 <p>Acuerdo sobre la Conservación de Albatros y Petreles</p>	<p>Decimoquinta Reunión del Comité Asesor <i>Swakopmund, Namibia, 1 al 5 de junio de 2026</i></p> <p>Posibles opciones de comunicación estratégica para apoyar la adopción y la implementación de medidas de mitigación de captura secundaria de aves marinas</p> <p>Secretaría</p>
---	--

RESUMEN

El ACAP ha elaborado y adoptado las recomendaciones de mejores prácticas para apoyar la implementación de medidas eficaces de mitigación de captura secundaria de aves marinas. Si bien estos materiales ofrecen una sólida base científica, existe la posibilidad de aumentar su accesibilidad y su adopción entre los destinatarios clave para reforzar la alineación entre las orientaciones científicas y su implementación en las políticas y la práctica. Las Partes también han señalado que reforzar la interacción con las Organizaciones Regionales de Ordenación y Conservación Pesquera (OROC) constituye una prioridad estratégica fundamental, tal y como se establece en la estrategia de interacción con las OROCP.

La Secretaría ha solicitado asesoramiento a Mindfully Wired Consulting sobre opciones de comunicación estratégica destinadas a apoyar la adopción y la implementación de medidas de mitigación de captura secundaria de aves marinas (**ANEXO 1**). Los consultores presentaron tres opciones dentro de un marco escalonado de apoyo a las comunicaciones (Bronce, Plata y Oro) alineado con una teoría del cambio clara y adaptado a las necesidades de los destinatarios prioritarios. Los consultores recomiendan que los niveles ofrezcan un apoyo cada vez más completo, que parta de la claridad y la accesibilidad básicas y pase por la traducción y difusión de contenidos específicos hasta llegar a la interacción directa y a las actividades centradas en la implementación.

RECOMENDACIONES

Que el Comité Asesor:

1. *Analice* las opciones de comunicación estratégica propuestas por Mindfully Wired Consulting para apoyar la adopción y la implementación de medidas de mitigación de captura secundaria de aves marinas.

2. *Identifique* un enfoque preferido, o una combinación de enfoques preferida, que permitiría maximizar el impacto dentro de las limitaciones de recursos actuales.
3. *Decida* si la CA15 debe asignar recursos en el marco del Programa de Trabajo del Comité Asesor para el período 2026-2028 para implementar el enfoque preferido o estudiar otras opciones de comunicación.

ANEXO 1.

POSIBLES OPCIONES DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA IMPULSAR LA ADOPCIÓN DE MEDIDAS DE MITIGACIÓN DE CAPTURA SECUNDARIA DE AVES MARINAS.

Informe elaborado por Mindfully Wired Consulting

1. CONTEXTO ESTRATÉGICO

El Acuerdo sobre la Conservación de Albatros y Petreles (ACAP) tiene por objeto lograr y mantener un estado de conservación favorable para las especies de albatros y petreles incluidas en su lista. Estas especies se enfrentan a diversas amenazas, entre ellas la mortalidad incidental en las pesquerías, las especies invasoras, la degradación del hábitat, la contaminación y el cambio climático. Abordar el problema de la captura secundaria en las pesquerías sigue siendo una prioridad fundamental para alcanzar los objetivos de conservación del ACAP. Este documento apoya la consecución de los objetivos estratégicos fundamentales del ACAP, incluidos los descritos en la estrategia de comunicación del ACAP ([RdP8 Doc 26](#)) y en la estrategia de interacción de las OROCP ([RdP8 Doc 24](#)).

1.1. Estrategia de comunicación del ACAP ([RdP8 Doc 26](#))

En 2019, el Comité Asesor reconoció la crisis de conservación a la que se enfrentan los albatros y los petreles e identificó la comunicación estratégica como elemento fundamental para alcanzar los objetivos de conservación del Acuerdo ([RdP8 Doc 26](#)). Las comunicaciones se consideran un componente fundamental de la arquitectura de ejecución del ACAP, ya que permiten que las pruebas científicas se traduzcan en la adopción e implementación de políticas y tengan un impacto medible en materia de conservación.

La estrategia de comunicación del ACAP señala la necesidad de reforzar la forma en que el ACAP transmite su asesoramiento científico para que este sea accesible, sirva a fines específicos y pueda influir en las políticas y las prácticas operativas. Esto incluye:

1. Concientizar sobre los retos que plantea la conservación de las aves marinas.
2. Fortalecer la interacción y la coordinación con las principales partes interesadas.
3. Apoyar la adopción de buenas prácticas y medidas basadas en pruebas.

El ACAP ha elaborado y adoptado las recomendaciones de mejores prácticas para apoyar la implementación de medidas eficaces de mitigación de captura secundaria de aves marinas. Aunque estos materiales ofrecen una sólida base científica, existe la posibilidad de aumentar su accesibilidad y su adopción entre los destinatarios clave.

Los siguientes temas de mensajes clave se elaboraron en la estrategia de comunicación del ACAP ([RdP8 Doc 26](#)) y constituyen la base de todas las comunicaciones. Estos temas deben adaptarse a destinatarios específicos y pueden resumirse de la siguiente manera:

- Las especies incluidas en la lista del ACAP son fundamentales para los ecosistemas marinos.

- La crisis de conservación es urgente y requiere una acción coordinada.
- Existen medidas de mitigación eficaces y de eficacia comprobada.
- Su implementación respalda la conservación y la pesca sostenible.
- Los compromisos del ACAP son una muestra de liderazgo mundial.
- El ACAP apoya la colaboración científica internacional.

1.2. Estrategia de interacción con las OROCP ([RdP8 Doc 24](#))

La interacción con las Organizaciones Regionales de Ordenación y Conservación Pesquera (OROC) es una parte fundamental del enfoque del ACAP para reducir la captura secundaria de aves marinas y mejorar el estado de conservación de las especies incluidas en la lista. La interacción con las OROCP no pasa solo por la promoción de intereses, sino que también constituye una vía fundamental para traducir el asesoramiento científico en políticas vinculantes y prácticas operativas en las pesquerías de todo el planeta.

La estrategia de interacción con las OROCP establece un enfoque estructurado para reforzar la implementación, el monitoreo y la revisión de las medidas de mitigación. Su objetivo es:

- reforzar la implementación de las medidas de mitigación;
- mejorar el seguimiento, la presentación de informes y el cumplimiento;
- garantizar la revisión y actualización continuas de las medidas.

La estrategia hace hincapié en la interacción coordinada, la toma de decisiones basada en pruebas y la adopción de las mejores prácticas en todos los procesos de las OROCP. La implementación eficaz se apoya en medidas prioritarias, enfoques específicos para cada organización y un ciclo de revisión estructurado.

Entre los puntos clave de la estrategia de interacción de las OROCP se incluyen:

- Posicionar al ACAP como la fuente de referencia en materia de mejores prácticas, garantizando que sus recomendaciones se reflejen en las medidas de conservación, las normas y las directrices.
- Influir tanto en las políticas como en su implementación, incluida la adopción de medidas de mitigación, sistemas de monitoreo y marcos de cumplimiento.
- Aumentar la visibilidad, la claridad y la accesibilidad de las recomendaciones del ACAP, especialmente para los responsables de la toma de decisiones y los organismos técnicos.
- Fortalecer la coordinación entre las Partes del ACAP para poder transmitir mensajes más unificados y estratégicos en los foros de las OROCP.
- Apoyar la adopción de herramientas y enfoques emergentes (por ejemplo, el monitoreo electrónico, la inteligencia artificial y la gestión basada en el riesgo).
- Demostrar el impacto mediante una mayor adopción de medidas, la mejora de los datos y la reducción del riesgo de captura secundaria.
- Transmitir mensajes adaptados a destinatarios específicos en las organizaciones y comités de las OROCP.
- Mantener un discurso claro y coherente sobre la urgencia del problema de la captura secundaria de aves marinas y la disponibilidad de soluciones prácticas.

Las siguientes estrategias de comunicación están diseñadas para respaldar y mejorar la implementación de la estrategia de interacción con las OROCP mediante:

- el apoyo a la implementación de la estrategia;
- la mejora de la interacción con los destinatarios prioritarios;
- la facilitación de la traducción de asesoramiento científico en medidas prácticas.

Estos enfoques reflejan el papel del ACAP como autoridad científica que respalda la toma de decisiones basada en pruebas en el marco de la gobernanza pesquera internacional y ponen de relieve la importancia de una comunicación eficaz para alcanzar los objetivos estratégicos del ACAP.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de que existen medidas de mitigación eficaces, su implementación sigue siendo desigual entre las distintas pesquerías y regiones. Entre los principales desafíos se encuentran:

- la falta de accesibilidad y facilidad de uso de los materiales técnicos;
- la escasez de formatos de comunicación diseñados para destinatarios específicos;
- un hincapié insuficiente en directrices claras y prácticas;
- la necesidad de reforzar la interacción con los responsables de la toma de decisiones;
- una mejora del apoyo a la implementación de la estrategia de interacción con las OROCP.

En consecuencia, sigue existiendo una brecha entre los conocimientos científicos y su transformación coherente en políticas y prácticas operativas.

3. OBJETIVO

Identificar estrategias de comunicación que:

1. mejoran el conocimiento y la comprensión de las medidas de mitigación;
2. aumentan la accesibilidad y la facilidad de uso de los materiales de recomendaciones de mejores prácticas;
3. apoyan la adopción de mejores prácticas y su aplicación operativa;
4. refuerzan la eficacia del ACAP a la hora de respaldar la toma de decisiones basada en pruebas;
5. apoyan la implementación de la estrategia de interacción de las OROCP y la estrategia de comunicación del ACAP.

4. DESTINATARIOS

Tal y como se establece en la estrategia de comunicación del ACAP (RdP8 Doc 26), los destinatarios clave son los siguientes:

Entre los principales destinatarios se encuentran:

- a. las Organizaciones Regionales de Ordenación y Conservación Pesquera (OROCP), como eje prioritario;

- b. los administradores de pesquerías nacionales;
- c. los responsables de formulación de políticas del Gobierno.

Entre los destinatarios secundarios se incluyen:

- a. partes interesadas del sector pesquero;
- b. organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales;
- c. la comunidad científica.

5. TEORÍA DEL CAMBIO

El enfoque previsto se basa en una teoría del cambio que reconoce que por sí sola, la concienciación no basta para impulsar el cambio. La comunicación actúa como mecanismo facilitador que respalda la implementación de las estrategias del ACAP, en particular la interacción con las OROCP. El proceso para lograr el impacto consistiría en los siguientes pasos:

1. Mejorar la comunicación y la accesibilidad de las directrices sobre medidas de mitigación.
2. Aumentar la comprensión y la pertinencia para los destinatarios.
3. Generar confianza en la viabilidad y la eficacia de las medidas.
4. Aumentar la adopción e implementación de las mejores prácticas.
5. Reducir la captura secundaria de aves marinas.

6. MARCO DE COMUNICACIÓN CENTRADO EN EL DESTINATARIO

Los destinatarios objetivo se mueven en distintos entornos de toma de decisiones que requieren enfoques de comunicación adaptados. Una comunicación eficaz debe concebirse como una herramienta de apoyo a la toma de decisiones más que como un mero suministro de información, y debe adaptarse a las necesidades, preferencias y contextos de toma de decisiones de cada público para garantizar su pertinencia y eficacia (Tabla 1).

Tabla 1: Destinatarios y enfoques de comunicación

Destinatario	Resumen	Preocupaciones y limitaciones	Enfoques de comunicación	Papel en la estrategia
OROCP	Órganos multilaterales de ordenación pesquera	Toma de decisiones basada en el consenso, intereses contrapuestos, desafíos relacionados con la implementación y el cumplimiento	Tono imparcial, datos comparables, análisis basado en escenarios e interacción temprana	Público principal y elemento central para la interacción y la coordinación estratégicas

Administradores de pesquerías	Responsables de la toma de decisiones operativas en el ámbito de las pesquerías	Limitaciones de tiempo, presiones políticas, necesidad de soluciones prácticas	Resultados prácticos, resúmenes visuales y orientaciones claras (por ejemplo, “si X, entonces Y”)	Son los principales destinatarios en materia de implementación y cambio de comportamiento
Responsables de formulación de políticas	Responsables de la toma de decisiones nacionales e internacionales	Consideraciones económicas y políticas; a menudo carecen de formación técnica	Resúmenes breves de políticas, recomendaciones prioritarias, mensajes centrados en soluciones	Público principal para influir en la formulación de políticas y fomentar la adopción

7. CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El ACAP cuenta con una sólida base en materia de comunicación, aunque hay oportunidades para mejorar su eficacia. En la Tabla 2 se resumen los canales de comunicación actuales y las mejoras propuestas. Estos elementos constituyen la base de las opciones de comunicación presentadas en la Sección 9 y pueden dimensionarse y combinarse en función del nivel de inversión y de los objetivos fijados.

Tabla 2: Canales de comunicación actuales y propuestos

Canal	Versión actual	Mejoras propuestas	Función estratégica
Redes sociales	Activas y adquiriendo consistencia	Estrategia, plantillas, enfoque en LinkedIn, contenido en video, uso personalizado de la plataforma	Apoyan la sensibilización y la interacción, y ayudan a visibilizar y aumentar la adopción de los mensajes del ACAP
Materiales visuales	Infografías de las etapas iniciales	Herramientas visuales ampliadas, infografías, kits de herramientas y resúmenes visuales de datos complejos	Mejoran la accesibilidad y la facilidad de uso de las orientaciones técnicas y brindan apoyo para mejorar su comprensión
Sitio web / Centro digital	Sólido, aunque podría ser más conciso	Mejora de la experiencia del usuario, optimización del motor de búsqueda y respuesta, y creación de un sitio centralizado de recomendaciones de mejores prácticas	Infraestructura básica de comunicaciones que permite un acceso estructurado a la orientación y respalda la toma de decisiones
Boletines informativos	Actualización es por Internet	Envío de boletín informativo por correo electrónico, creación de listas de correo, envío de actualizaciones	Respaldan la interacción continua y el flujo de información con los destinatarios clave

		periódicas a las partes interesadas	
Documentos escritos	Plantillas estándar	Documentos con diseños específicos, formatos diferenciados, resúmenes ejecutivos, informes de políticas	Esenciales para influir en la formulación de políticas y apoyar la toma de decisiones, lo que permite una adopción más clara de las directrices
Eventos e interacción	Interacción ya existente	Talleres ampliados, capacitación, interacción previa con las partes interesadas, sesiones de interacción con las OROP y actividades de desarrollo de capacidades	Fundamental para apoyar el cambio de comportamiento, la implementación y la interacción directa con los responsables de la toma de decisiones y las partes interesadas
Medios de comunicación y campañas	Fase inicial	Estrategia mediática proactiva, narración de historias, campañas específicas alineadas con eventos clave (por ejemplo, el Día Mundial del Albatros) y actividades de divulgación coordinadas	Respaldan la visibilidad, la influencia y el enfoque narrativo, lo que ayuda a crear conciencia en la población y a fomentar la acción
Informes sobre políticas e interacción	Fase inicial	Sesiones informativas específicas previas a las reuniones, apoyo a la interacción con las OROP, síntesis de las cuestiones clave y seguimiento posterior a las reuniones	Respaldan la influencia directa en los procesos de toma de decisiones, especialmente en el contexto de las OROCP
Kits de herramientas y recursos para las partes interesadas	No formalizados	Creación de kits de herramientas listos para usar (mensajes, material gráfico, presentaciones, resúmenes de datos) para las Partes y los socios	Permiten transmitir un mensaje coherente y amplían el alcance a través de socios y partes interesadas
Visualización de datos y resultados	Limitada	Visualizaciones de datos interactivas o simplificadas, paneles y herramientas de generación de informes visuales	Mejora la comprensión de las tendencias, las repercusiones y los resultados, lo que respalda la toma de decisiones basada en datos
Alianzas y multiplicadores	Informal	Interacción estructurada con las Partes del ACAP, las ONG y las organizaciones asociadas para difundir los mensajes	Amplían el alcance y la influencia a través de intermediarios de confianza y mensajes coordinados
Capacitación y desarrollo de capacidades	Limitados	Elaboración de materiales de capacitación, seminarios web y orientaciones para apoyar la implementación	Refuerzan la capacidad para aplicar las mejores prácticas y respaldan la adopción de medidas de mitigación

8. CONSIDERACIONES SOBRE EL IMPACTO EN LOS COSTOS

A la hora de elegir el enfoque adecuado, se debe tener en cuenta la relación entre el nivel de inversión y el impacto previsto. Las opciones disponibles (los niveles Bronce, Plata y Oro) se describen a continuación.

En general, las estrategias que requieren una menor inversión resultarían eficaces para mejorar la claridad y la accesibilidad, y respaldarían la concientización y la comprensión. Sin embargo, es menos probable que logren un cambio de comportamiento duradero o que influyan en la formulación de políticas. Los enfoques de nivel intermedio ofrecerían mayores oportunidades de interacción mediante comunicaciones más específicas y estructuradas, lo que aumentaría el alcance y la relevancia para los destinatarios prioritarios. Los enfoques que implican una mayor inversión permitirían una interacción más directa con las partes interesadas y una actividad de comunicación proactiva, lo que proporcionaría un mayor apoyo al cambio conductual e institucional dentro de sistemas de ordenación complejos, como las OROCP.

Dado que el objetivo del ACAP es respaldar no solo la concienciación, sino también la adopción y la implementación de las mejores prácticas, cabe esperar que los enfoques que contemplen una interacción estructurada y actividades centradas en la implementación tendrán más impacto.

Las opciones que requieren una mayor inversión exigirían una mayor dotación inicial de recursos, pero podrían ofrecer un mayor valor a largo plazo gracias a una mayor aceptación, relaciones más sólidas con las partes interesadas y una mejor alineación con los objetivos estratégicos.

9. OPCIONES DE COMUNICACIÓN

Se han identificado tres niveles de apoyo a la comunicación, que se caracterizan por su creciente nivel de ambición, dotación de recursos e impacto. Cada nivel representa un grado de servicio distinto con entregables claramente definidos. Los niveles son acumulativos:

1. **Bronce:** los principales resultados en materia de comunicación se centran en la claridad, la coherencia y la accesibilidad.
2. **Plata:** incluye todo lo de Bronce, además de la traducción de contenidos específicos y su difusión estructurada, lo que permite una interacción más estratégica y adaptada al destinatario objetivo.
3. **Oro:** incluye todo lo de Plata, además de la interacción directa con las partes interesadas, la puesta en marcha de una plataforma digital y un apoyo proactivo en materia de comunicación para impulsar la implementación y la adopción.

Aunque los niveles proporcionarían un marco estructurado, la idea es que se apliquen de manera flexible. Los elementos podrían adaptarse, añadirse o combinarse para reflejar prioridades y preferencias específicas; por ejemplo, incorporando componentes seleccionados de un nivel superior cuando ello aporte un valor agregado.

Las opciones identificadas permitirían poner en práctica la teoría del cambio descrita en la Sección 5 y están diseñadas para respaldar la implementación de la estrategia de interacción

con las OROCP y la estrategia de comunicación del ACAP, lo que aumentaría la accesibilidad, la pertinencia y la adopción de las orientaciones del ACAP.

10. OPCIÓN 1: BRONCE: NIVEL BÁSICO (CLARIDAD Y ACCESIBILIDAD)

10.1. ¿En qué consiste este nivel?

El nivel Bronce ofrecería un paquete básico de comunicación centrado en aumentar la claridad, la facilidad de uso y la coherencia de los materiales existentes. Se trata principalmente de una oferta de producción de contenidos, con una interacción activa limitada. En el Apéndice B se incluyen estudios de casos de trabajos similares realizados por Mindfully Wired.

10.2 Entregables clave

1. Alineación de marca

- a. Creación de una identidad visual coherente y unificada en todos los materiales
- b. Elaboración de un panel de tendencias (“mood board”) de respaldo para orientar la dirección creativa
- c. Elaboración de directrices de marca, incluyendo el tono de voz, la estructura y las normas visuales, para garantizar la alineación de todos los materiales

Resultados en materia de contenidos

2. Resúmenes ejecutivos (3):

- a. Resúmenes claros, concisos y orientados a la toma de decisiones de los documentos clave de las recomendaciones de mejores prácticas
- b. Diseñados para resultar accesibles a un público sin conocimientos técnicos

3. Paquete de materiales visuales (3):

- a. Imágenes de alta calidad para transmitir conceptos clave, procesos y medidas de mitigación
- b. Los formatos pueden incluir resúmenes, listas de verificación y árboles de decisión

4. Imagen del estudio de caso (1):

- a. Elaboración de un estudio de caso visual conciso que muestre una medida de mitigación en la práctica (contenido facilitado por el cliente)
- b. Creación de una plantilla reutilizable para estudios de caso con vistas a su uso futuro

Herramientas de comunicación

5. Elaboración de una narrativa:

- a. Definición de los mensajes clave para garantizar la coherencia en todos los materiales y canales

- b. Elaboración de pilares de contenido, que incluyen mensajes clave, ejemplos de ideas de contenido y resúmenes adaptados a los destinatarios, redactados en un lenguaje sencillo

6. Kit de herramientas de comunicación:

- a. Creación de un conjunto de herramientas centralizado para respaldar una comunicación eficaz, que incluya:
 - i. una estrategia y un enfoque de comunicación globales;
 - ii. un marco de comunicación definido y pilares de contenido;
 - iii. una estrategia de canales y oportunidades de interacción con los medios;
 - iv. un ejemplo de calendario de contenidos y plantillas de apoyo.

7. Elaboración de plantillas:

- a. Paquetes modulares de presentaciones con diapositivas (2) para sesiones informativas y la interacción con las OROCP
- b. Plantillas para redes sociales (4), que incluyen directrices de coordinación y un sistema básico de seguimiento del desempeño
- c. Plantilla de boletín informativo para apoyar la comunicación continua con las partes interesadas

8. Biblioteca de contenidos

- a. Creación de un repositorio centralizado de recursos visuales aprobados, como gráficos, figuras e íconos, para garantizar la coherencia y facilitar el acceso

9. Información sobre los destinatarios

- a. Mapeo de las partes interesadas para identificar y clasificar a los contactos clave y los responsables de la toma de decisiones
- b. Elaboración de un mapa de asociaciones para identificar las organizaciones y redes pertinentes, con el fin de respaldar la coordinación y la difusión de los mensajes clave

10. Gestión y supervisión de proyectos

- a. Revisión interna continua de todos los entregables para garantizar la calidad y la coherencia
- b. Reuniones periódicas del proyecto para respaldar la ejecución y la coordinación
- c. Supervisión por parte de los altos cargos para proporcionar orientación estratégica y garantías

10.3 Bronce: resultados y función estratégica

El nivel Bronce establecería un estándar mínimo de calidad para las comunicaciones, lo que aumentaría la claridad, la coherencia y la accesibilidad de los materiales. Esto permitiría superar los obstáculos inmediatos que dificultan la comprensión y sentaría las bases para una mayor interacción y un cambio de comportamiento.

Entre los resultados esperados se incluyen una comprensión más rápida de los contenidos técnicos complejos, una presentación más coherente en todos los contenidos del ACAP, una mayor accesibilidad para los destinatarios con y sin formación técnica y el desarrollo de recursos de comunicación reutilizables y adaptables. Además, brindaría respaldo a la elaboración de datos de referencia sobre el alcance y la interacción del público.

Entre los indicadores de éxito se incluirían una mayor claridad, coherencia y facilidad de uso de los materiales; un mayor uso de resúmenes, elementos visuales y herramientas de consulta rápida; un aumento del alcance inicial (p. ej., visitas al sitio web y descargas); y comentarios positivos sobre la accesibilidad y la facilidad de uso.

11. OPCIÓN 2: PLATA: NIVEL AVANZADO (INTERACCIÓN ESTRUCTURADA Y ACCESO)

11.1 ¿En qué consiste este nivel?

El nivel Plata ofrecería un sistema de comunicación estructurado sobre la base del nivel Bronce, y combinaría contenidos mejorados con una difusión selectiva, infraestructura digital y productos adaptados a destinatarios específicos. Este nivel supondría un cambio en las comunicaciones, ya que se pasaría de la producción de contenidos al apoyo a la interacción activa.

11.2 Entregables clave

Incluye todos los entregables del nivel Bronce y lo siguiente:

1. Servicios de traducción de las recomendaciones de mejores prácticas

a. Manual de políticas (diseñado):

- i. Elaboración de una publicación estructurada y diseñada por profesionales que traduzca las recomendaciones de mejores prácticas en orientaciones priorizadas y listas para la toma de decisiones
- ii. Diseñado para aportar claridad y facilidad de uso y facilitar la aplicación práctica por parte de los públicos objetivo

b. Estudios de casos ampliados (3):

- i. Estudios de casos detallados que muestren aplicaciones en la vida real, incluyendo el contexto, el enfoque de implementación y los resultados
- ii. Diseño y redacción completos para garantizar la claridad, la coherencia y el impacto visual

c. Contenido multimedia personalizado:

- i. Producción de videos y contenidos explicativos de larga duración y alta calidad
- ii. Diseñado para apoyar los momentos clave de la interacción e impulsar la comprensión y la adopción de las medidas prioritarias

2. Difusión e interacción

a. Estrategia en redes sociales:

- i. Desarrollo de una estrategia de redes sociales adaptadas sobre la base del análisis de las plataformas
- ii. Evaluación de cómo interactúan los destinatarios prioritarios en los distintos canales y el papel que desempeña cada plataforma para llegar a ellos de forma eficaz

b. Calendario de contenidos (plan de 12 meses):

- i. Elaboración de un plan de comunicación estructurado y con visión de futuro
- ii. Ofrece un cronograma claro con los temas de los contenidos, los plazos y los resultados previstos para respaldar una interacción coherente y coordinada

11.3 Plata: resultados y función estratégica

El nivel Plata se basaría en la claridad y la coherencia fundamentales para ofrecer un enfoque de comunicación más específico, estructurado y gestionado de forma activa. Se centra en traducir contenidos técnicos a formatos accesibles y listos para la toma de decisiones, y en apoyar una difusión planificada y proactiva dirigida a los destinatarios prioritarios.

Esto contemplaría la elaboración de un manual de políticas diseñado por profesionales, estudios de caso detallados y contenidos multimedia de alta calidad, para que las orientaciones clave estén claramente expuestas, se basen en el contexto y resulten fáciles de asimilar. Estos resultados se complementarían con una estrategia definida para las redes sociales y un calendario de contenidos de 12 meses, lo que permitiría que la comunicación sea más coordinada, oportuna y adaptada al destinatario a través de los canales prioritarios.

En conjunto, estos elementos respaldarían una mayor comprensión y accesibilidad de los materiales del ACAP para los destinatarios clave, incluidos los responsables de formulación de políticas y las OROCP. Estos elementos permitirían llevar a cabo una comunicación más eficaz y coherente de los mensajes clave, al tiempo que respaldarían una mayor visibilidad y un uso más estratégico de los contenidos en todas las actividades de interacción.

El éxito en este nivel se reflejaría en un mayor alcance e interacción en todos los canales de comunicación, una mayor adecuación de los contenidos a las necesidades del público y un uso cada vez mayor de los materiales en sesiones informativas, debates y procesos de interacción con las partes interesadas. Además, respaldaría la generación de un público mejor definido y comprometido, y ayudaría a sentar unas bases sólidas para una implementación y una adopción más profundas en las fases posteriores.

12. OPCIÓN 3: ORO: NIVEL TRANSFORMACIONAL (CAMBIO DE COMPORTAMIENTO E IMPLEMENTACIÓN)

12.1 ¿En qué consiste este nivel?

El nivel Oro ofrecería un programa integral de comunicación e interacción centrado en la implementación, que combinaría contenidos, infraestructura e interacción directa para respaldar los cambios de comportamiento y la adopción de políticas.

Este nivel supondría pasar de la comunicación entendida como difusión a la comunicación entendida como intervención. Es importante señalar que esto requeriría contactarse con las partes interesadas para llevar a cabo actividades de interacción y un plazo de preparación más largo.

12.2 Entregables clave

Incluye todos los entregables de los niveles Bronce y Plata, además de lo siguiente:

1. Desarrollo y puesta en marcha del centro digital:

- a. Desarrollo integral de un centro de comunicaciones centralizado, que incluye:
 - i. el mapeo del sitio web y el diseño de la trayectoria del usuario;
 - ii. un diseño visual acorde con las directrices de marca establecidas;
 - iii. una redacción publicitaria profesional para adaptar los contenidos de las recomendaciones de mejores prácticas a formatos digitales claros y accesibles.
- b. Implementación técnica, incluyendo la creación de la plataforma, la carga de contenidos y el *hosting*.
- c. Gestión continua de los costos y la infraestructura del *backend* del sitio web para garantizar su funcionalidad y accesibilidad.

2. Interacción con las partes interesadas

- a. Talleres de diseño colaborativo y sesiones de interacción (una o dos) o entrevistas:
 - i. organización de sesiones con administradores de pesquerías, responsables de formulación de políticas y partes interesadas de las OROP.
- b. Diseñados para:
 - ii. recopilar las opiniones actuales, el grado de comprensión y las actitudes respecto a las recomendaciones de mejores prácticas;
 - iii. perfeccionar y reforzar de forma colaborativa el planteamiento y las comunicaciones de las recomendaciones de mejores prácticas.
- c. Respaldan una formulación más clara de las recomendaciones de mejores prácticas y fomentan un entendimiento común para que su implementación sea más eficaz
- d. Incluyen la coordinación de los oradores, la elaboración de la agenda y la gestión técnica completa.

3. Oficina de prensa y comunicaciones estratégicas

a. Monitoreo de eventos y desarrollo de una narrativa:

- i. seguimiento continuo de acontecimientos clave y momentos decisivos en materia de políticas;
- ii. elaboración de mensajes y argumentos adaptados para alinear la comunicación con las nuevas oportunidades que surjan.

b. Interacción con los medios y divulgación:

- i. elaboración y difusión proactivas de comunicados de prensa, blogs y contenidos que marquen la agenda vinculados a hitos clave;
- ii. presentación selectiva a periodistas y publicaciones prioritarios;
- iii. uso del seguimiento de los medios de comunicación para identificar oportunidades de interacción reactiva;
- iv. elaboración y mantenimiento de listas de medios de comunicación específicos.

c. Funciones de la oficina de prensa:

- i. Elaboración de material informativo para la interacción con los medios de comunicación;
- ii. Apoyo estratégico y organización de ruedas de prensa con portavoces en momentos y eventos clave.

12.3 Nivel Oro: función estratégica, resultados e impacto

El nivel Oro supondría pasar de una comunicación estructurada y una difusión planificada a una implementación, interacción e influencia activas. Combinaría una plataforma digital plenamente desarrollada con la interacción directa con las partes interesadas y una oficina de prensa proactiva para impulsar la adopción e integrar las comunicaciones sobre las recomendaciones de mejores prácticas a los contextos de toma de decisiones del mundo real.

Con la creación de un centro de comunicaciones centralizado, las partes interesadas dispondrían de un acceso sencillo y optimizado a las orientaciones y los materiales de apoyo. Esto se reforzaría con sesiones de interacción de diseño conjunto para que las comunicaciones se basen en las perspectivas de las partes interesadas y se perfeccionen a fin de respaldar su implementación práctica.

Una oficina de prensa proactiva y receptiva ampliaría aún más el alcance y la influencia al situar los materiales del ACAP en momentos clave en el ámbito político y mediático. Este enfoque integrado respaldaría una mayor visibilidad, una mayor credibilidad y una alineación más eficaz con las prioridades de las partes interesadas.

El éxito en este nivel se demostraría con una interacción sostenida con las partes interesadas, una mayor visibilidad en los medios de comunicación y en el debate sobre formulación de políticas, y pruebas claras de su adopción en los procesos de toma de decisiones e implementación. Además, reflejaría un ecosistema de comunicación más maduro, en el que los contenidos, los canales y la interacción queden plenamente alineados para respaldar un impacto cuantificable.

12.4 Recomendación estratégica

Mindfully Wired considera que el nivel Oro puede ser la opción más eficaz para alcanzar los objetivos del ACAP dentro de unos parámetros realistas en cuanto a tiempo y recursos. Iría más allá de las comunicaciones estructuradas para ofrecer un apoyo activo a la implementación, combinando una plataforma digital centralizada, la interacción directa con las partes interesadas y una oficina de prensa proactiva. Este enfoque integrado está diseñado para abordar las barreras de carácter conductual, institucional y político, al tiempo que permite una adopción cuantificable de las medidas de mitigación en la práctica. Estaría plenamente alineado con la estrategia de interacción con las OROCP y proporcionaría un marco coherente y orientado a los resultados para lograr resultados tangibles.

El nivel Oro supondría una inversión mayor (GBP 65 000 [aprox. \$ 130 000]), acorde con su alcance y el impacto previsto. Esto ofrecería el mayor potencial para integrar las comunicaciones sobre las recomendaciones de mejores prácticas a los procesos de toma de decisiones y para respaldar una interacción constante con los destinatarios prioritarios.

Mindfully Wired considera que los niveles Plata (GBP 30 000 [aprox. \$ 60 000]) y Bronce (GBP 17 000 [aprox. \$ 34 000]) ofrecerían alternativas sólidas y rentables. Aunque su alcance es más acotado, ambas opciones aportarían mejoras estructuradas y significativas en la forma en que se difunden los materiales del ACAP y se interactúa con ellos. El nivel Plata se centra en la traducción, la selección de los destinatarios y la difusión planificada, mientras que el nivel Bronce sienta bases sólidas en materia de coherencia, claridad y herramientas de comunicación básicas. Cada nivel ofrecería una alternativa viable y flexible, en función de los recursos disponibles y del ritmo y la escala de implementación deseados.

Cabe señalar que el centro digital propuesto en el nivel Oro se ha presupuestado para construirse de cero. No obstante, podría haber posibilidades de integrar esta funcionalidad al sitio web actual del ACAP, siempre que lo permitan las capacidades de la plataforma y las limitaciones del *backend*. Sería necesario realizar una revisión técnica más detallada para confirmar la viabilidad, lo que podría suponer una opción más rentable.

La estructura por niveles está diseñada para ser modular. Elementos de los niveles superiores podrían incorporarse a los paquetes de los niveles inferiores cuando sea necesario dar prioridad a actividades específicas, lo que permitiría tener un enfoque adaptado a los límites presupuestarios establecidos.

Por último, la interacción con las partes interesadas (especialmente a través de entrevistas y talleres de diseño colaborativo) es un elemento fundamental para el éxito. Mindfully Wired recomienda encarecidamente incluir estos elementos, tal y como se establece en el nivel Oro, para garantizar que los resultados se basen en las necesidades de las partes interesadas, apoyen un entendimiento común y maximicen las posibilidades de que se adopten e implementen.

13. ENFOQUE DE LA MEDICIÓN

Para garantizar la rendición de cuentas y demostrar el rendimiento de la inversión, cada nivel incluiría un método de medición adaptado (Tabla 3).

Tabla 3: Enfoque de medición por niveles

Nivel	Enfoque principal	Qué significaría tener éxito en este enfoque	Métricas clave	Recopilación de datos	Presentación de informes
Bronce	Resultados y alcance	La información es accesible y se comprende	Contenido producido; alcance (visualizaciones, descargas, impresiones); concientización básica	Análisis web; encuestas de referencia	Trimestral (centrada en los resultados)
Plata	Interacción y uso	Las partes interesadas interactúan con los materiales y los utilizan	Interacción (tiempo de permanencia en la página, interacciones); comentarios; cambio en el nivel de conocimiento	Paneles analíticos; herramientas para dejar comentarios	Semestral (centrada en las tendencias)
Oro	Resultados e impacto	Cambio de comportamiento y adopción de las políticas	Adopción (integración de políticas); cambio de comportamiento; resultados de la implementación (p. ej., reducción de las capturas secundarias); resultados de las actividades de promoción	Datos en el terreno; análisis de políticas; encuestas; entrevistas	Anual y continua (centrada en el impacto)

14. SERVICIOS DE COMUNICACIONES Y NIVELES DE INVERSIÓN

Servicio / Actividad	Bronce (GBP 17 000)	Plata (GBP 30 000)	Oro (GBP 65 000)
ACCESIBILIDAD BÁSICA			
Productos principales de contenido (resúmenes, infografías, gráficos, material visual de estudios de caso)	✓	✓	✓
Plantillas estandarizadas, identidad corporativa y directrices de estilo	✓	✓	✓

Servicio / Actividad	Bronce (GBP 17 000)	Plata (GBP 30 000)	Oro (GBP 65 000)
Herramientas básicas de comunicación (presentaciones, mensajes, boletines informativos, plantillas para redes sociales)	✓	✓	✓
Biblioteca de contenidos / banco de recursos	✓	✓	✓
Normas de accesibilidad y facilidad de uso	✓	✓	✓
INTERACCIÓN ESTRUCTURADA			
Publicaciones dirigidas a destinatarios específicos (manual de políticas, estudios de caso detallados)		✓	✓
Planificación y difusión de contenidos (calendario de contenidos, segmentación)		✓	✓
Estrategia para redes sociales y planificación de canales		✓	✓
Contenido multimedia específico (videos / videos explicativos)		✓	✓
Maapeo y segmentación de las partes interesadas	✓	✓	✓
Maapeo de colaboraciones e identificación de redes	✓	✓	✓
Apoyo en materia de medios de comunicación e interacción (estrategia + materiales)		✓	✓
Mecanismos de presentación de comentarios y análisis			✓
IMPLEMENTACIÓN E INTERACCIÓN DIRECTA			
Plataforma digital / centro de comunicaciones (diseño, desarrollo y <i>hosting</i>)			✓
Talleres de diseño conjunto y sesiones de interacción con las partes interesadas			✓
Funciones de la oficina de prensa (interacción con los medios, presentación de propuestas, ruedas de prensa)			✓
Monitoreo de eventos y comunicaciones reactivas			✓
Apoyo en materia de interacción y coordinación			✓

Servicio / Actividad	Bronce (GBP 17 000)	Plata (GBP 30 000)	Oro (GBP 65 000)
MEDICIÓN Y EVALUACIÓN			
Análisis básicos y monitoreo de referencia	✓	✓	✓
Análisis mejorados y mayor conocimiento de las partes interesadas		✓	✓
Marco de evaluación del impacto y presentación de informes			✓

Notas

- Los niveles son progresivos y acumulativos; cada uno se basa en el anterior.
- La estructura es modular, lo que permite incorporar elementos seleccionados de los niveles superiores a los inferiores si es necesario.
- Las actividades de interacción con las partes interesadas (Oro) se consideran componentes de gran valor y pueden priorizarse de forma independiente si es necesario.
- La plataforma digital (Oro) puede construirse de cero o implementarse como mejora del sitio web actual, siempre que esto sea técnicamente viable.
- Los costos se basan en presupuestos orientativos a la fecha de redacción (marzo de 2026).

ANEXO A ACERCA DE MINDFULLY WIRED

[Mindfully Wired](#) es una consultora de comunicación multidisciplinaria especializada en cuestiones medioambientales y de sostenibilidad, con especial atención a los sistemas marinos y pesqueros. Su equipo reúne experiencia en comunicación estratégica, campañas, desarrollo de contenidos e interacción con la comunidad científica, y trabaja en ámbitos relacionados con la formulación de políticas, la investigación y la implementación.

La organización cuenta con una amplia experiencia en el cruce entre la ciencia, formulación de políticas y la práctica. Su labor abarca iniciativas de seguimiento e investigación a largo plazo, campañas de alcance mundial y programas de desarrollo de capacidades en el Reino Unido, Europa y a nivel internacional. Mindfully Wired ha colaborado con diversos socios, entre ellos organizaciones multilaterales, entidades filantrópicas y alianzas de múltiples partes interesadas, a las que apoya en sus iniciativas para traducir datos complejos en medidas prácticas. Algunos de sus clientes son Cibra, Clean Catch, Defra, NASCO, NAPA y Global Tuna Alliance.

El enfoque de Mindfully Wired se centra en aumentar la claridad, la accesibilidad y el impacto de la información técnica. Esto incluye respaldar a las organizaciones para que puedan definir sus estrategias, comunicar los datos de forma eficaz y llegar a los destinatarios prioritarios, con el fin de facilitar la toma de decisiones informadas y la adopción de las mejores prácticas. El equipo de Mindfully Wired hace hincapié en que las comunicaciones contribuyan a la obtención de resultados cuantificables, tales como el cambio de comportamiento, la influencia en la formulación de políticas y la mejora de la implementación.

La organización combina sus conocimientos especializados con su experiencia en comunicación estratégica y creativa para respaldar la elaboración de narrativas claras y prácticas. Su labor se basa en un enfoque pragmático y orientado a los resultados, centrado en la aplicación práctica y en el cambio a nivel sistémico.

ANEXO B DETALLE DE LAS MEJORAS A LOS CANALES DE COMUNICACIÓN

B1. Introducción

En este Anexo se ofrecen más detalles sobre las mejoras propuestas para los canales de comunicación del ACAP.

Estas mejoras respaldan las opciones de comunicación presentadas en el documento principal y pueden adaptarse y combinarse en función del nivel de inversión seleccionado.

El objetivo de estas mejoras es reforzar aún más la accesibilidad, la claridad y la eficacia de las comunicaciones del ACAP, y contribuir al respaldo de la estrategia de interacción con las OROCP.

B2. Redes sociales

B2.1 Situación actual

El ACAP mantiene activos perfiles en redes sociales como Instagram, Facebook y X.

La interacción es elevada en algunas plataformas, sobre todo en Instagram y Facebook.

Actualmente, la frecuencia de publicación varía según el canal, y hay margen para armonizar aún más la estrategia de contenido, el tono y la frecuencia.

Existen oportunidades para ampliar el uso de contenidos multilingües con el fin de respaldar un aumento del alcance y la inclusividad.

B2.2 Mejoras propuestas

- Desarrollo de una estrategia estructurada para las redes sociales, que incluya objetivos, destinatarios y una planificación de contenidos claros.
- Enfoques específicos para cada plataforma:
 - **Instagram:** contenido visual, accesible y atractivo para el público.
 - **X:** actualizaciones concisas e interacción con destinatarios con formación técnica e involucrados en la formulación de políticas.
 - **LinkedIn:** interacción profesional centrada en la formulación de políticas.
- Desarrollo de un conjunto de plantillas de contenido para respaldar la coherencia en la imagen de marca y los mensajes.
- Producción de videos de formato breve para mejorar la interacción y la accesibilidad.
- Mayor uso de contenidos multilingües para apoyar la llegada a más destinatarios.

B3. Materiales visuales (gráficos e infografías)

B3.1 Situación actual

El ACAP ha elaborado fichas informativas y algunas infografías.

Gran parte de estas orientaciones sigue estando en forma de texto, lo que puede limitar la accesibilidad de aquellos usuarios que buscan una interpretación rápida o visual.

B3.2 Mejoras propuestas

- Elaboración de un conjunto de infografías diseñadas para respaldar los mensajes clave y los resultados.
- Creación de representaciones visuales de información compleja, como sitios reproductivos y medidas de mitigación.
- Elaboración de elementos gráficos normalizados para su uso en informes, documentos de orientación y presentaciones.
- Incorporación de contenido visual en los materiales escritos y digitales para aumentar la claridad y mejorar la interacción.

B4. Sitio web y centro digital

B4.1 Situación actual

El ACAP cuenta con un sitio web operativo que se actualiza periódicamente y tiene una estructura clara.

Algunas páginas contienen texto muy extenso, lo que puede afectar la facilidad de navegación y a la accesibilidad.

Existe la posibilidad de mejorar aún más la visibilidad reforzando la optimización de las búsquedas.

B4.2 Mejoras propuestas

- Creación de un centro web centralizado de recomendaciones de mejores prácticas que reúna orientaciones, investigaciones y resultados.
- Mejoras en el SEO para aumentar la visibilidad y la facilidad de búsqueda.
- Incorporación de contenidos más visuales e interactivos para mejorar la experiencia del usuario.

Optimización de la estructura del contenido para mejorar la navegación y la accesibilidad.

B5. Boletines informativos

B5.1 Situación actual

El boletín mensual del ACAP se publica actualmente en formato web y no se distribuye por correo electrónico.

Por lo tanto, funciona principalmente como una actualización estática.

B5.2 Mejoras propuestas

- Creación de un boletín informativo enviado por correo electrónico para apoyar la interacción regular con las partes interesadas.
- Creación de una base de datos de contactos para respaldar las comunicaciones con destinatarios específicos.
- Envío de actualizaciones personalizadas para diferentes grupos de destinatarios.

B6. Documentos escritos y plantillas

B6.1 Situación actual

El ACAP utiliza plantillas estándar para redactar muchos de sus documentos escritos.

Los documentos son principalmente de texto y usan pocos elementos visuales.

B6.2 Mejoras propuestas

- Desarrollo de un conjunto de plantillas diseñadas para:
 - Informes
 - Resúmenes de políticas
 - Documentos de orientación
- Elaboración de resúmenes ejecutivos de todos los resultados principales para respaldar su acceso.
- Aplicación de una imagen de marca coherente, incluyendo la tipografía, la maquetación y la combinación de colores.
- Mejor uso de la jerarquía visual para aumentar la legibilidad y la claridad.

B7. Eventos, capacitación e interacción

A7.1 Situación actual

El ACAP interactúa con las partes interesadas en reuniones y debates.

Actualmente, las actividades de interacción estructuradas, como la capacitación y los talleres, son limitadas.

B7.2 Mejoras propuestas

- a. Entrega de comunicaciones y capacitación orientada a la implementación para las partes interesadas.
- b. Elaboración y realización de talleres para respaldar la aplicación de las directrices.
- c. Interacción estructurada con las Organizaciones Regionales de Ordenación Pesquera (OROP).
- d. Actividades previas a la interacción para respaldar la alineación antes de las reuniones clave.
- e. Incorporación de materiales del ACAP en reuniones, presentaciones y eventos.

B8. Medios de comunicación y campañas

A8.1 Situación actual

En la actualidad, el ACAP mantiene una interacción estructurada con los medios de comunicación de carácter limitado.

Existe margen para aumentar aún más la visibilidad mediante una comunicación más proactiva y estratégica.

B8.2 Mejoras propuestas

- Elaboración de una estrategia proactiva de interacción con los medios de comunicación.
- Creación de estrategias creativas para campañas que respalden los mensajes e iniciativas clave.
- Elaboración de materiales de campaña y estrategias narrativas para respaldar la interacción.
- Alineación de las campañas con eventos clave, como el Día Mundial del Albatros y otras fechas relevantes.

B9. Resumen

Las mejoras descritas en este Anexo buscan reforzar el enfoque de comunicación del ACAP.

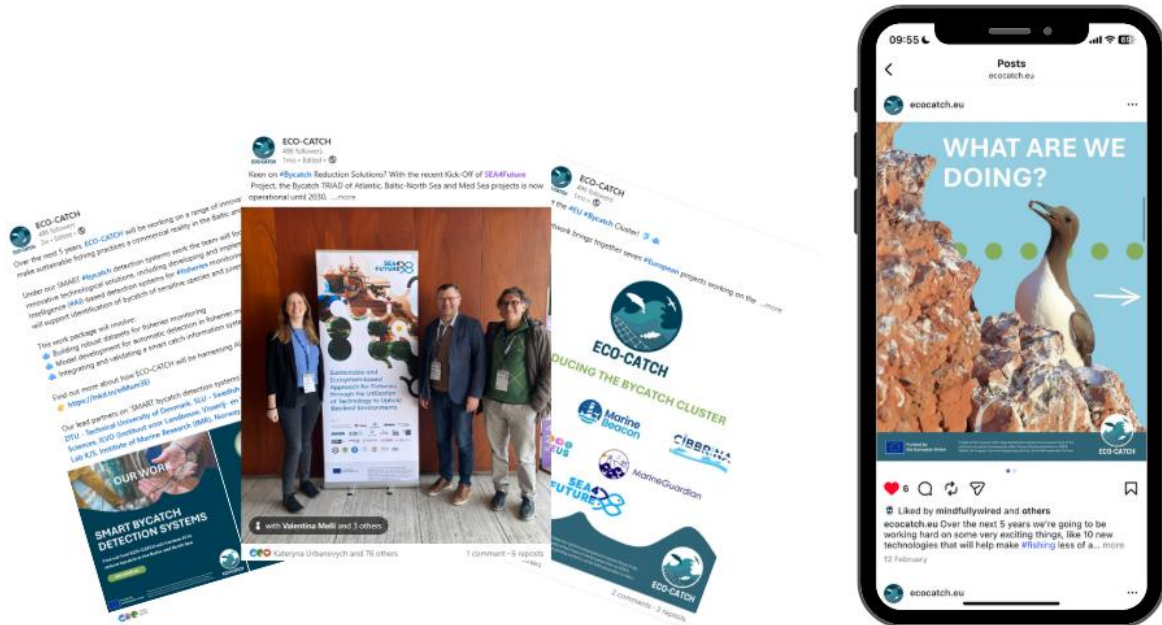
Una vez aplicadas, mejorarán aún más la accesibilidad, la claridad y el impacto de los resultados del ACAP.

Además, sientan una base sólida para poner en práctica las opciones de comunicación descritas en la sección principal de este documento, respaldar una interacción más estructurada y obtener resultados más sólidos en lo que atañe a la implementación.

ANEXO C. ESTUDIOS DE CASO DE PROYECTOS SIMILARES

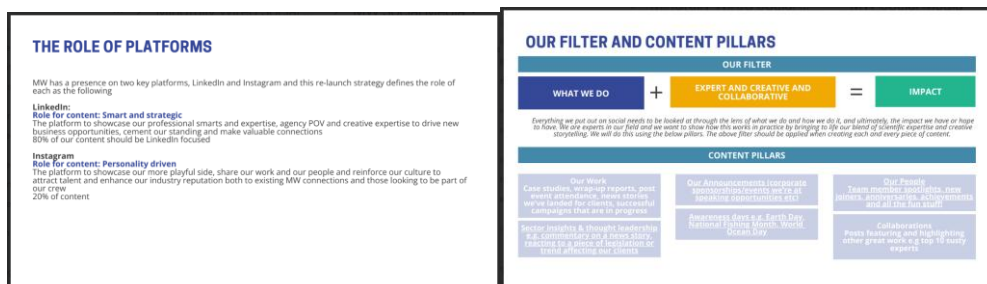
C1. Imagen de marca e identidad visual

C1.1 Estudio de caso: estrategia de marca y redes sociales de ECO-CATCH



C2. Estrategias en redes sociales

C2.1 Estudio de caso: estrategia de marca y redes sociales de ECO-CATCH



C2.2 Estudio de caso: The Fishing Porthole

Twitter tips

Content Streams:

Content streams help to categorise all the different messaging throughout your communications. They ensure that content is always on-brand, and can assist with mapping out topics to ensure content is always relevant and varied.

Two thirds	One third
<p>Inform, educate, entertain - posts that position The Fishing Porthole as the go-to for resources, networking and help!</p> <ul style="list-style-type: none"> Fishing industry updates; news, articles and key information about quota, safety, policy and funding Events - key learnings and takeaways from events Posts from trustees / content from funders Quotes from fishermen who have attended events / used resources Jargon busters - definitions for words used regularly in science, nrgent and policy Links to resources that directly link to events happening in the news Real people, real fishing life Short handy videos 	<p>Promotional posts about FTFP & the Porthole</p> <ul style="list-style-type: none"> Promoting upcoming events Posts that promote resources on the Porthole FTFP updates Case studies or shoutouts Foghorn / sharing answers to questions / call outs for questions

Example Content: QUOTES FROM PEOPLE WHO HAVE ATTENDED WORKSHOPS

Learning is a two-way street. We help scientists and policy makers connect with fishermen to ensure everyone is on the same page.

<Call to action>

OBJECTIVE: Inform, educate, entertain - posts that position Fishing into the Future and the Porthole as a useful resource

C.2.3 Estudio de caso: Home and Dry

LET'S LOOK AT THE ROLE PLATFORMS PLAY

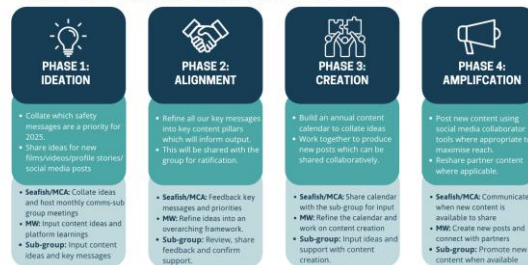


OUR CONTENT FOUNDATIONS

All content pillars have been shared and discussed with the Home and Dry Fishing Safety Forum Communications Subgroup. Below are three key pillars which will inform and guide how specific safety actions are categorised within communications calendars and activity plans.



PROCESS - HOW WE ALL WORK TOGETHER



C3. RESÚMENES DE POLÍTICAS

C.3.1 Estudio de caso: resúmenes de políticas de SEAwise

Elaborados al finalizar el proyecto, publicados en el sitio web y difundidos en las redes sociales y en boletines informativos.



C4. VÍDEOS CORTOS

C4.1 Estudio de caso: video de presentación de CIBBRiNA



C5. GRÁFICOS/GUÍAS/INFOGRAFÍAS

C5.1 Estudio de caso: guía de identificación de fauna silvestre de Clean Catch (también adaptada para CIBBRiNA)



C6. ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DE INFORMES

C6.1 Estudio de caso: *Home and Dry*

HEADLINE RESULTS



WEBSITE

The campaign lifted website visits up 2.8k users and 3.5k views for the month of February. This has surpassed our target KPIs of 2k users and 2.5k views.

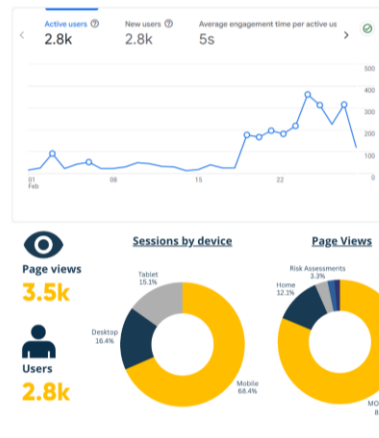
Key page hits include:

- **MOB Page:** 2.6k views (2s engagement)
- **Home:** 389 views (8s engagement)
- **Risk Assessments:** 107 views (26s engagement)
- **Neil's op-ed:** 58 views (34s engagement)
- **Single-handed fishing page:** 43 views (31s engagement)

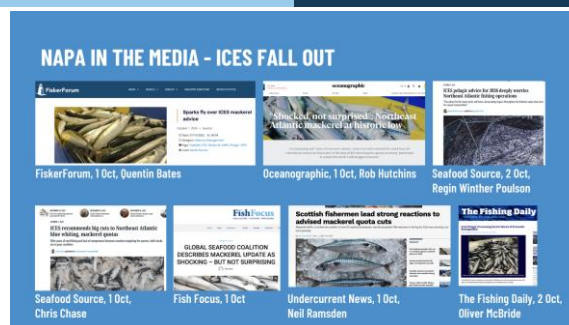
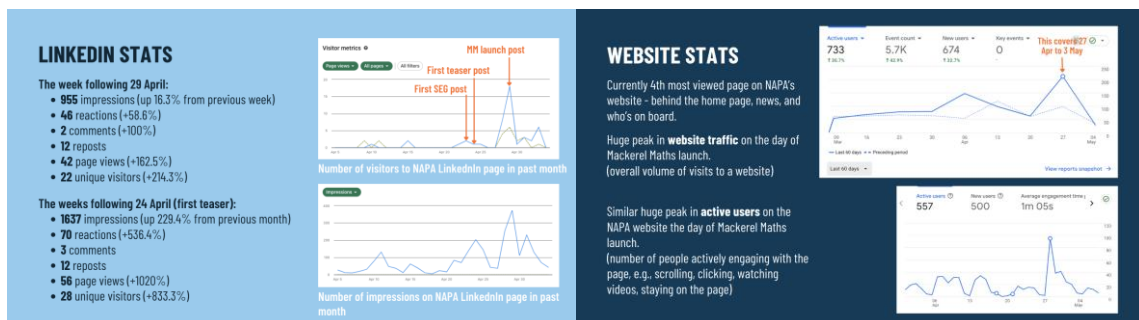
2k users came from Paid Social, 430 through direct search, 374 from organic social, 213 from organic search and 54 from referral.

Key takeaways:

- Paid supports a huge uptick in intention but doesn't always translate to desired engagement on all pages.
- Key pages (risk assessments, neil's op-ed and single handed fishing page) all received upwards of 20 if not 30s engagement. *This implies fishermen are looking for expert advice/ reassurance*



C6.2 Estudio de caso: North Atlantic Pelagic Advocacy Group



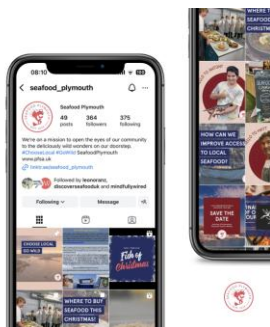
C6.3 Estudio de caso: Seafood Plymouth

SOCIAL MEDIA

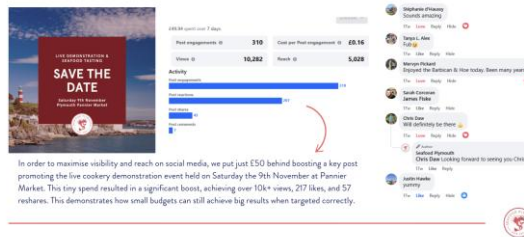
At project set-up, the Seafood Plymouth Facebook and Instagram channels were established. These channels started with 0 followers and, since then, have organically acquired new followers through regular content creation (static and video) and community engagement. From 1 March 2024 to 1 March 2025, both channels have reached the following metrics respectively:

Facebook	Instagram
• 265 followers	• 364 followers
• 82.4k views	• 13.9k views
• 40.9k reached	• 4.2k reach
• 2.2k interactions	• 607 interactions
• 1.9k visits	• 679 visits
• 78 Page likes	• 49 Posts

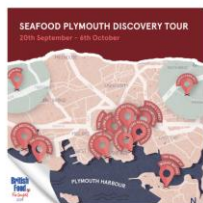
Looking at follower demographics, the top 5 locations are Plymouth, London, Penzance, Looe and Torpoint for Instagram, and Plymouth, Paignton, Torquay, Torpoint and Brixham for Facebook.



SOCIAL MEDIA - BOOSTING



PLYMOUTH LIVE COLLABORATION



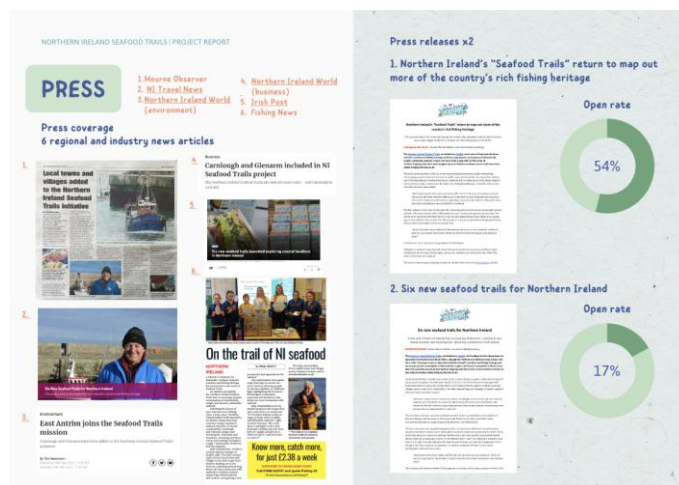
To boost reach and engagement with the tour, we partnered with Plymouth Live on a paid promotion. The advert sat on the official Partners Facebook and Instagram pages - for example 'Plymouth Live Partners with you' - and was then pushed out to people within the Plymouth locality within 50km aged 20+ with an interest in 'tasting out, local produce, restaurants and pubs'.

Key statistics include:

• 34,694 impressions	• 54 post reactions
• 24,310 reach	• 5 post saves
• 2,012 total clicks	• 6 comments
• 1,257 link clicks	• 5 post shares
• 8.66% CTR	• 70 total actions

At the time, the industry standard click-through rates were around 1%, but in the short space of time and at entry level on budget, our campaign performed at 8.66% with over 8,000 clicks. A fantastic result for everyone involved.

C6.4 Estudio de caso: Northern Ireland Seafood Trails



C7. SITIOS WEB

C7.1 Estudio de caso: Clean Catch UK <https://www.cleancatchuk.com/>



C7.2 Estudio de caso: NFI Sushi Council <https://nfishushicouncil.com/>



C8. VISUALIZACIÓN DE DATOS: HERRAMIENTAS EN LÍNEA

C8.1 Estudio de caso: Herramienta de SEAwise

THE EBFM TOOL - SHARING COMPLEX SCIENCE VIA AN INTERACTIVE TOOL



PELAGIC FISHERIES

Pelagic fisheries occur throughout the North Sea. Across the region, pelagic landings are generally greater than demersal landings, with herring and mackerel caught using pelagic trawls and seines accounting for the largest portion of pelagic landings from the North Sea.

On account of the specificity of pelagic fisheries, in terms of their highly mobile nature and high variability, alongside the limited demersal contact entailed in these fisheries, bycatch is assumed to be relatively low, as their benthic (i.e. seabed) impacts.

PELAGIC FISHERIES: AT A GLANCE

INSIGHTS FROM THE PELAGIC FISHERIES

- FISH STOCKS
- BIODIVERSITY
- HABITATS
- REVENUE
- WELLBEING

CASE STUDY IN FOCUS

NORTH SEA

As part of our analysis, SEAwise has assessed the overall sustainability of fisheries management for the North Sea, based on the current status of the region's pelagic fisheries. The current status of the region's pelagic fisheries is assessed in terms of their ecological, economic, and social sustainability. The current status of the region's pelagic fisheries is assessed in terms of their ecological, economic, and social sustainability.



PELAGIC FISHERIES: AT A GLANCE

INSIGHTS FROM THE PELAGIC FISHERIES

	2025	2035	2045
FISH STOCKS	●●●●●	●●●●●	●●●●●
BIODIVERSITY	●●●●●	●●●●●	●●●●●
HABITATS	●●●●●	●●●●●	●●●●●
REVENUE	●●●●●	●●●●●	●●●●●
WELLBEING	●●●●●	●●●●●	●●●●●

STAKEHOLDER WORKSHOPS TO SHARE RESULTS AND CO-DESIGN TOOLS







REGIONAL REVIEW WORKSHOP
North Western Waters Advisory Council (NWWAC)
March 11 2025 | CNPIMEM 134 Ave. de Malakoff Paris, France | hybrid

The workshop will provide an opportunity to present and discuss SEAwise's work, and feedback on the project's final evaluations, alongside the EBFM Toolbox and Tool that have been developed as part of the project.

AGENDA

Tuesday 11 March

14:00 - 14:10 Opening welcome Anja Rindorf, DTU

14:10 - 14:30 SEAwise Case Study Session led by Jochem Depaele, ILVO

14:30 - 15:00 Discussion

15:00 - 15:15 Coffee break

15:15 - 15:30 EBFM Tool Demo Session led by Lia et Aude, Mindfully Wild

15:30 - 15:50 Trial of Tool

15:50 - 16:10 Feedback

16:10 - 16:25 EBFM Toolbox Demo Session led by Neil Magennis, ICES

16:25 - 16:45 Trial of Toolbox

16:45 - 17:05 Feedback

17:05 - 17:30 Gaps, future work and closing comments

Central European start time: 14:00 - 17:30 | Dublin start time: 13:00 - 16:30

March 11 2025 | CNPIMEM 134 Ave. de Malakoff Paris, France | IN, IL, FIO

info@seawiseproject.org seawiseproject.org SEAwise Project

C9. VIDEOS DE MAYOR DURACIÓN

C9.1 Estudio de caso: películas de SEAwise

