



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

INFORMING THE DEVELOPMENT OF AN AIDCP SOCIAL MEDIA STRATEGY

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

38ª Reunión del Grupo de Trabajo sobre la Promoción y Divulgación del Sistema de Certificación *Dolphin Safe*
38th Meeting of the Working Group to promote and publicize the AIDCP Dolphin Safe Tuna Certification System
Panama, Panama 26 ago-Aug 2024



Cuestiones identificadas por la 36ª reunión del DSPWG

Issues identified by the 36th Meeting of the DSPWG

- 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 publicar 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. (por ejemplo, presupuesto)
- Whether or not to individualize the AIDCP and IATTC social media channels without losing the link between the two management frameworks.
 - The usefulness and necessity of creating a specialized area in the Secretariat for social media management.
 - The establishment of a group composed of the Parties that will be able to know and recommend the content to be published prior to its approval by the Parties.
 - Any other element needed to develop a robust and timely social media strategy. (e.g. budget)

Estadísticas de las redes sociales de la CIAT y el APICD en 2023

IATTC and AIDCP Social Media Statistics for 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	5597
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	489
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	1385

Estadísticas de las redes sociales de la CIAT y el APICD en 2024

IATTC and AIDCP Social Media Statistics for 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	4183
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	890
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	987

Puntos destacados

Highlights

- Todas las estadísticas básicas muestran un aumento en el número de seguidores, visualizaciones, interacciones y publicaciones compartidas (por ejemplo, los seguidores de Facebook pasaron de 907 en enero de 2023 a 1354 en junio de 2024).
 - El número de seguidores de la cuenta de LinkedIn de la CIAT se ha duplicado en los últimos 12 meses
- All basic statistics shown an increase in numbers of followers, views, interactions and shares (e.g. Facebook followers have increased from 907 in January 2023 to 1354 in June 2024)
 - The number of followers of the IATTC LinkedIn account has doubled in the last 12 months

Puntos destacados (continuación)

Highlights (continued)

- En los primeros 6 meses de 2024, el número promedio de visualizaciones por plataforma, al mes, fue de 697 para Facebook, 148 para Instagram y 165 para LinkedIn (1,010 en total). Esto es resultado de una frecuencia de publicación objetivo de 2 publicaciones por semana.

- In the first 6 months of 2024, the average number of views per platform, per month, were 697 for Facebook, 148 for Instagram, and 165 for LinkedIn (1,010 total). This results from a target posting rate of 2 posts per week.

Puntos destacados (continuación)

Highlights (continued)

- El número promedio correspondiente de interacciones (por ejemplo, "me gusta", "compartir" y "comentarios") para el mismo periodo fue de 272 para Facebook, 975 para Instagram y 94 para LinkedIn, respectivamente.
 - Cabe destacar que Instagram genera el mayor número de interacciones a pesar de tener el menor número de seguidores.
- The corresponding average number of interactions (e.g. likes, shares and comments) for the same period were 272 for Facebook, 975 for Instagram and 94 for linked, respectively.
 - It is interesting to note that Instagram generates the highest number of interactions despite having the fewest followers.

Consideraciones presupuestarias

Budget Considerations

- Las Partes encargaron a la Secretaría que estudiara “la utilidad y necesidad de implementar en la Secretaría un área especializada en el manejo de las redes sociales”.
 - En el sector privado, la determinación de un presupuesto para gastos en redes sociales suele basarse en el desarrollo de una estrategia de redes sociales, pero ...
- The Parties directed the Secretariat to consider, “[t]he usefulness and necessity of creating a specialized area in the Secretariat for social media management.”
 - In the private sector, the identification of a budget for social media expenditures is typically informed by the development of a social media strategy, but ...

Consideraciones presupuestarias

Budget Considerations

- Sin embargo, las estrategias de redes sociales suelen desarrollarse teniendo en cuenta aspectos como los objetivos de marketing, las actividades de los competidores, los objetivos de ventas y el rendimiento de las inversiones en el contexto de los planes de negocio, que no son relevantes para la CIAT o el APICD.
 - Así pues, los Miembros de la CIAT y las Partes del APICD deben decidir si están satisfechos con el nivel y la calidad actuales de la actividad de las redes sociales.
- However, social media strategies are typically developed considering aspects like marketing objectives, activities of competitors, sales goals, and returns on such investments in the context of business plans, which are not relevant to IATTC or AIDCP.
 - Thus, IATTC Members and AIDCP Parties must decide whether they are satisfied with the current level and quality of social media activity

3 escenarios presupuestarios

3 Budget Scenarios

- Escenario A - *statu quo* (sin costo adicional)
- Escenario B - ascenso y reasignación (costo adicional de \$20,000 anuales)
- Escenario C - contratación de nuevo personal y creación del Departamento de Redes Sociales (costo adicional de aproximadamente \$104,754)

- Scenario A – *status quo* (no additional cost)
- Scenario B – promotion and reallocation (additional cost of \$20,00 per year)
- Scenario C – Hiring of new staff and creation of Social Media Department (additional cost of approximately \$104,754)

Escenario A - *statu quo* (sin costo adicional)

Scenario A – *status quo* (no additional cost)

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%

Escenario B - ascenso y reasignación (\$20,000)

Scenario B – promotion and reallocation (\$20,000)

Reasignación del tiempo del personal de la CIAT bajo el Escenario B	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%

Escenario C - Contratación de nuevo personal y creación de un Departamento de Redes Sociales (\$104,754)

Scenario C – Hiring new staff and creation of a Social Media Department (\$104,754)

Personnel Costs (salary increase)	\$91,354
Infrastructure and Technology	\$7,400
Communication and Publication	\$5,000
Training Courses	\$1,000
Total	\$104,754

Financiamiento de proyectos de redes sociales grandes y más complejos

Funding of large, more complex social media projects

- Con los niveles actuales de personal y otros recursos, la capacidad del personal de la CIAT para dedicarse a la producción de contenidos más elaborados y extensos es limitada.
- Una posibilidad es contratar a empresas externas para que ayuden en la creación de materiales intensos en términos de producción y recursos mediáticos (por ejemplo, guiones extensos, realización y edición de entrevistas, efectos visuales, animaciones, edición de sonido, etc.).

- At the current levels of staffing and other resources, the capacity for CIAT staff to engage in the production of more elaborate, lengthy content is limited.
- One possibility is contracting with external companies to help with the creation of materials that are intense in terms of production and media resources (e.g. lengthy scripts, conducting and editing of interviews, visual effects, animations, sound editing, etc.)

¿Cuentas compartidas o individuales para las redes sociales de la CIAT y el APICD? Shared or individual accounts for IATTC and AIDCP social media?

- La separación haría explícitas las delimitaciones políticas entre los dos acuerdos (por ejemplo, diferentes miembros)
 - Las cuentas compartidas han funcionado bien hasta ahora y sin crear problemas
 - La creación de nuevos canales del APICD separados supondría empezar de "0" en términos de seguidores
 - Con los objetivos actuales (promedio de 2 publicaciones por semana), las cuentas separadas implicarían casi duplicar el trabajo y, por lo tanto, más recursos humanos.
- Partitioning would make explicit the political demarcations between the two agreements (e.g. different membership)
 - Shared accounts have so far worked acceptably and without creating problems.
 - Creating new, separate AIDCP channels would mean starting from "0" in terms of followers
 - Under existing objectives (average of 2 posts per week), separate accounts would imply nearly a doubling of work, and thus, more human resources

¿Creación de un grupo asesor sobre redes sociales? Creation of a Social Media Advisory Group?

¿Deberían las Partes crear un nuevo grupo "que permita conocer y recomendar respecto de los contenidos a publicitar previo a su aprobación por las Partes"?

- 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.
- Dicha orientación general podría proceder del DSPWG o de la Reunión de las Partes sin necesidad de crear un grupo adicional.
- Un grupo o comité directivo podría ser útil en la consideración, el desarrollo, la financiación y la ejecución de proyectos de redes sociales más amplios y elaborados.

Should the Parties create a new group "that will be able to know and recommend the content to be published prior to its approval by the Parties"?

- The Secretariat welcome and encourages the input of the Parties on matters relevant to social media activities such as policy, priority and messaging, and clear direction from the Parties allows for well-informed execution of the Secretariat's activities.
- Such general guidance might come from the DSPWG or MOP without creation of an additional group.
- A group or steering committee might be useful in the consideration, development, funding and implementation of larger, more elaborate social media projects.

¿Preguntas? – Questions?

