



**PROGRAMA CONJUNTO FAO/OMS SOBRE NORMAS ALIMENTARIAS**  
**COMITÉ EJECUTIVO DE LA COMISIÓN DEL CODEX ALIMENTARIUS**  
**74.ª reunión**

**INFORMACIÓN ACTUALIZADA SOBRE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL CODEX 2017-19**

**Antecedentes**

1. El Comité Ejecutivo, en su 73.ª reunión (julio de 2017):
  - i. confirmó la misión y los objetivos de la Estrategia de comunicación del Codex 2017-19 (en adelante, “la Estrategia”);
  - ii. pidió a la Secretaría que presentara la estrategia elaborada ante el Comité Ejecutivo en su 74.ª reunión (septiembre de 2017) con vistas a su examen y aprobación, y
  - iii. sugirió estudiar, durante su 74.ª reunión, la manera en que el Comité podía contribuir a la elaboración futura de la Estrategia.
2. La Estrategia se presenta en el Apéndice I.

**Orientación estratégica del Comité Ejecutivo**

3. Se invita a los miembros del Comité Ejecutivo a que contribuyan a la elaboración y aplicación de la Estrategia aportando ideas y orientación estratégica sobre el mejor modo de llegar a sus principales grupos destinatarios, a saber, los **responsables de la formulación de políticas y la adopción de decisiones a nivel gubernamental**, de quienes dependen las inversiones y el grado de implicación y participación en el Codex a nivel nacional.

**Recomendación**

4. Se invita al Comité Ejecutivo a que apruebe la Estrategia de comunicación del Codex 2017–19 y aliente a todas las partes interesadas a velar por su aplicación satisfactoria.

## **Estrategia de comunicación del Codex 2017–19**

La presente Estrategia establece la misión y los objetivos de las actividades de comunicación de la Secretaría del Codex. En ella se incluye un cuadro en el que se presentan las actividades, las metas y los indicadores correspondientes a cada objetivo, junto con información relativa al presupuesto y el seguimiento.

### **Declaración de misión**

Ofrecer a todas las partes interesadas las herramientas y los medios necesarios para participar eficazmente en la labor del Codex y ayudarles a fomentar el conocimiento de esta labor en el plano nacional.

### **Objetivos**

Los objetivos se centran en la labor de comunicación de la Secretaría del Codex. La adición del sexto objetivo vinculará más estrechamente la Estrategia a los seis comités coordinadores regionales de la FAO y la OMS. A lo largo de los dos años que abarca la Estrategia, cada región asumirá el liderazgo durante cuatro meses, período en que la Secretaría canalizará, junto con la FAO/OMS y el coordinador regional, las comunicaciones, actividades, publicaciones y noticias relativas a esa región sobre temas de valor e interés mutuo.

#### **Objetivo 1**

*Establecer en la Secretaría del Codex canales de comunicación (internos y externos) que sean claros y transparentes.*

#### **Objetivo 2**

*Garantizar que los miembros del Codex reciban comunicaciones periódicas, coherentes, fidedignas y útiles a fin de reforzar sus conocimientos, fomentar sus capacidades y promover una participación activa en la labor de elaboración de normas internacionales.*

#### **Objetivo 3**

*Permitir que los presidentes de los comités del Codex y los gobiernos hospedantes reciban orientación pertinente y útil para reforzar sus conocimientos, simplificar y armonizar la manera en que funcionan los comités y prestar apoyo al eficaz papel que desempeñan en el trabajo de elaboración de normas internacionales.*

#### **Objetivo 4**

*Ayudar a las organizaciones patrocinadoras —la FAO y la OMS— en la promoción y la comunicación eficaz con los Estados miembros de cuestiones de interés para el Codex y actividades afines.*

#### **Objetivo 5**

*Lograr la participación de los observadores para prestar apoyo a la colaboración y la cooperación en el ámbito de la elaboración de normas del Codex.*

#### **Objetivo 6**

*Colaborar con los comités coordinadores regionales de la FAO y la OMS para determinar, elaborar y realizar iniciativas de comunicación eficaces.*

### **Grupos destinatarios**

Los principales destinatarios del Codex son los responsables de la formulación de políticas y la adopción de decisiones a nivel gubernamental, que desempeñan un papel clave respecto de las inversiones y pueden influir en el grado de implicación y participación en el Codex a nivel nacional.

También se dirige a otros públicos, tanto en el plano interno —dentro de las organizaciones patrocinadoras y la comunidad del Codex (miembros y observadores)— como externo. Entre los destinatarios externos se encuentra toda una gama de actores implicados en el proceso por el que transitan los alimentos desde la granja hasta la mesa.

En el Cuadro 1 se muestran las actividades, las metas y los indicadores asociados a los seis objetivos.

Objetivo	Actividades	Metas	Indicadores
<p><b>1. Establecer en la Secretaría del Codex canales de comunicación (internos y externos) que sean claros y transparentes.</b></p>	<p>1.1. Consolidar y mejorar las políticas y los sistemas relacionados con la gestión de los documentos, el flujo de trabajo y la distribución.</p> <p>1.2. Mantener un sitio web dinámico y actualizado</p> <p>1.3. Publicar contenidos en las redes sociales</p>	<p>Para el 42.º período de sesiones de la Comisión (julio de 2019), el 80 % de los miembros y observadores encuestados habrán calificado la puntualidad, accesibilidad y calidad de las comunicaciones del Codex como “excelentes” o “buenas”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicación de documentos de trabajo e informes de los comités</li> <li>• Tráfico del sitio web</li> <li>• Estadísticas de las redes sociales</li> </ul>
<p><b>2. Garantizar que los miembros del Codex reciban comunicaciones periódicas, coherentes, fidedignas y útiles a fin de reforzar sus conocimientos, fomentar sus capacidades y promover una participación activa en la labor de elaboración de normas internacionales.</b></p>	<p>2.1. Proporcionar a los puntos de contacto del Codex apoyo e instrumentos de comunicación eficaces y oportunos para llegar a las partes interesadas nacionales</p> <p>2.2. Colaborar con los puntos de contacto del Codex en todas las iniciativas de comunicación</p> <p>2.3. Colaborar con la FAO y la OMS en sus iniciativas de comunicación dirigidas a los miembros (en particular cursos de aprendizaje electrónico y actividades del Fondo Fiduciario del Codex)</p>	<p>Para el 42.º período de sesiones de la Comisión (julio de 2019), el 50 % de las partes interesadas encuestadas habrán indicado que “la mayoría de las personas en sus comunidades tienen un buen conocimiento del Codex o, al menos, algún conocimiento”.</p> <p>Para el CAC42, más del 50 % de los puntos de contacto del Codex habrán colaborado con la Secretaría con miras a elaborar y adoptar instrumentos de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de grupos de trabajo electrónicos en línea</li> <li>• Porcentaje de textos del Codex en los que se pide que se aporten observaciones utilizando una herramienta en línea</li> <li>• Número de publicaciones</li> <li>• Versión en línea del Manual de procedimiento con opción de búsqueda de texto</li> </ul>
<p><b>3. Permitir que los presidentes de los comités del Codex y los gobiernos hospedantes reciban orientación pertinente y útil para reforzar sus conocimientos, simplificar y armonizar la manera en que funcionan los comités y prestar apoyo al eficaz papel que desempeñan en el trabajo de elaboración de normas internacionales.</b></p>	<p>3.1. Celebrar talleres para presidentes y secretarías de los países hospedantes</p> <p>3.2. Mantener una comunicación fluida con las secretarías de los países anfitriones para debatir cuestiones de interés común y determinar las mejores prácticas</p> <p>3.3. Elaborar un miniplan de trabajo en materia de comunicaciones para cada reunión del Codex</p> <p>3.4. Experimentar la tecnología de los seminarios en línea</p> <p>3.5. Publicar unas directrices sobre el uso de los logotipos de la FAO y la OMS y la identidad visual del Codex</p> <p>3.6. Establecer una identidad visual para cada ciclo de reuniones y actos del Codex</p>	<p>Para el 42.º período de sesiones de la Comisión, se habrán planificado e impartido talleres de formación para los grupos destinatarios.</p> <p>Para el 42.º período de sesiones de la Comisión, se habrán celebrado seminarios web experimentales destinados a los grupos de trabajo electrónicos u otros grupos o reuniones.</p> <p>A diciembre de 2017, se habrán publicado unas directrices sobre el uso de los logotipos de la FAO y la OMS y la identidad visual del Codex.</p> <p>Aumentar la visibilidad de cada reunión del Codex por medio del sitio web del Codex y con la colaboración de instancias locales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de talleres celebrados</li> <li>• Número de seminarios web experimentales celebrados y grado de satisfacción manifestado por los usuarios</li> <li>• Número de reuniones celebradas con arreglo a las directrices sobre el uso de los logotipos y la identidad visual</li> <li>• Número de noticias publicadas sobre las reuniones del Codex, volumen de contenidos en las redes sociales, etc.</li> </ul>

<p><b>4. Ayudar a las organizaciones patrocinadoras —la FAO y la OMS— en la promoción y la comunicación eficaz con los Estados miembros de cuestiones de interés para el Codex y actividades afines.</b></p>	<p>4.1 Mantener un contacto con los oficiales y los departamentos de comunicación de la FAO y la OMS para promover al máximo la labor del Codex a nivel nacional</p> <p>4.2 Asegurarse de que las comunicaciones del Codex fomentan la armonización con los objetivos más importantes de las organizaciones patrocinadoras (Objetivos de Desarrollo Sostenible, resistencia a los antimicrobianos, días conmemorativos internacionales, etc.), el mandato del Codex y el Plan Estratégico del Codex.</p>	<p>Para el 42.º período de sesiones de la Comisión, se habrá celebrado un acto paralelo o alguna actividad similar en una reunión oficial de la FAO y la OMS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de iniciativas de comunicación conjuntas</li> <li>• Acto celebrado en una reunión de alto nivel</li> </ul>
<p><b>5. Lograr la participación de los observadores para prestar apoyo a la colaboración y la cooperación en el ámbito de la elaboración de normas del Codex.</b></p>	<p>5.1 Contactar con todos los observadores para evaluar las oportunidades de colaboración en materia de comunicaciones</p> <p>5.2 Preparar proyectos de reuniones, talleres y mesas redondas con los observadores en actos del Codex y de terceros.</p>	<p>Para el 41.º período de sesiones de la Comisión (julio de 2018), se habrá colaborado con los observadores del Codex en el marco de iniciativas conjuntas.</p> <p>Celebrar actos con los observadores en las reuniones del Codex</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número (y utilidad según las encuestas) de iniciativas de comunicación conjuntas con los observadores</li> </ul>
<p><b>6. Colaborar con los comités coordinadores regionales de la FAO y la OMS para determinar, elaborar y realizar iniciativas de comunicación eficaces.</b></p>	<p>6.1 Elaborar un plan de trabajo específico en materia de comunicaciones con cada comité coordinador regional para cada eje de atención regional cuatrimestral</p> <p>6.2 En colaboración con las oficinas regionales de la FAO y la OMS, poner de relieve la labor del Codex a nivel regional</p> <p>6.3 Promover casos de éxito e iniciativas regionales a través de todos los canales de comunicación del Codex junto con la FAO y la OMS</p>	<p>Para el 42.º período de sesiones de la Comisión, se habrán llevado a cabo proyectos de comunicación de alcance regional y se habrán publicado en el sitio web del Codex.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número (y utilidad según las encuestas) de iniciativas de comunicación de alcance regional</li> </ul>

Cuadro 1

**Presupuesto y recursos**

En la Estrategia 2015–17 se determinaron los recursos necesarios para formular y aplicar una estrategia de comunicación. Además de lo allí expuesto, se necesita contar con el apoyo de los departamentos de comunicación de la FAO y la OMS y tener acceso a sus canales de comunicación. Un oficial superior de la Secretaría del Codex debería dirigir y priorizar la labor de comunicación de la Secretaría. También se requerirán suficientes recursos humanos y colaboración dentro de la Secretaría para llevar a cabo las actividades y alcanzar los objetivos definidos en la Estrategia.

Se presupone que los fondos disponibles para actividades de comunicación se mantendrán al nivel actual para el período 2017–19.

**Seguimiento y evaluación**

El seguimiento de la Estrategia de comunicación se mantendrá vinculado a la presentación de informes anuales sobre la situación general de aplicación del Plan Estratégico del Codex.

**Conclusión**

El objetivo de la Estrategia de comunicación del Codex 2017–19 seguirá siendo proporcionar acceso a información sobre el Codex que sea comprensible y convincente y pueda traducirse en acción. La Estrategia y su correspondiente plan de trabajo difundirán y promoverán los valores fundamentales del Codex en aras de dar un mayor acceso a información oportuna sobre el Codex a los miembros, los observadores y todas las demás partes interesadas, contribuyendo así al logro de los objetivos del Codex y al cumplimiento de su mandato.