de la comunidad de práctica es proporcionar una plataforma de comunicación bidireccional entre la Secretaría, las organizaciones de protección fitosanitarias nacionales y regionales (ONPF, ORPF) y las partes interesadas pertinentes.
- [10] En los meses de julio a agosto de 2023, el Equipo de integración y apoyo mantuvo reuniones con las ORPF para poner en común la visión y los planes relacionados con la comunidad de práctica y tratar de encontrar consejos y buenas prácticas para su creación y gestión. Algunas de las observaciones expresadas giraron en torno a la composición, la titularidad y los derechos de uso del material de

comunicación y promoción que se compartirá en una plataforma en línea gestionada por la CIPF, así como las expectativas sobre las funciones y responsabilidades de los miembros, en particular las ONPF.

- [11] La Secretaría mantuvo otros debates internos y actualmente recomienda que una **red regional de comunicación** gestionada centralmente por la Secretaría de la CIPF sería un formato más concreto para que las diferentes necesidades, capacidades y oportunidades en materia de comunicación y promoción puedan configurarse y abordarse en cada región de un modo más adecuado. La Secretaría recomienda, asimismo, el establecimiento de un **grupo directivo** que proporcione asesoramiento en la creación de cada red regional de comunicación y elabore el mandato, el mecanismo de gobernanza y las directrices para la participación.

***HITO 5. Se utilizan los principales actos internacionales, regionales y nacionales para impulsar la sanidad vegetal en el contexto de la seguridad alimentaria, la protección ambiental y el comercio seguro.***

- [12] La Secretaría de la CIPF organizó el segundo Día Internacional de la Sanidad Vegetal el 12 de mayo de 2023 para concienciar sobre la importancia de la sanidad vegetal y la labor de la comunidad de la CIPF y de la FAO en el ámbito de la protección vegetal. El Director General de la FAO, junto con los ministros de agricultura de China y Nigeria, pronunciaron sendos discursos centrales, mientras que ponentes especializados compartieron sus conocimientos técnicos sobre aspectos relacionados con el tema del Día Internacional de la Sanidad Vegetal de 2023: “Sanidad vegetal y protección ambiental”. La campaña mundial del Día Internacional de la Sanidad Vegetal llegó a 34,1 millones de usuarios de redes sociales (del 23 de abril al 22 de mayo) mientras que 25 900 usuarios interactuaron con contenidos del Día Internacional en las redes sociales en el mismo período. Unas 400 personas vieron la transmisión por Internet del acto híbrido de alto nivel celebrado en la Sede de la FAO, y otros 100 participantes asistieron presencialmente. La Secretaría elaboró un informe sobre la repercusión del Día Internacional de la Sanidad Vegetal de 2023, publicado en el PFI (véase el informe [en inglés] aquí: <https://www.fao.org/3/cc6512en/cc6512en.pdf>). En dicho informe se documentan algunos de los actos más notables celebrados en todo el mundo, como desfiles en la calle, clínicas fitosanitarias y concursos fotográficos.
- [13] Además, a petición de la ONPF de Chipre, se tradujo al griego el libro de actividades para niños del Día Internacional de la Sanidad Vegetal, publicado originalmente en inglés en 2022, y la FAO lo publicó en agosto de 2023.
- [14] El equipo de comunicación promocionó contenidos sobre sanidad vegetal en las redes sociales durante el Día Internacional de los Bosques, el Día Mundial de la Inocuidad de los Alimentos y la campaña #PlantHealth4Life, dirigida por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (AESA).
- [15] La Secretaría de la CIPF recomienda una mayor participación en actos internacionales de gran relieve como la 29.ª Conferencia de las Partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y la 16.ª Conferencia de las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica, que cuentan con una gran cobertura mediática que ayudaría a la CIPF a abogar ante los responsables de la toma de decisiones y los posibles donantes y a difundir mensajes clave sobre la sanidad vegetal a unas audiencias más amplias.

***HITO 6. Aumenta el conocimiento y la participación respecto de los procesos de establecimiento de normas de la CIPF, a saber: participación en convocatorias, debates en los talleres regionales sobre proyectos de NIMF, acogida de publicaciones.***

- [16] El equipo de comunicación continuó prestando apoyo y asesoramiento en materia de comunicación a la Unidad de Establecimiento de Normas en lo que respecta a la producción de publicaciones y la

promoción de seminarios web, convocatorias, anuncios y contenidos de redes sociales, y proporcionó apoyo y asesoramiento editorial sobre noticias y artículos de fondo. Se publicaron dos blogs, concretamente uno sobre el establecimiento de normas de la CIPF, escrito por la presidencia del Comité de Normas, y otro sobre normas fitosanitarias y la provisión segura de ayuda alimentaria y humanitaria, obra de la presidencia del Grupo de debate de la CMF sobre suministro seguro de ayuda alimentaria y de ayuda humanitaria de otro tipo.

- [17] Se han elaborado indicadores de referencia para medir la acogida de las publicaciones y las visitas a las páginas web del PFI relacionadas con el establecimiento de normas. Está previsto realizar un seguimiento y análisis trimestral, comenzando en el primer trimestre de 2024.

***HITO 7. Aumentan las publicaciones y materiales destinados al fortalecimiento de la capacidad, como: guías sobre las NIMF, material didáctico, cursos de aprendizaje en línea.***

- [18] El equipo de comunicación continuó proporcionando apoyo y asesoramiento editorial a la Unidad de Facilitación de la Aplicación en la producción y promoción de guías y material didáctico de la CIPF, así como en la elaboración de nuevos artículos, reportajes, historias de éxito, blogs, contenidos de redes sociales y materiales de seminarios web para promover actividades de aplicación y fortalecimiento de la capacidad. Se publicó un blog sobre aplicación y desarrollo de la capacidad, escrito por la presidencia del Comité de Aplicación y Desarrollo de la Capacidad. En julio de 2023, el Equipo de integración y apoyo preparó un compendio de recursos de la CIPF sobre la Raza 4 tropical (R4T) y elaboró un correo electrónico en HTML diseñado profesionalmente que se envió de forma individual a los asociados y posibles donantes.

- [19] Se han elaborado indicadores de referencia para medir la acogida de las publicaciones y las visitas a las páginas web del PFI relacionadas con la aplicación y el desarrollo de la capacidad. Está previsto realizar un seguimiento y análisis trimestral, comenzando en el primer trimestre de 2024.

***HITO 8. La labor de comunicación ha apoyado eficazmente el logro de los ocho temas de la Agenda de desarrollo del Marco estratégico para 2020-2030.***

- [20] El equipo de comunicación colaboró en el folleto de los temas de la Agenda de desarrollo y redactó y diseñó un modelo de hoja promocional para cada uno de los temas a efectos de su utilización con vistas a la movilización de recursos. A petición de la Mesa de la CMF, en octubre de 2023, el equipo elaboró un diseño de plantilla y lo presentó a la Mesa en diciembre de 2023 para recibir sus comentarios. La Mesa sugirió la inclusión de una sección sobre el mecanismo de financiación y de un punto de contacto claro en la CIPF, y destacó la calidad del contenido y del diseño de la plantilla, que se utilizará en las hojas promocionales de los ocho temas de la Agenda de desarrollo. Estas se presentarán a la CMF en su 18.<sup>a</sup> reunión como anexos al documento de actualización del folleto de los temas de la Agenda de desarrollo.

- [21] El equipo de comunicación también prestó apoyo en la elaboración del enfoque general de comunicación adoptado en el Plan estratégico de ejecución 2024-2030 para ePhyto. Asimismo, el equipo de comunicación del Equipo de integración y apoyo desarrolló ideas para promocionar ePhyto y el sistema de comercio electrónico en las exposiciones celebradas en la Sede de la FAO sobre el Día Internacional de la Sanidad Vegetal de 2024, en coordinación con la Unidad de Facilitación de la Aplicación.

**Principales publicaciones de la CIPF**

- [22] En 2023 se publicaron once números del boletín informativo mensual de la CIPF (los números de abril y mayo se combinaron) y se enviaron a unos 1 000 suscriptores. El boletín informativo se promociona mensualmente en las redes sociales con el fin de incrementar el porcentaje de suscripciones. Además,

el Equipo de integración y apoyo elaboró el Informe anual de 2022, que se publicó en el PFI. Se está diseñando un plan de distribución más sólido para que ambas publicaciones emblemáticas lleguen estratégica y ampliamente a más lectores.

### **Apoyo en materia de comunicación al Programa Fitosanitario Africano**

[23] Para dar soporte al taller de capacitación de instructores celebrado en El Cairo en septiembre de 2023, el equipo de comunicación coordinó el diseño y la producción del material y los artículos promocionales del taller, así como las traducciones y la elaboración de diez guías sobre el protocolo de encuesta en cuatro idiomas (árabe, español, francés, inglés y portugués), que están siendo utilizadas por las ONPF africanas. El equipo de comunicación organizó asimismo una rueda de prensa durante el acto, con el apoyo de la Oficina Regional de la FAO para el Cercano Oriente y África del Norte y el Ministerio de Agricultura de Egipto, organismo anfitrión. Se está trabajando en la producción de un vídeo para promocionar el Programa Fitosanitario Africano y de microvídeos para las redes sociales, con vistas a su publicación en la lista de reproducción de la CIPF en el canal de YouTube de la FAO.

### **Nueva identidad visual de la CIPF y manual de marca**

[24] Con el fin de crear una imagen de marca más contemporánea para la CIPF, se elaboró una serie de elementos de identidad visual que reflejasen aspectos de innovación, tecnología y comunicación digital que forman parte de la labor de la Convención (véase el Anexo 1). Los nuevos diseños, que se utilizarán en todos los nuevos materiales y publicaciones de la CIPF, mostrarán estos nuevos elementos visuales pero conservarán parte de la estructura de diseño de las publicaciones anteriores a efectos de reconocimiento de marca. Por otra parte, el equipo de comunicación está elaborando un manual de marca de la CIPF que servirá de guía a los usuarios sobre las normas y requisitos relativos al uso de logotipos, estilos de fuente, fotos e imágenes de la CIPF y la producción de publicaciones, vídeos y contenidos para redes sociales. El manual de marca no solo será útil para la Secretaría de la CIPF, sino también para las ONPF, las ORPF, los asociados y los donantes a efectos de facilitar la coherencia en la construcción de la imagen de marca de la CIPF.

### **Dotación de personal**

[25] La Secretaría de la CIPF contrató a un especialista en comunicación por un período de corta duración y a un nuevo diseñador gráfico al tiempo que publicó un anuncio de vacante para el puesto de especialista en comunicación y el puesto de redactor de informes/corrector como medida para subsanar la falta de personal en las áreas de comunicación. Además de apoyar la labor general de comunicación de la Secretaría de la CIPF, la intención de estos puestos es que sirvan de apoyo para atender las necesidades en materia de comunicación relacionadas con la organización de la 18.<sup>a</sup> reunión de la CMF, el Día Internacional de la Sanidad Vegetal y el Programa Fitosanitario Africano.

### **Recomendaciones**

[26] Se invita a la CMF a:

- 1) *Tomar nota* de la información actualizada sobre la aplicación de la Estrategia de comunicación de la CIPF para 2023-2030;
- 2) *Aprobar* la creación de redes regionales de comunicación de la CIPF y de un grupo directivo.

## Anexo 1. Nueva identidad visual de la CIPF

Ejemplos:  
Publicaciones



Fondo de Zoom



Tarjeta para las redes sociales

