

**ACUERDO SOBRE EL PROGRAMA INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN
DE LOS DELFINES**

**GRUPO DE TRABAJO PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL
SISTEMA DE CERTIFICACIÓN APICD DOLPHIN SAFE**

38ª REUNIÓN

**Panamá, Panamá
26 de agosto de 2024**

DOCUMENTO DSP-38-02

**INFORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE
REDES SOCIALES DEL APICD**

Brad Wiley, Sylvain Caillot, Barbara Cullingford, Santiago Olivares, Nora Roa

ÍNDICE

Antecedentes	1
1. Actividad y crecimiento de las redes sociales, 2023-presente.....	2
2. Recursos, presupuesto y configuración del personal.....	3
3. Cuentas compartidas o individuales	6
4. Grupo asesor sobre redes sociales	7

ANTECEDENTES

En el otoño de 2022, el Director inició un programa de énfasis renovado en la presencia en redes sociales de la CIAT y el APICD en las plataformas de Facebook, Instagram, X (anteriormente conocida como Twitter) y LinkedIn. Tras una discusión sobre el potencial de las redes sociales para dar a conocer el APICD y los logros alcanzados por las Partes y sus industrias, la 36ª Reunión del Grupo de Trabajo para la Promoción y Divulgación del Sistema de Certificación APICD *Dolphin Safe* discutió sobre la necesidad de desarrollar una estrategia de redes sociales en el contexto del APICD y encargó a la Secretaría describir las metas, objetivos, estrategias, medidas de impacto, componentes y acciones concretas que la Secretaría debería desarrollar para aprovechar al máximo las plataformas de redes sociales. En este contexto, el Grupo de Trabajo pidió que se considerara lo siguiente:

- La conveniencia de individualizar o no los canales de las redes sociales de APICD y CIAT, sin perder la vinculación entre ambos marcos de gestión.
- La utilidad y necesidad de implementar en la Secretaría un área especializada en el manejo de las redes sociales.
- El establecimiento de un grupo compuesto por las Partes que permita conocer y recomendar respecto de los contenidos a publicitar previo a su aprobación por las Partes.
- Cualquier otro elemento que permita desarrollar una estrategia robusta y oportuna en la utilización de las redes sociales.

El presente documento intenta abordar esta gama de temas de forma holística, ofrece una visión general de los esfuerzos actuales del personal con respecto a las redes sociales de la CIAT y el APICD, y presenta algunos escenarios presupuestarios preliminares para la consideración del Grupo de Trabajo. No obstante, es importante tener en cuenta que las estadísticas y estimaciones presupuestarias presentadas son para las

cuentas de redes sociales de la CIAT, que también se usan periódicamente para publicar material pertinente al APICD, tanto temas educativos como informativos (por ejemplo, fechas de reuniones). Es decir, la Secretaría no dividió las estadísticas y costos específicos solo para la actividad del APICD en las redes sociales.

1. ACTIVIDAD Y CRECIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES, 2023-ACTUALIDAD

Las Tablas 1 y 2 presentan una visión general de las estadísticas relacionadas con las cuentas de redes sociales de la CIAT para los años 2023 y 2024, respectivamente. No se dispone de las estadísticas para X (antes Twitter) porque X no permite el acceso a estos datos para cuentas gratuitas.

Tabla 1. Estadísticas de las redes sociales para las cuentas de la CIAT en 2023.

		2023											
		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
Facebook	No. of followers	907	934	1067	1078	1109	1131	1153	1222	1239	1282	1306	1354
	Reactions, comments and shares	190	586	273	209	320	172	328	156	240	337	339	190
	Interaction rate	20.9%	62.7%	25.6%	19.4%	28.9%	15.2%	28.4%	12.8%	19.4%	26.3%	26.0%	14.0%
	Views	306	397	171	149	241	444	855	521	488	721	809	495
Instagram	No. of followers										718	748	775
	Reactions, comments and shares										1,200	1,700	675
	Interaction rate										167.1%	227.3%	87.1%
	Views										166	208	115
LinkedIn	No. of followers							480	511	569	626	676	716
	Reactions, comments and shares							64	76	95	202	160	81
	Interaction rate							13.3%	14.9%	16.7%	32.3%	23.7%	11.3%
	Views							162	292	163	281	302	185

Tabla 2. Estadísticas de las redes sociales para las cuentas de la CIAT en el primer semestre de 2024.

		2024					
		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun
Facebook	No. of followers	1373	1414	1428	1461	1525	1547
	Reactions, comments and shares	466	237	322	145	215	251
	Interaction rate	33.9%	16.8%	22.5%	9.9%	14.1%	16.2%
	Views	990	643	688	524	769	569
Instagram	No. of followers	817	845	859	878	896	914
	Reactions, comments and shares	1,200	690	756	665	834	1700
	Interaction rate	146.9%	81.7%	88.0%	75.7%	93.1%	186.0%
	Views	193	126	107	80	208	176
LinkedIn	No. of followers	744	774	802	827	883	908
	Reactions, comments and shares	112	88	92	50	146	74
	Interaction rate	15.1%	11.4%	11.5%	6.0%	16.5%	8.1%
	Views	162	182	142	120	217	164

Con el renovado énfasis en las redes sociales, todas las cuentas de redes sociales de la CIAT muestran aumentos significativos en el número de seguidores y en interacciones como ‘me gusta’, ‘compartir’ y comentarios. Entre algunos de los aspectos más destacados, la cuenta de Facebook de la CIAT, que tiene el mayor número de seguidores, pasó de 907 seguidores en enero de 2023 a 1,354 seguidores en junio de 2024, y el número de usuarios que siguen la cuenta de LinkedIn de la CIAT casi se ha duplicado en el último año.

La frecuencia objetivo actual de publicaciones en redes sociales en las cuentas de la CIAT es de aproximadamente dos publicaciones por semana, ya que el personal de la CIAT cree que es una base razonable de actividad para mantener una presencia regular en las plataformas de redes sociales para Organizaciones Intergubernamentales (OIG) como la CIAT y el APICD. Es posible que en algunos meses

se hagan más publicaciones. Por ejemplo, en las semanas inmediatamente anteriores a las reuniones del CCA, las reuniones anuales y las reuniones de los grupos de trabajo, hay naturalmente más tráfico relativo a anuncios y recordatorios. Este volumen objetivo de publicaciones también se ha correspondido muy bien con el tiempo que el personal de la CIAT que trabaja en las redes sociales tiene que asignar a esta parte de su labor; aunque incluso con este nivel de actividad, sigue habiendo momentos en los que el personal trabaja por las noches en los contenidos de las redes sociales.

Durante el primer semestre de 2024, este nivel de actividad en las redes sociales generó, en promedio, 697 visualizaciones en Facebook, 148 visualizaciones en Instagram y 165 visualizaciones en LinkedIn, lo que supone un promedio total de 1,010 visualizaciones en las redes sociales al mes (excluyendo X). El número de interacciones ('me gusta', 'compartir', comentarios) y la tasa de interacción entre los seguidores pueden considerarse una indicación más de lo convincentes o interesantes que los usuarios consideran los materiales publicados. En el mismo periodo de seis meses de 2024, el número promedio de interacciones al mes con las publicaciones en redes sociales de la CIAT fue de 272 en Facebook, 975 en Instagram (con una amplia variación de 665 a 1700 al mes) y 94 en LinkedIn. Una pregunta que el personal de la CIAT no puede responder es qué porción de seguidores y tráfico representan la actividad e interés en las redes sociales de individuos y organizaciones que participan activamente en los procesos y reuniones de la CIAT y el APICD, en comparación con los seguidores y la actividad que representan a la sociedad civil en general, como los miembros del público que siguen las cuentas de la CIAT por intereses educativos o de otro tipo. También vale la pena señalar que una pequeña parte de las interacciones con las redes sociales de la CIAT proviene del personal de la CIAT.

En general, aunque la promoción de la existencia de las cuentas de redes sociales de la CIAT ha tenido éxito y las tendencias han mostrado un crecimiento significativo, las cifras de las redes sociales de la CIAT son muy modestas en el contexto de las cuentas de empresas comerciales o privadas. Sin embargo, la comparación directa con las cuentas comerciales de empresas con ánimo de lucro o incluso las cuentas de ONG ambientales puede no ser apropiada o útil porque en ambos casos la mayoría de las organizaciones invierten en redes sociales, al menos en parte, con la expectativa de ver un rendimiento monetario de esas inversiones en términos de compras o donaciones. El personal de la CIAT cree que los objetivos de las cuentas de OIG como la CIAT y el APICD son diferentes debido a los objetivos primarios de notificación y concientización sobre reuniones, documentos, anuncios de vacantes, y las actividades del Director y el personal; además de una proporción de publicaciones que son de naturaleza más educativa y de concientización del público. En términos generales, el personal de la CIAT considera que, aunque podemos esperar que las cuentas de redes sociales de la CIAT sigan experimentando un crecimiento moderado en términos de número de seguidores, los niveles actuales de actividad de las redes sociales de la CIAT y el interés e interacción resultantes reflejan la cantidad de recursos de la Comisión y del APICD actualmente asignados a estos esfuerzos, lo cual se discute más adelante.

2. RECURSOS, PRESUPUESTO Y CONFIGURACIÓN DEL PERSONAL

Las Partes instruyeron a la Secretaría considerar "la utilidad y necesidad de implementar en la Secretaría un área especializada en el manejo de las redes sociales". Como se describió en la sección anterior, bajo la dirección del Director, un grupo del personal ha estado desarrollando el contenido de las redes sociales de la CIAT y el APICD con el objetivo de aumentar la visibilidad del trabajo que se realiza en el marco de ambos acuerdos, dar a conocer reuniones y publicaciones, y producir mensajes educativos a pequeña escala.

La expansión de los esfuerzos sociales y los gastos necesarios para apoyarlos son a menudo informados a través del desarrollo de una estrategia de redes sociales, pero tales estrategias se asocian típicamente con objetivos de marketing, teniendo en cuenta los competidores, los objetivos de ventas, y el rendimiento de las inversiones en el contexto de los planes de negocio, pero estas consideraciones no son relevantes para la CIAT o el APICD. Además, el personal de la CIAT no posee actualmente los conocimientos necesarios para desarrollar estrategias avanzadas de redes sociales. El personal existente se ha vuelto competente en el desarrollo de contenido de redes sociales que ha hecho crecer la presencia en línea de la organización y ha logrado los objetivos que fueron identificados internamente. A falta de indicaciones más formales y

detalladas de los Miembros de la CIAT y de las Partes del APICD sobre metas y objetivos más amplios o contenidos específicos que desean que se desarrollen, la elaboración de escenarios presupuestarios es un reto.

En este contexto, el personal describe aquí tres escenarios presupuestarios simplificados. El Escenario A es una breve descripción del *statu quo*. El Escenario B, que representa el escenario preferido por el Director y el personal de la CIAT, representa un ligero aumento de los gastos debido al ascenso de un miembro del personal existente y el traspaso de responsabilidades adicionales en materia de redes sociales a esta persona. El Escenario C se presenta como ejemplo del aumento de gastos que podría preverse si la CIAT creara un Programa de Comunicación y Redes Sociales, contratando a un miembro del personal dedicado con formación especializada. Sin embargo, vemos este tercer escenario como algo que podría ser revisado tras la conclusión de la discusión actual sobre la mejora del proceso presupuestario para la CIAT y el APICD y las directrices y reglas operacionales, así como consideraciones más generales sobre la estructura organizacional de los programas y el personal de la CIAT. Una vez más, señalamos que estos análisis se son para un único departamento de redes sociales que proporciona contenidos para los canales de redes sociales de la CIAT e incluye la publicación de material relacionado con el APICD.

Escenario A: *statu quo*

Costo adicional previsto: ninguno

En la actualidad, la mayor parte del trabajo de elaboración de material para redes sociales corre a cargo de un equipo de tres personas, que aprovecha los recursos de los programas existentes. En la **Tabla 3** se indican sus funciones y la distribución aproximada del tiempo de trabajo dedicado a las redes sociales. Estas asignaciones han variado en los últimos 18 meses. Al principio, el analista se ocupaba más de las tareas técnicas relacionadas con la animación y la edición de video y sonido, mientras que el personal de política ayudaba más en la redacción y edición de los mensajes de las publicaciones. Sin embargo, gracias al intercambio informal de conocimientos y a la experiencia adquirida con el tiempo, el miembro del personal que desempeña la función de Community Manager ha ido asumiendo gradualmente más responsabilidades.

Tabla 3: Personal de la CIAT que trabaja actualmente en redes sociales **Tiempo (%)**

Community Manager (Administración y Finanzas)	50%
Asesor político (Política y Cumplimiento)	10%
Analista y experto técnico (Recolección de Datos y Bases de Datos)	20%

Por supuesto, esto no representa la totalidad del trabajo del personal de la CIAT en las redes sociales. Expertos en la materia participan, según corresponda, para ayudar a crear contenidos específicos de sus programas. Por ejemplo, al crear una serie de publicaciones sobre especies de tiburones presentes en las pesquerías de la CIAT, el contenido es revisado y mejorado por personal del Programa de Ecosistema y Captura Incidental de la CIAT. Del mismo modo, cuando se elaboran materiales para el APICD, la consulta con el personal de Política de la CIAT y el Director son necesariamente parte de ese proceso. Sin embargo, todo este trabajo se realiza caso por caso y de tal manera que no es fácilmente cuantificable.

La continuación del *statu quo* no requiere decisiones o acciones adicionales por los Miembros o Partes y utiliza el personal existente para crear y mantener una presencia base para la CIAT y el APICD en cuatro plataformas de redes sociales. El personal de la CIAT anticipa que las tasas de publicación y de contenido seguirán siendo aproximadamente las mismas que en el último año, con mayores volúmenes de contenido durante las épocas adyacentes a las reuniones anuales y del CCA. No obstante, también es probable que haya periodos de menor actividad en las redes sociales en los que haya que dar prioridad a las demás obligaciones y exigencias de las funciones preexistentes del personal pertinente. La creación de más contenido, contenido más complejo en términos de desarrollo, o de un ritmo de publicación más consistente y constante requiere asignaciones adicionales de tiempo del personal existente (Escenario B) o la

contratación de personal profesional adicional dedicado a comunicación y redes sociales (Escenario C), o la contratación de un tercero externo.

Escenario B: ascenso y reasignación

Costo adicional previsto: US\$ 20,000

Este escenario seguiría utilizando el mismo grupo de personal existente de la CIAT, pero ascendería al miembro del personal que actualmente se desempeña como Community Manager de tal forma que su trabajo se enfocaría predominantemente en los productos de redes sociales de la CIAT y el APICD. La **Tabla 4** muestra los cambios previstos en la asignación del tiempo del personal bajo este escenario.

Tabla 4: Reasignación del tiempo del personal de la CIAT bajo el Escenario B Tiempo (%)

	Tiempo (%)
Community Manager (Administración y Finanzas)	80%
Asesor político (Política y Cumplimiento)	5%
Analista y experto técnico (Recolección de Datos y Bases de Datos)	10%

El cambio de tiempo del personal bajo el Escenario B se implementaría junto con un ascenso del miembro del personal de Administración y Finanzas que actualmente sirve como Community Manager de las redes sociales de la CIAT y el APICD. Esta persona fue originalmente contratada como personal de apoyo administrativo en 2019. Como es típico para el personal que ha estado en la CIAT durante un periodo prolongado, en los últimos 5 años, esta persona ha continuado asumiendo más responsabilidad y mayores funciones, con menos asistencia y supervisión, a medida que sus habilidades se han expandido y su conocimiento institucional con respecto a la CIAT y el APICD ha crecido. Este crecimiento y mayor responsabilidad han sido particularmente evidentes en el área de las redes sociales. Esta persona está preparada para asumir un papel aún mayor y dedicar la mayor parte de su tiempo a los esfuerzos en redes sociales. Sin embargo, el Director considera que este cambio debe ir acompañado de un aumento de la escala salarial que esté más en consonancia con esta mayor experiencia y responsabilidad. En consecuencia, bajo el Escenario B, prevemos un ascenso de la categoría salarial actual de GS7:1 a GS9:1, y esto corresponde a un aumento de aproximadamente US\$ 20,000 al año, incluyendo las prestaciones.

Al aumentar al 80% el tiempo que este miembro del personal dedica a la función de Community Manager, se podrá dar mayor atención y prioridad al desarrollo de contenido para las redes sociales, mejorando tanto su calidad como el volumen, en la medida de lo posible, al tiempo que se acelera su desarrollo profesional en esta área. Al mismo tiempo, las exigencias correspondientes al personal de Política y Datos disminuirán para las redes sociales a medida que la Community Manager trabaje de forma más independiente, lo que también será positivo, ya que las exigencias de dicho personal en otras áreas también siguen aumentando. Por lo tanto, el Director ha identificado el Escenario B como la opción preferida para la operación continua y la mejora de los esfuerzos de redes sociales de la CIAT, hasta el momento en que un programa más grande y más costoso pueda ser considerado.

Escenario C: contratación de nuevo personal y creación de un Departamento de Redes Sociales

Costo adicional previsto: US\$ 104,754

El presupuesto previsto de US\$ 104,754 para la creación de un Departamento de Redes Sociales bajo el Escenario C (Anexo A) incluye costos no solo de personal, sino también de infraestructura, tecnología, comunicación, publicación y capacitación. Los costos de personal dominan el presupuesto, con un salario de Community Manager de tiempo completo de US\$ 71,933 anuales, complementado con prestaciones y contribuciones para la jubilación, por un total de US\$ 91,354. Los gastos de infraestructura y tecnología ascienden a US\$ 7,400, e incluyen software, herramientas, licencias, suscripciones y dos computadoras. Los costos de comunicación y publicación se estiman en US\$ 5,000 para el desarrollo y diseño de contenido,

mientras que los cursos de capacitación se presupuestan en US\$ 1,000. En el Anexo B se presentan detalles adicionales sobre algunos de los recursos incluidos en este escenario presupuestario.

La contratación de un experto con capacitación formal proporcionaría al personal de la Comisión alguien que podría aportar conocimientos avanzados y estrategias actualizadas en la gestión de redes sociales cuya atención se centraría exclusivamente en mejorar la presencia en las redes sociales y el potencial para el desarrollo de más contenido con características de diseño avanzadas. Aunque, como se señaló anteriormente, el personal de la CIAT está satisfecho con el contenido creado actualmente y considera que es adecuado para la creación y mantenimiento de una presencia en redes sociales en nombre de los Miembros de la CIAT y las Partes de APICD. También prevemos que la creación de un departamento incluiría partidas presupuestarias para hardware, software y capacitación ocasional para ayudar al experto dedicado a mantenerse al día de las tendencias y herramientas actuales.

Aunque la creación de un Departamento de Redes Sociales añadiría al personal alguien con conocimientos avanzados que podría dedicar su atención a mejorar la presencia de la CIAT y el APICD en las redes sociales, las Partes también deberían considerar que contratar a una persona con credenciales y experiencia en redes sociales probablemente significa que probablemente no estaría muy familiarizada con la CIAT o el APICD, los objetivos de cada acuerdo, o incluso el concepto de las OROP y OIG en general. Es decir, aunque podrían aportar conocimientos y habilidades nuevos y valiosos, probablemente también requerirían inversiones significativas por parte de otros miembros del personal en términos de orientación y capacitación, y durante un número significativo de meses o años, una supervisión considerable en términos de elaboración de mensajes con el contenido, matiz y tono apropiados para los canales de redes sociales de la CIAT y el APICD. Al menos al principio, es poco probable que sea capaz de redactar contenido por sí mismo, y muchos de los que actualmente se dedican a la elaboración de contenido para redes sociales tendrían que continuar esa labor a cierto nivel, indefinidamente.

Financiamiento de proyectos de redes sociales grandes y más complejos

Costo adicional: variará en función del proyecto

Como se mencionó anteriormente, la capacidad del personal de la CIAT para participar en la producción de contenido más elaborado y extenso es limitada, en particular con los niveles y recursos de personal actuales, pero también probablemente incluso si se contrata a una persona de tiempo completo para la comunicación y las redes sociales. Muchas organizaciones contratan a empresas externas para que les ayuden en la creación de materiales complejos en términos de producción y recursos mediáticos (por ejemplo, guiones largos, realización y edición de entrevistas, efectos visuales, animaciones, edición de sonido, etc.). Si las Partes identifican proyectos más grandes para consideración, el personal de la CIAT puede trabajar en desarrollar un presupuesto estimado para dichos proyectos, una vez que los Miembros o Partes hayan definido los objetivos deseados y el contenido previsto.

3. CUENTAS COMPARTIDAS O INDIVIDUALES

Se pidió a la Secretaría que evaluara "la conveniencia de individualizar o no los canales de las redes sociales de APICD y CIAT, sin perder la vinculación entre ambos marcos de gestión". Actualmente, las publicaciones relacionadas con el APICD se realizan a través de cuentas de redes sociales que se asocian al nombre de la CIAT.

Es posible que se plantee la cuestión de si, dado que la CIAT y el APICD se rigen por instrumentos diferentes y tienen miembros distintos, es necesaria una separación de las redes sociales. Sin embargo, en la práctica, comparten una serie de recursos y están estrechamente relacionados. Lo más obvio es que el Director y el personal de la CIAT proveen la Secretaría para el APICD, pero están también entrelazados en términos de costos compartidos y un programa de observadores de cerco compartido, y los objetivos del APICD se relacionan con y prescriben medidas para las pesquerías cerqueras de la CIAT. Por estas y otras razones, el programa de redes sociales implementado por el personal de la CIAT ha usado hasta ahora las redes sociales de la CIAT para dar promoción a temas del APICD, y se seguirá considerando esto como

viable a falta de instrucciones específicas por los Miembros de la CIAT o las Partes del APICD.

El principal beneficio de crear canales de redes sociales separados sería proporcionar una delimitación política clara entre los dos acuerdos. Aunque la Secretaría cree que es posible en gran medida generar publicaciones sobre el APICD que eviten generar preocupaciones específicas de la CIAT, tener cuentas separadas en todas las plataformas evitaría por completo tales preocupaciones.

Dicho esto, existen varias desventajas potenciales de tener cuentas separadas para la CIAT y el APICD, principalmente de naturaleza práctica. El primero y más obvio es que las cuentas del APICD empezarían de cero, y por lo tanto mucho del trabajo que ya se ha hecho para aumentar la visibilidad de las cuentas de la CIAT tendría que repetirse con cierto costo de personal y recursos. Además, siguiendo el concepto de tenemos por objetivo hacer 1-2 publicaciones por semana para mantener un nivel base de actividad en las cuentas de redes sociales de la CIAT, si se aplica el mismo razonamiento a un nuevo conjunto de cuentas del APICD, la cantidad de contenido y el tiempo del personal dedicado a crearlo también tendrían que duplicarse. Además, en cuanto a la función de informar a los posibles participantes en las reuniones o a otras personas interesadas en las próximas reuniones, en el caso de las reuniones anuales es conveniente publicar información sobre las reuniones de la CIAT y del APICD en un solo canal de redes sociales, en lugar de tener que publicar en distintos grupos cuando las reuniones son contiguas o incluso a veces comparten fechas y lugar.

En resumen, aunque la Secretaría reconoce un potencial no especificado de que las Partes del APICD promuevan una publicación que cause preocupación a los Miembros de la CIAT o viceversa, debido a la conveniencia de permitir publicaciones de un solo conjunto de cuentas, pedimos que las Partes consideren permitir que persista el *statu quo* hasta que quede claro que tal arreglo ya no es sostenible.

4. GRUPO ASESOR SOBRE REDES SOCIALES

Las Partes pidieron a la Secretaría que considerara la posibilidad del “establecimiento de un grupo compuesto por las Partes que permita conocer y recomendar respecto de los contenidos a publicitar previo a su aprobación por las Partes”. En general, la Secretaría agradece y alienta las aportaciones de las Partes sobre cuestiones relevantes para las actividades de las redes sociales, como la política, la prioridad y los mensajes, y una orientación clara de las Partes permite una ejecución bien informada de las actividades de la Secretaría. Cualquier orientación general o priorización de temas, etc. será muy útil, pero ese esfuerzo podría no requerir la formación de un grupo de trabajo separado, comité u otra entidad, sino que probablemente podría lograrse a través de la labor normal de este Grupo de Trabajo y de la Reunión de las Partes.

Sin embargo, un grupo especializado de Partes interesadas podría tener valor en el contexto de la consideración y el desarrollo de productos más grandes, elaborados y costosos para las redes sociales. A falta de una acción similar por parte del Grupo de Trabajo de Promoción, dicho grupo podría empezar por identificar dos o tres proyectos/módulos de redes sociales que sea prioritario desarrollar. La Secretaría podría colaborar en la elaboración de presupuestos para dichos proyectos si las Partes financian algunos subconjuntos de dichas propuestas.

El personal de la Secretaría cree que la creación de un grupo de este tipo solo estaría justificada en el contexto de planes para desarrollar contenido más elaborados, como se discutió anteriormente. Debido a los limitados recursos disponibles para tales proyectos, podría tener más sentido que el Grupo de Trabajo de Promoción identificara los dos o tres proyectos más importantes que les gustaría que se desarrollaran y, a continuación, pidiera a la Secretaría que elaborara primero un plan y propusiera un presupuesto para el proyecto de mayor prioridad. Esto permitiría tanto a la Secretaría como a las Partes hacer un balance del costo de tales proyectos y de cuántos esfuerzos de este tipo podrían decidir financiar anualmente. Si entonces queda claro que el desarrollo de tales productos es algo a lo que las Partes darán prioridad anualmente, la idea de un comité directivo de redes sociales podría ser útil para orientar el trabajo en proyectos más grandes. Alternativamente, el Grupo de Trabajo de Promoción también podría desempeñar

estas funciones si así lo desea. Aunque el nombre del Grupo de Trabajo se refiere específicamente a la promoción del Sistema de Certificación APICD *Dolphin Safe*, en función, a veces el alcance del trabajo se ha ampliado más allá de ese fin específico hacia una promoción más general del trabajo del APICD. Por ejemplo, en los últimos años el Grupo de Trabajo ha discutido la posibilidad de ayudar al AMNH a renovar su diorama atún-delfín para reconocer la existencia del APICD y su papel en la reducción de la mortalidad de delfines en las pesquerías.

En resumen, la Secretaría agradece las aportaciones de las Partes sobre el trabajo en redes sociales, independientemente de que dichas orientaciones provengan directamente de las Partes, de este Grupo de Trabajo o de un grupo adicional creado específicamente para esta tarea.

Anexo A. Escenario C: Presupuesto para la creación de un Departamento de Redes Sociales con personal de tiempo completo (US\$ 104,754)

1. Costos de personal (aumento salarial)

	Tiempo (%)	Costo total (USD)
Community Manager (GS-9)	100%	71,933
Prestaciones	-	19,421
Total		91,354

2. Infraestructura y tecnología

	Cantidad	Costo tiempo (USD)	Costo total (USD)
Software y herramientas	4	300	1,200
Licencias y suscripciones	6	200	1,200
Computadoras	2	2,500	5,000
Total			7,400

3. Comunicación y publicación

	Cantidad	Costo por unidad (USD)	Costo total (USD)
Desarrollo de contenido	1	Estimación	2,500
Diseño y multimedia	1	Estimación	2,500
Total			5,000

4. Capacitación

	Cantidad	Costo por unidad (USD)	Costo total (USD)
Cursos de capacitación	4	250	1,000
Total			1,000

Presupuesto total general

	Costo total (USD)
Costos de personal (aumento salarial)	91,354
Infraestructura y tecnología	7,400
Comunicación y publicación	5,000
Cursos de capacitación	1,000
Total	104,754

Anexo B. Descripción de otras partidas presupuestarias

Software:

- **Canva:** Ofrece una interfaz intuitiva de arrastrar y soltar que facilita la creación de gráficos profesionales, incluso para usuarios sin experiencia en diseño. Canva es ideal para pequeñas empresas y emprendedores que necesitan crear gráficos llamativos para redes sociales. Tiene un plan gratuito, y el plan Pro cuesta US\$ 12.99 al mes por persona. ([Semrush](#))
- **Adobe Creative Cloud:** Incluye herramientas profesionales como Photoshop, Illustrator e InDesign, adecuadas para diseñadores y profesionales del marketing que requieren capacidades avanzadas de edición y diseño. El plan individual cuesta US\$ 54.99 dólares al mes. ([Semrush](#))
- **Onlypult:** Permite gestionar varias cuentas de redes sociales, programar y personalizar publicaciones, y ofrece análisis y gestión de *hashtags*. Es útil para especialistas en redes sociales, blogueros y pequeñas empresas. Precios a partir de US\$ 17.50 al mes. ([Influencer Marketing Hub](#))

Licencias y recursos:

Chat GPT: ChatGPT, con su capacidad para generar contenidos de alta calidad y responder preguntas en tiempo real, facilita la creación de publicaciones atractivas y relevantes para el público objetivo, mejorando la experiencia del usuario. Su costo de suscripción es de aproximadamente US\$ 20 al mes o US\$ 240 al año.

DeepL: Garantiza traducciones precisas y eficaces, permitiendo una comunicación efectiva con una audiencia global. Los planes van desde US\$ 7.49 al mes hasta US\$ 599 al año.

Getty Images: Ofrece una amplia gama de imágenes y videos de alta calidad de la vida marina. El costo varía según el tipo de suscripción y la cantidad de contenido necesario, pero los UltraPacks empiezan en US\$ 175 por descarga para imágenes pequeñas y videos de baja resolución, hasta US\$ 499 por descarga para imágenes grandes y videos de alta definición. ([Getty Images](#))

iStock: iStock proporciona acceso a fotos y videos de la vida marina con opciones de suscripción flexibles que permiten descargas mensuales a partir de US\$ 29 al mes, lo que se traduce en unos US\$ 348 al año si se elige el plan básico. Los precios pueden aumentar en función del volumen y la resolución del contenido ([Getty Images](#))

Pexels: Pexels es una excelente opción para quienes buscan contenidos gratuitos, ya que ofrece una gran cantidad de imágenes y videos sobre la vida marina bajo una licencia que permite un uso amplio y libre, perfecto para proyectos con presupuestos limitados.

Generador de códigos QR: Ofrece un plan básico a partir de €8.00 al mes (aproximadamente US\$ 8.67, según el tipo de cambio) si se paga anualmente. Este plan incluye la creación de dos códigos QR dinámicos y capacidad para 10,000 escaneos. ([Generador de códigos QR](#))

Laptop:

MACBOOK PRO PERSONALIZADA DE 16 PULGADAS - PLATA

- Chip Apple M3 Pro con CPU de 12 núcleos, GPU de 18 núcleos y Neural Engine de 16 núcleos
- 18 GB de memoria unificada
- 512 GB de almacenamiento SSD
- Pantalla Liquid Retina XDR de 16 pulgadas
- Adaptador de corriente USB-C de 140 W
- Tres puertos Thunderbolt 4, puerto HDMI, ranura para tarjetas SDXC, toma de auriculares, puerto MagSafe

- Teclado Magic Keyboard retroiluminado con Touch ID

Drone submarino

V-EVO 4K60FPS con brazo robótico, QYSEA AI Vision Lock 360° de desplazamiento omnidireccional bajo el agua, con retención de profundidad, robot portátil con control.

GoPro

GoPro HERO12 (HERO 12) Negra - con kit de accesorios de 50 piezas y 2 baterías adicionales + tarjeta de 64 GB. Cámara resistente al agua - 5.3K HDR, fotos de 27 MP, sensor de 1/1.9 pulgadas.

Ilustraciones biológicas

Incorporar ilustraciones biológicas en las redes sociales es una excelente estrategia para enriquecer el contenido visual y educativo de nuestras plataformas. Estas ilustraciones se utilizarán para crear guías de identificación interactivas y publicaciones informativas que no solo captarán la atención de nuestra audiencia, sino que también fomentarán un aprendizaje más profundo sobre la biodiversidad.