

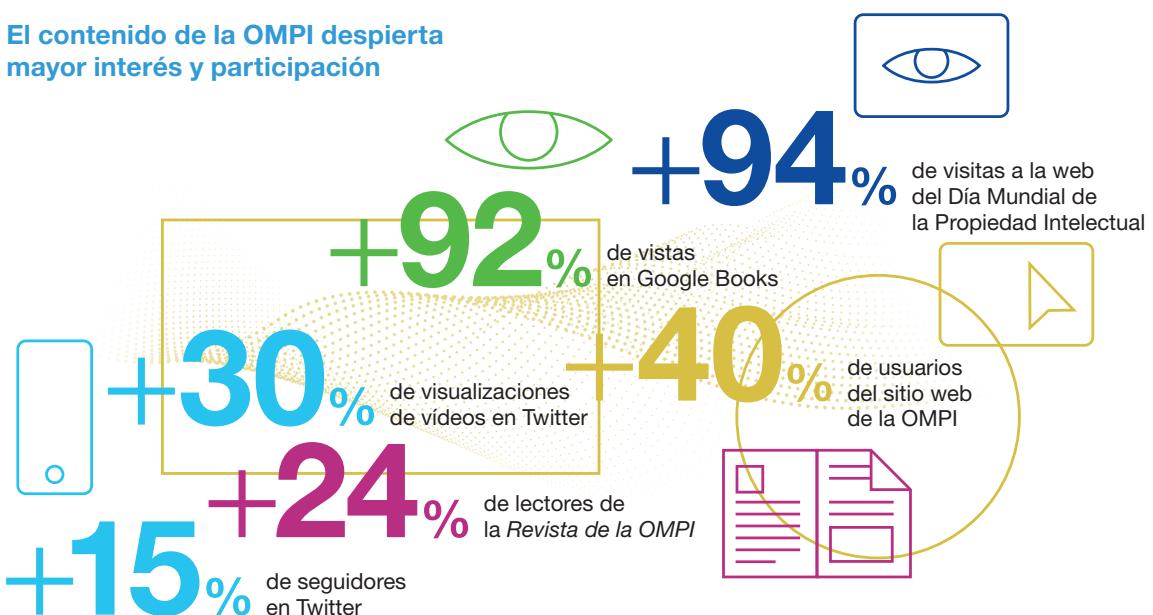


Fotos: © Getty Images

Explicar el potencial de la PI para mejorar la vida de las personas

En el último año, hemos iniciado un importante cambio en nuestro enfoque de las comunicaciones, pasando de un estrecho diálogo directo con los especialistas en PI a una conversación más amplia con el público en general con el fin de sensibilizarlo sobre el potencial de la PI para mejorar la vida de las personas en todo el mundo.

El contenido de la OMPI despierta mayor interés y participación



Historias que explican la repercusión que tiene la PI

En 2020 aumentaron los seguidores de Twitter (15%) y el alcance del contenido publicado en Facebook y LinkedIn, con 1,9 y 2,6 millones de impresiones respectivamente. Los medios tradicionales siguieron informando sobre las noticias de la OMPI y la Organización fue mencionada en más de 49.000 artículos de prensa.

A principios de 2021 se comenzó a aplicar una nueva estrategia en las redes sociales que consiste en diferenciar más claramente el contenido entre los canales para atender mejor al público, en particular a las personas emprendedoras, creadoras, innovadoras y jóvenes. Paralelamente, la política revisada sobre redes sociales sentó las bases para aumentar la presencia descentralizada en las redes sociales en relación con los programas y servicios de la OMPI, así como las cuentas individuales, incluidas las de los responsables de los sectores de la OMPI, a efectos de comunicación oficial.

Nuestra nueva estrategia de difusión de contenido comprende la publicación de vídeos adaptados a las redes sociales, de los que se han creado una treintena entre enero y junio de 2021. En el primer semestre de 2021, las visualizaciones aumentaron un 30% en Twitter, en comparación con el mismo período del año anterior, y los seguidores en Twitter y LinkedIn superaron los 100.000, lo que indica un mayor interés en nuestra misión y visión.



“Utilizaremos herramientas digitales de vanguardia para poner de relieve el potencial que tiene la PI para beneficiar a las personas de todo el mundo”.

Extender el alcance a un público más amplio

La importancia del sitio web de la OMPI como plataforma central de comunicación de la Organización se puso de manifiesto en 2020, año en el que se registró un aumento del 40,5% en el número de usuarios, hasta los 17 millones, del 29,7% en el número de sesiones, hasta los 35 millones, y del 17,1% en el número de páginas vistas únicas, hasta los 82 millones. Estas cifras siguieron aumentando en 2021, y en los seis primeros meses del año otros 16,8 millones de usuarios han visitado el sitio web de la OMPI. Una encuesta multilingüe de satisfacción confirmó que el 87% de los encuestados estaban satisfechos con el sitio web, y el 41% lo valoró como “excelente”. Se ha iniciado la implantación de un nuevo sistema de gestión de contenido, que previsiblemente concluirá en 2022.

El tema de la campaña del Día Mundial de la Propiedad Intelectual de 2021 (La PI y las pymes: para que las ideas lleguen al mercado) formaba parte de la estrategia destinada a implicar, apoyar y servir a quienes todavía no han recibido un servicio adecuado. El tema generó un aumento del 94,5% de páginas vistas únicas en el sitio web en comparación con el año 2020, los anuncios en línea lograron 6 millones de impresiones y 1,5 millones de vídeos visualizados, y las Oficinas de la OMPI en el exterior aumentaron considerablemente su apoyo al Día Mundial de la PI, con 23.000 participantes en diversos eventos. Las actividades de la campaña se elaboraron con miras a contribuir a la labor de divulgación de las actividades de la Organización más allá de la campaña; por ejemplo, publicamos un documental en el que se explica la importancia de la PI para las pequeñas y medianas empresas (pymes), que obtuvo 7.000 visitas.

En el marco del sistema actual de premios nacionales de la OMPI, 22 países solicitaron un total de 105 premios en 2020 y se concedieron 93 premios a petición de 20 países en el primer semestre de 2021. Se han iniciado los preparativos de un nuevo programa mundial de premios de la OMPI que se basará en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y en la repercusión social de la innovación, centrándose en sacar a la luz a quienes, gracias a su capacidad innovadora y creativa, contribuyen al progreso económico y cultural para mejorar la vida de las personas. Antes de finales de 2021, se pondrá en marcha un proyecto piloto para premiar a las pymes innovadoras y creativas.

Las publicaciones de la OMPI incluyen ahora un mayor número de idiomas y formatos, entre ellos el EPUB3 de *Global Certified Accessible*, lo cual permite llegar a un mayor número de personas. Esto se ha traducido en un aumento del 15% de las descargas del sitio web de la OMPI, hasta los 3,7 millones, y en un incremento del 92% de las páginas vistas en Google Books, hasta las 542.000. La *Revista de la OMPI*, nuestra principal publicación de divulgación que explora la PI, la innovación y la creatividad, se publica ahora en ocho idiomas. Durante el período analizado, el número de lectores aumentó en un 23,9%.



El Centro de Conocimiento de la OMPI, anteriormente la Biblioteca de la OMPI, ha cambiado sus planes, anteriores a la COVID, de realizar exposiciones físicas por una experiencia totalmente en línea. La primera exposición virtual de la OMPI, sobre el tema de la inteligencia artificial (IA), atrajo a unos 5.000 visitantes en sus dos primeras semanas.

En enero de 2021, renovamos el programa de sesiones informativas de la OMPI, que hasta junio atrajo a 1.155 participantes virtuales.