



Comisión  
Europea



# CASP2022

Actividades coordinadas  
sobre seguridad de productos



Refuerzo de la  
comunicación



Informe  
final

# Índice

Índice	2
Lista de abreviaturas	2
Resumen ejecutivo	3
<b>Parte 1</b>	
1. Resumen de la actividad de Refuerzo de la comunicación	4
1.1. Introducción y principales objetivos	4
1.2. Compendio de las AVM participantes	4
2. Principales actividades y resultados	5
2.1. Alcance de la actividad	5
2.2. Método de trabajo	6
2.3. Identificación de soluciones y desarrollo de herramientas y productos contractuales	9
3. Conclusiones	11
3.1. Comunicación interna	11
3.2. Comunicación externa	11
<b>Parte 2</b>	
1. ¿Qué son las CASP?	13
Funciones y responsabilidades	
2. Plan de trabajo de las actividades horizontales	14
3. Resumen del enfoque de actividades horizontales	15

## Lista de abreviaturas

ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
AH	Actividad horizontal
APE	Actividad de productos específicos
AVM	Autoridad de vigilancia del mercado
CASP	Actividades coordinadas sobre seguridad de productos
CE	Comisión Europea
DG JUST	Dirección General de Justicia y Consumidores de la Comisión Europea
EEE	Espacio Económico Europeo (UE27 + Islandia, Liechtenstein, Noruega)
OE	Operador económico
UE	Unión Europea

# Resumen ejecutivo

## Objetivos

Los proyectos de las Actividades coordinadas sobre seguridad de productos (CASP) 2022 tiene por objetivo mejorar la seguridad de los productos en el mercado único europeo mediante la colaboración entre todas las autoridades de vigilancia del mercado de la Unión Europea y el Espacio Económico Europeo.

La actividad de Refuerzo de la comunicación CASP2022 se ha centrado en dos objetivos principales:

- Proporcionar a las autoridades de vigilancia del mercado herramientas y orientaciones para comunicar más eficazmente a nivel nacional y local utilizando diferentes tipos de medios de comunicación;
- Racionalizar y planificar una estrategia común para difundir y utilizar mejor el material de comunicación producido para las actividades de la CASP.

## Resultados

1. Documento de orientación en el que se resumen los «Métodos comunes y mejores prácticas en materia de comunicaciones CASP»;
2. Talleres sobre Refuerzo de la comunicación y formaciones con los correspondientes fragmentos de vídeo.

## Conclusiones y recomendaciones

El objetivo de la actividad era mejorar las iniciativas de comunicación interna y externa de las autoridades de vigilancia del mercado en relación con la seguridad de los productos. La actividad de Refuerzo de la comunicación identificó las necesidades específicas, los retos y las mejores prácticas relacionadas con el uso de herramientas y recursos de comunicación a fin de fomentar un papel más activo de las AVM en términos de desarrollo y difusión de material de comunicación.

### Comunicación interna

- Las autoridades de vigilancia del mercado pueden beneficiarse enormemente del intercambio de experiencias y materiales relacionados con la comunicación. Especialmente las autoridades más pequeñas o las que carecen de conocimientos específicos en materia de comunicación pueden aprender de la experiencia y los activos de otros colegas para mejorar la eficacia de sus estrategias de comunicación.
- La creación de una red europea de profesionales de la comunicación sobre la seguridad de los productos debería ser el siguiente paso para crear más conexiones que permitan colaborar en temas de comunicación.

### Comunicación externa

- La experiencia ha demostrado que un método temático de las campañas de comunicación centrado en categorías de productos o en cuestiones de seguridad de los productos es el más eficaz.
- Para que las campañas de comunicación sean más eficaces y lleguen a los consumidores de distintos países, los activos de comunicación deben incluir opciones de marca compartida o localización. De acuerdo con los resultados de la encuesta AVM, se han identificado tres posibles áreas de colaboración:
  1. se puede animar a las autoridades más pequeñas que no cuentan con un departamento de comunicación a compartir los activos creativos de CASP en su sitio web y en las redes sociales;
  2. las autoridades más grandes con acceso a un pequeño departamento de comunicación pueden ser invitadas a realizar operaciones de marca compartida;
  3. las autoridades más grandes con un departamento de comunicación fuerte pueden estar dispuestas a recibir una oferta de localización completa.

# 1. Resumen de la actividad de Refuerzo de la comunicación

## 1.1. Introducción y principales objetivos

La actividad se diseñó para permitir a los responsables de las AVM—independientemente de que participen o no en actividades de comunicación en sus respectivas autoridades—debatir las diversas necesidades y retos de la comunicación y compartir mejores prácticas, plantillas y orientaciones sobre campañas de comunicación exitosas. La actividad también se centró en fomentar el intercambio y la cooperación entre las AVM para construir y mantener una red de profesionales de la comunicación.

A continuación, se exponen los objetivos específicos de la actividad.

- Proporcionar a las AVM herramientas y orientaciones para comunicar más eficazmente a nivel nacional y local utilizando diferentes tipos de medios de comunicación;
- Racionalizar y planificar una estrategia común para difundir y utilizar mejor el material de comunicación producido para las actividades de la CASP.

## 1.2. Compendio de las AVM participantes

En la actividad de Refuerzo de la comunicación participaron 17 AVM de 13 Estados miembros diferentes, como se ilustra en la tabla siguiente.

ESTADO	AVM
Alemania	Ministerio de Medio Ambiente y Protección del Consumidor de Sarre
	Gobierno del distrito de Düsseldorf
	Gobierno del distrito de Detmold
Austria	Ministerio Federal de Asuntos Sociales, Sanidad, Asistencia y Protección del Consumidor
Bulgaria	Comisión de Protección del Consumidor
Chequia	Ministerio de Industria y Comercio
	Autoridad de Inspección Comercial Checa
Chipre	Departamento de Inspección de Trabajo, Ministerio de Trabajo, Bienestar y Seguridad Social
Estonia	Autoridad de Protección de los Consumidores y Reglamentación Técnica
Finlandia	Instituto Finlandés de Medio Ambiente
Francia	Dirección General de Política de la Competencia, Consumo y Control del Fraude
	Servicio de Vigilancia de Vehículos y Motores - Ministerio de Transición Ecológica y Cohesión Territorial/ Ministerio de Transición Energética
Irlanda	Comisión de Competencia y Protección del Consumidor
Letonia	Centro de Protección de los Derechos del Consumidor
Lituania	Autoridad Estatal de Protección de los Derechos del Consumidor
Luxemburgo	Instituto luxemburgués de normalización, acreditación, seguridad y calidad de bienes y servicios (ILNAS) - Departamento de vigilancia del mercado
	Oficina de Competencia y Protección de los Consumidores
Polonia	Oficina de Competencia y Protección de los Consumidores

## 2. Principales actividades y resultados

### 2.1. Alcance de la actividad

El alcance de la actividad de Refuerzo de la comunicación era proporcionar a las AVM orientación y herramientas para comunicarse más eficazmente a nivel nacional y local y asumir un papel más activo en la producción y difusión de materiales de comunicación externa. A lo largo de la actividad, las AVM también destacaron la necesidad de lograr una mayor comprensión e intercambiar información sobre la organización institucional y el trabajo de sus homólogos en otros países de la UE y el EEE. Con el fin de permitir que las AVM se conecten y colaboren mejor, se elaboró una encuesta para trazar un mapa más detallado de las competencias de las AVM.

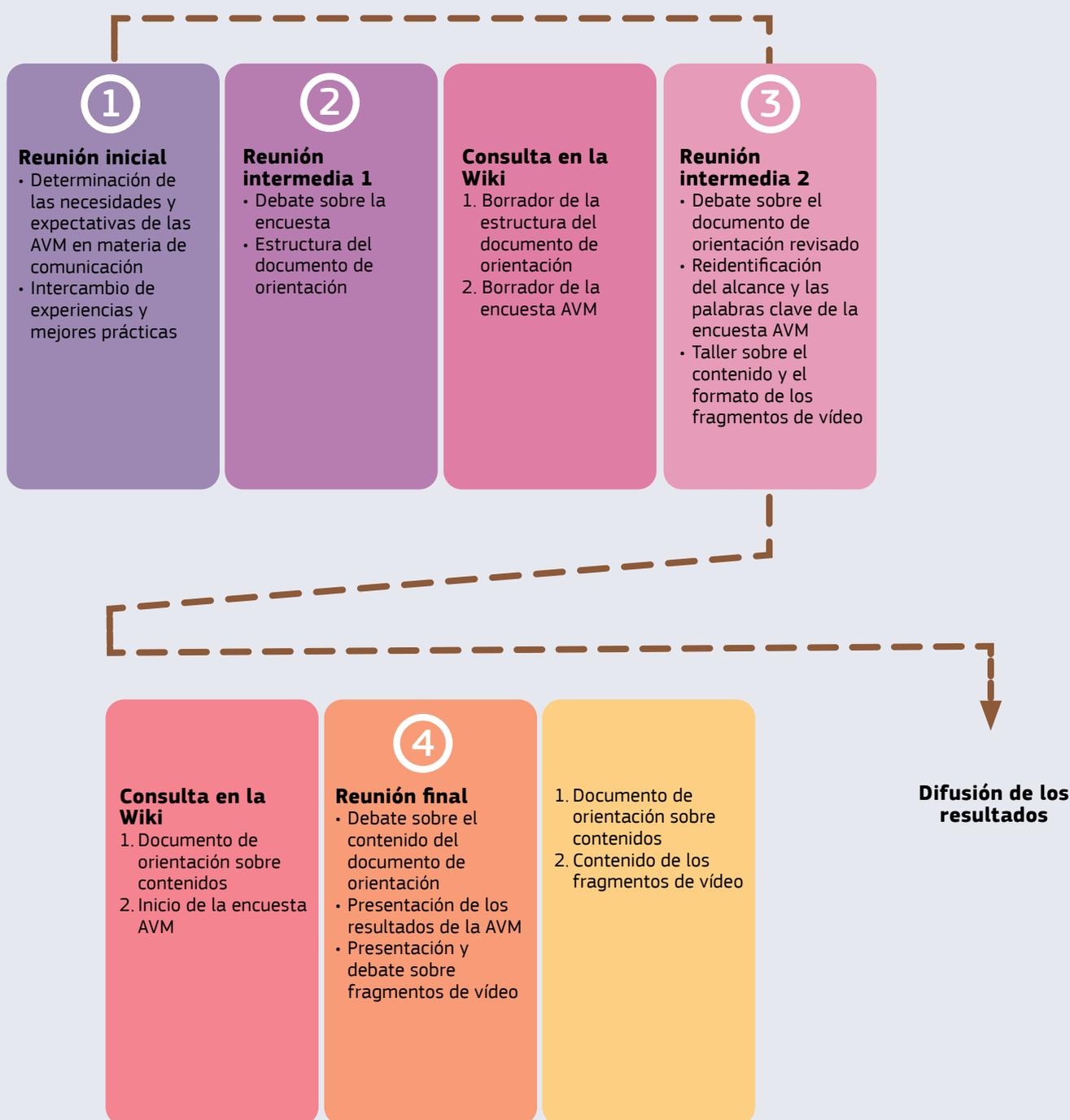
Mientras que los resultados de la encuesta AVM proporcionaron un punto de partida para el desarrollo de herramientas y estrategias que se incluirían en el documento de orientación, un taller interactivo sobre las necesidades de comunicación permitió a las AVM priorizar temas para el desarrollo de fragmentos de vídeo destinados a apoyar y reforzar las iniciativas diarias de comunicación de las AVM.



## 2.2. Método de trabajo

La elaboración del documento de orientación y de los fragmentos de vídeo se llevó a cabo en estrecha colaboración con las AVM para garantizar que los debates sobre los retos y las posibles soluciones estuvieran en consonancia con sus prioridades y necesidades.

Figura 1 - método de trabajo



Los trabajos realizados durante la actividad se resumen en la tabla siguiente:

Tabla 1 - Resumen de la actividad de Refuerzo de la comunicación

<b>Antes de la actividad</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se celebró una entrevista con los responsables de la Dirección General de Justicia y Consumidores de la Comisión Europea (DG JUST)</li> <li>• Se ha realizado una encuesta preparatoria para conocer mejor las expectativas de las AVM, su nivel actual de conocimientos y sus métodos de comunicación</li> </ul>
<b>Reunión inicial</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinación de las necesidades y expectativas de las AVM en materia de comunicación</li> <li>• Intercambio de experiencias y mejores prácticas                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesa redonda sobre oportunidades de colaboración en el proyecto CASP</li> <li>- Mesa redonda sobre los resultados del proyecto (p. ej., fragmentos de vídeo y documento de orientación)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Reunión intermedia 1</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate sobre la encuesta</li> <li>• Estructura del documento de orientación                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de herramientas para activos creativos e intercambio de experiencias</li> <li>- Debate sobre las opciones de localización de los activos creativos</li> <li>- Presentación del marco y las herramientas de vigilancia del mercado y seguridad de los productos de la CE</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Documento de orientación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesiones de debate y comentarios sobre el borrador de la estructura del documento de orientación</li> </ul> <p><b>Encuesta AVM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación del borrador de la encuesta AVM</li> </ul>
<b>Entre la Reunión intermedia 1 y la Reunión intermedia 2</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comentarios sobre el borrador de la encuesta AVM</li> <li>• Debate sobre el borrador de la estructura del documento de orientación</li> </ul>
<b>Reunión intermedia 2</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate sobre cómo mejorar la producción de activos de comunicación</li> <li>• Profundización en las formas de mejorar las comunicaciones internas y externas</li> <li>• Puesta en común de recursos de comunicación y campañas anteriores de la AVM</li> </ul> <p><b>Documento de orientación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate sobre el documento de orientación revisado</li> </ul> <p><b>Fragmentos de vídeo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller sobre el contenido y el formato de los fragmentos de vídeo</li> </ul> <p><b>Encuesta AVM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reidentificación del alcance y las palabras clave de la encuesta AVM</li> </ul>

### Entre la Reunión intermedia 2 y la Reunión final

- Inicio y distribución de la encuesta a las AVM entre la UE y el EEE
- Perfeccionamiento del documento de orientación sobre la base de las aportaciones y los comentarios de las AVM

### Reuniones finales

- Sesiones de presentación y debate o comentarios sobre los resultados de la actual actividad de Refuerzo de la comunicación 2022
- Debate sobre el futuro formato de la red de Refuerzo de la comunicación <sup>1</sup>
- Presentación del método de comunicación CASP2022

#### Documento de orientación:

- Debate sobre la versión revisada del documento de orientación

#### Fragmentos de vídeo

- Presentación de la selección final de tres fragmentos de vídeo <sup>2</sup>

#### Encuesta AVM

- Presentación de los resultados de la encuesta AVM

### Tras la reunión final

- Intercambio de buenas prácticas/campañas de comunicación entre las AVM en la wiki



<sup>1</sup> Enlace a la nueva Wiki de Refuerzo de la comunicación (es necesario iniciar sesión en la UE):

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/pages/viewpage.action?spaceKey=ProductSafety&title=COMMUNICATION+ACTIVITIES>

<sup>2</sup> El grupo de trabajo ha seleccionado cinco temas. El contenido de los tres primeros temas se presentó y aprobó en la reunión final. Los dos temas restantes aún estaban «en proceso» y se presentarán más adelante a través de la Wiki CASP2022.

## 2.3. Identificación de soluciones y desarrollo de herramientas y productos contractuales

### Documento de orientación

A lo largo de la actividad se elaboró, en estrecha coordinación con las AVM, un documento de orientación en el que se resumían «métodos comunes y mejores prácticas en materia de comunicaciones CASP». El documento pretende ofrecer orientaciones y herramientas sobre cómo impulsar las comunicaciones internas y externas de las AVM, así como fomentar su coordinación activa en la elaboración y difusión de materiales de comunicación.

El documento orientativo identifica posibilidades para que las AVM combinen sus iniciativas de comunicación con el fin de potenciar una mayor colaboración entre ellas, así como entre las AVM y la DG JUST. Incluye diversas formas en que las AVM a nivel nacional y europeo pueden mejorar la calidad y eficacia de los mensajes de comunicación dirigidos a los consumidores y los OE en el mercado único. La creación de una red europea de profesionales de la comunicación sobre la seguridad de los productos, identificada como el siguiente paso durante la actividad, permitirá además a las AVM seguir compartiendo experiencias y activos creativos en el futuro.

### Encuesta AVM

Durante la actividad, las AVM expresaron un fuerte deseo de comprender mejor e intercambiar información sobre la organización, las competencias y el trabajo de comunicación de sus homólogos en otros países de la UE y el EEE. Con el fin de mejorar la comunicación y la coordinación entre las AVM, así como entre la DG JUST y las AVM, se elaboró y puso en marcha una encuesta entre las AVM de la UE y el EEE. 69 AVM de 23 países de la UE y el EEE respondieron a la encuesta. Los principales resultados de esta encuesta se destacan en el documento de orientación para que las AVM puedan conectar y colaborar más fácilmente con sus homólogos pertinentes. Además, a partir de las respuestas a la encuesta, podrían definirse tres niveles de colaboración en relación con las campañas de comunicación externa, como se indica en la *Figura 2*.

Figura 2 - Encuesta AVM - niveles de colaboración



## Taller sobre fragmentos de vídeo

Además del documento de orientación, la actividad se diseñó para producir fragmentos de vídeo sobre temas de comunicación destinados a ayudar a las AVM a identificar las posibilidades de combinar iniciativas de comunicación y mejorar la calidad

y eficacia de sus activos de comunicación. Un taller interactivo de Mural dio como resultado una selección final de cinco temas que servirán como eje central para la creación de conciencia de marca y la promoción de materiales de comunicación.

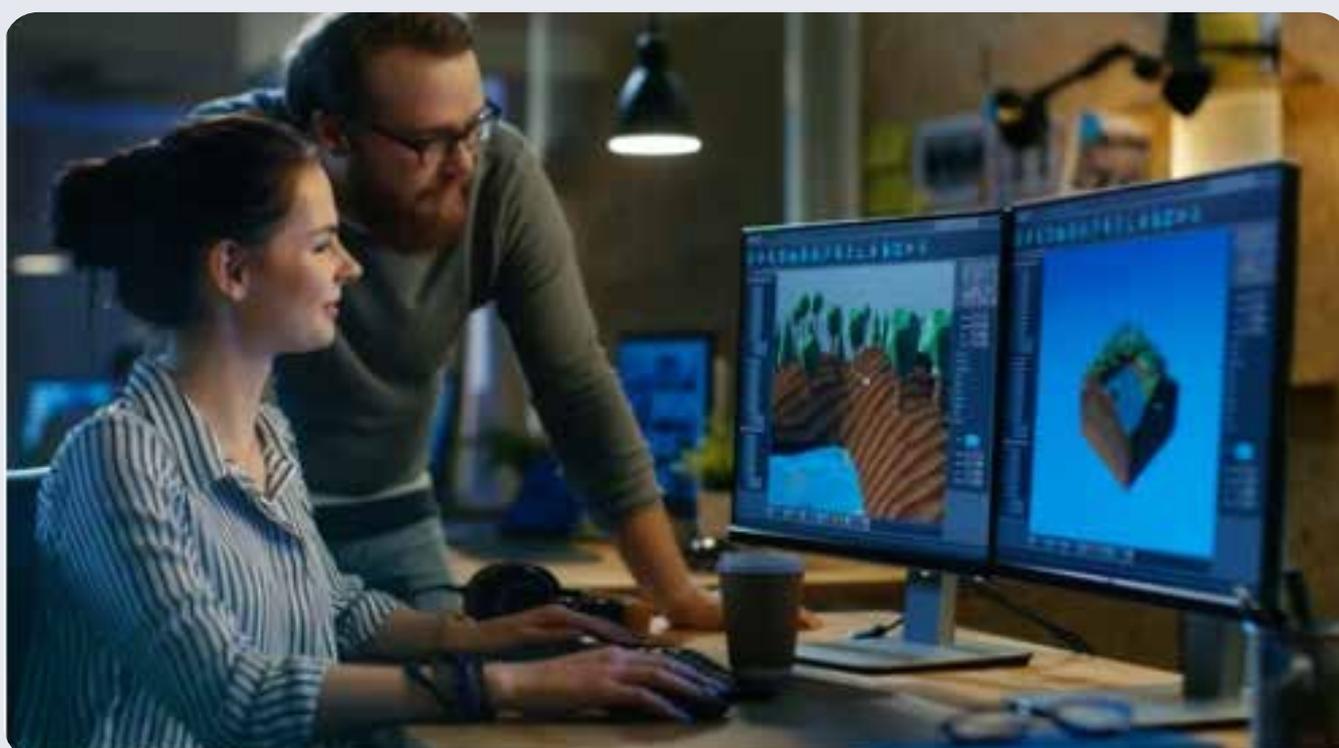
Figura 3 - fragmentos de vídeo



Se diseñaron una plantilla y un videotutorial acerca de la creación de pequeñas alertas sobre temas y ocasiones concretas para que las AVM pudieran elaborar rápidamente mensajes de comunicación específicos cuando fuera necesario. Se elaboró otra plantilla y un tutorial para que las AVM pudieran compartir su experiencia y las lecciones aprendidas en las campañas, con el fin de que otras AVM pudieran inspirarse e informarse tanto de los éxitos como de los fracasos de las campañas. Atendiendo a la petición de las AVM de que se les diera la opción de adaptar los activos de comunicación a sus propias campañas, se creó un videotutorial que incluía directrices de marca

compartida. También se prepararon ejemplos y una plantilla para facilitar la marca compartida de los materiales de comunicación CASP disponibles.

Por último, dos fragmentos de vídeo se centran en el uso de las redes sociales para la comunicación, que durante la actividad se identificó como una de las principales tendencias y retos de las AVM. Mientras que un tutorial presenta los principales canales de las redes sociales y propone ejemplos de mensajes eficaces comunicados a través de las redes sociales, el otro vídeo se centra en Instagram como canal importante para incluir en las campañas de comunicación.



## 3. Conclusiones

### 3.1. Comunicación interna

#### Variedad en las competencias y los conocimientos de comunicación de las AVM

La estructura, la organización y las competencias de las AVM varían enormemente. Ocurre lo mismo con los departamentos de comunicación de las AVM, según el mapeo de las AVM que arroja las siguientes conclusiones:

- Pocas AVM participantes afirman contar con un gran departamento de comunicación;
- algunas AVM participantes tienen un pequeño departamento con pocos empleados;
- otras se refieren a un departamento central dentro del ministerio al que pertenecen;
- la mitad de las AVM participantes no disponen de departamento de comunicación.

### 3.2. Comunicación externa

#### Método temático centrado en categorías de productos o en cuestiones de seguridad de los productos

Varias AVM destacan su experiencia sobre el terreno y afirman que las acciones de comunicación son más eficaces cuando están relacionadas con problemas de una categoría de productos concreta. Por ejemplo, es más fácil implicar a los padres de bebés hablándoles de problemas relacionados con artículos de puericultura o juguetes. A continuación, se ofrecen algunos ejemplos de este método temático:

- En Irlanda se destruyeron varias toneladas de juguetes peligrosos. La Comisión de Competencia y Protección del Consumidor utilizó imágenes espectaculares para informar sobre la seguridad de los juguetes; los medios de comunicación locales cubrieron muy bien la noticia. Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=AXezLVIQmw0>.

#### Una red europea de profesionales de la comunicación para la seguridad de los productos

Las AVM pueden beneficiarse enormemente del intercambio de experiencias y materiales relacionados con la comunicación. En particular, las AVM más pequeñas o las que carecen de conocimientos específicos en materia de comunicación pueden aprender de la experiencia y los activos de otros colegas para mejorar la eficacia de sus estrategias de comunicación. Para mejorar la situación actual y continuar el intercambio y la colaboración en temas de comunicación en el futuro, se ha creado una red europea de refuerzo de la comunicación para la seguridad de los productos. Para más información, contacte con [JUST-B4@ec.europa.eu](mailto:JUST-B4@ec.europa.eu).

- La página wiki de actividades de comunicación está disponible en el siguiente enlace: [ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN - Seguridad para los Productos de Consumo de la UE - Wiki Extranet de la CE \(europa.eu\)](#) (Para acceder es necesario iniciar sesión en la UE).

- En Letonia, tras la noticia de que siete niños habían sido hospitalizados por haber ingerido imanes, el PTAC elaboró materiales de comunicación para realizar campañas de seguridad sobre juguetes con imanes y pilas de botón (<https://www.ptac.gov.lv/lv/rotallietu-drosums>).
- En Francia, la DGCCRF sensibiliza a los consumidores y a los medios de comunicación sobre los productos peligrosos mediante informes sobre ensayos de grupos de productos. Véase (por ejemplo): <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/securite-des-objets-electriques-des-taux-de-non-conformite-et-de-dangerosite-trop-eleves>.
- En Lituania, cuando la VVTAT empezó a publicar sobre productos peligrosos en sus redes sociales, el número de sus seguidores creció muy rápidamente, hasta aproximadamente cinco mil. <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/casp2022/2.1.5+Creative+assets+and+communication+material>

## Opciones de marca compartida y localización de activos creativos

Para que las campañas de comunicación sean más eficaces y lleguen a los consumidores nacionales, los activos de comunicación deben incluir opciones de marca compartida o localización.

La **marca compartida** consiste en incluir el logotipo de la AVM asociada en los activos creativos de CASP. También es posible insertar una llamada a la acción específica de la AVM asociada (p. ej., un enlace a un sitio web local). Se trata de una oportunidad para reforzar la presencia de la AVM asociada a la vez que se utilizan los activos creativos de CASP.

La **localización** es una colaboración más intensa. La AVM asociada recibirá los activos creativos por partes (imágenes, logotipos, plantillas de diseño, vídeo editable, etc.). De este modo, la AVM asociada podrá adaptar los mensajes del CASP al contexto y la planificación locales.

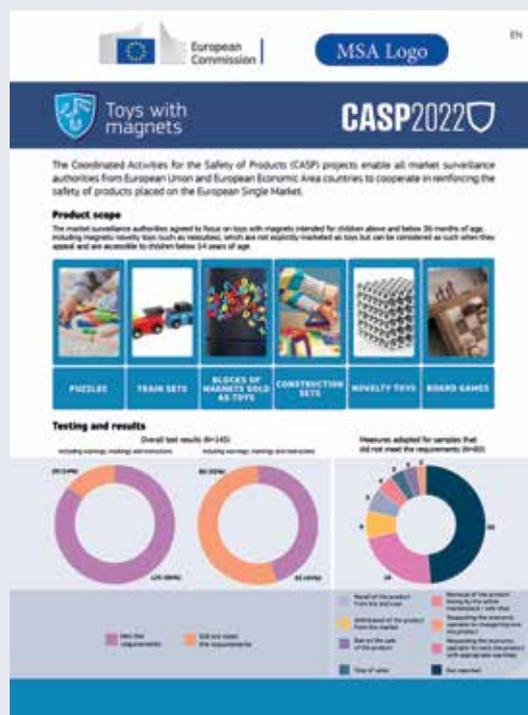
De acuerdo con los resultados de la encuesta AVM, existen tres ámbitos potenciales de colaboración:

1. se puede animar a las AVM más pequeñas sin departamento de comunicación a que compartan los recursos creativos del CASP en su sitio web y en las redes sociales;
2. las AVM más grandes con acceso a un pequeño departamento de comunicación pueden ser invitadas a llevar a cabo operaciones de marca compartida;
3. las AVM más grandes, con un departamento de comunicación sólido, pueden estar dispuestas a recibir una oferta de localización completa.

Ejemplo de un programa CASP anterior



Ejemplo de una ficha informativa de marca compartida



# 1. ¿Qué son las CASP?

Las actividades coordinadas sobre seguridad de productos (CASP) permiten a las autoridades de vigilancia del mercado de los países de la Unión Europea (UE) y el Espacio Económico Europeo (EEE) cooperar y reforzar la seguridad de los productos comercializados en el mercado único.

Las CASP2022 incluyen cuatro actividades horizontales y seis actividades de productos específicos.

Las **actividades horizontales** proporcionan un foro para que las autoridades de vigilancia del mercado intercambien ideas y mejores prácticas. Bajo la dirección de un experto técnico, desarrollan métodos comunes, procedimientos y herramientas prácticas para la vigilancia del mercado.



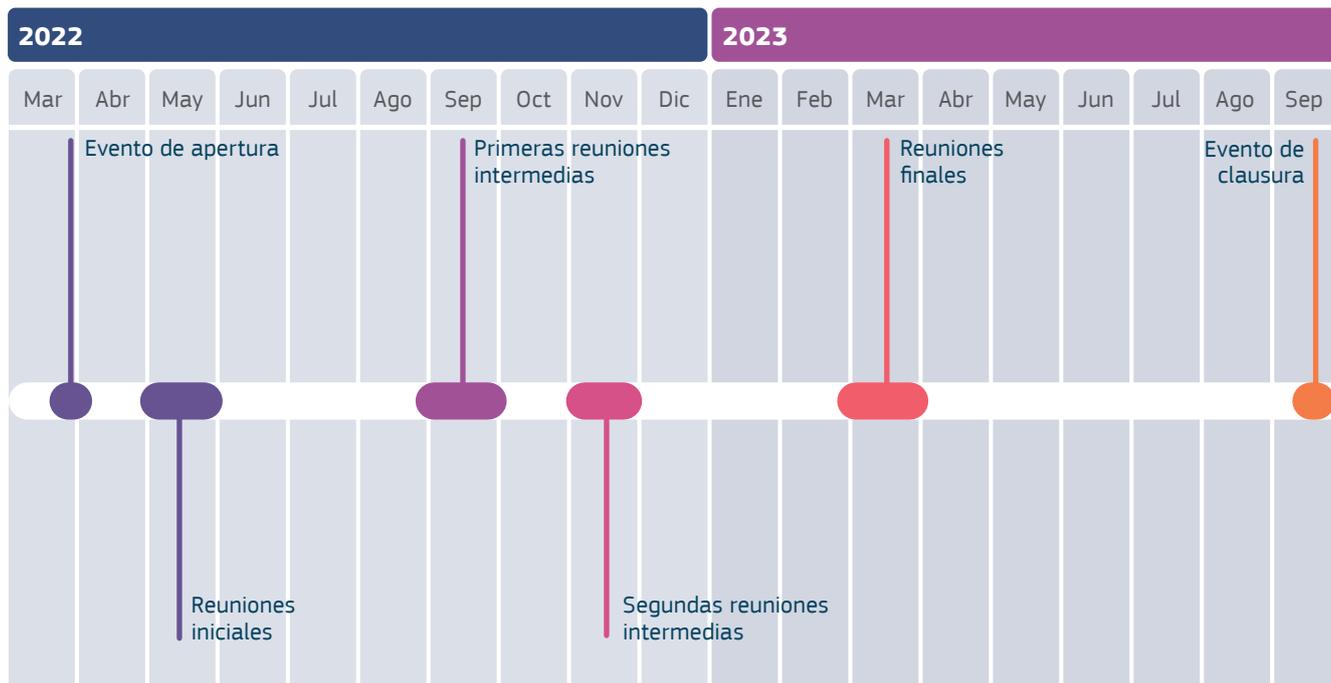
En las **actividades de productos específicos** se prueban diferentes tipos de productos que pueden suponer un riesgo para los consumidores. Los productos son seleccionados y recogidos por las autoridades de vigilancia del mercado implicadas y se examinan mediante un plan de pruebas acordado en común.



## Funciones y responsabilidades



## 2. Plan de trabajo de las actividades horizontales



<b>Desarrollo del plan de comunicación.</b>		<b>Actividades de comunicación</b> (comunicación interna en Wiki, preparación de materiales de comunicación externa).	
<b>INICIO</b>	<b>TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>INFORMES</b>	<b>COMUNICACIONES EXTERNAS</b>
Trabajo de documentación	Investigación adicional sobre los temas definidos en las reuniones iniciales	Reuniones finales: presentación de los resultados finales	Presentar la campaña de comunicación
Esbozar las primeras conclusiones	Validación final de los planteamientos de las actividades	Validar y debatir las experiencias adquiridas	
Puesta a punto de los objetivos	Realizar reuniones intermedias, integrar las aportaciones	Redacción de los informes finales	
Reuniones iniciales: perfeccionar los planteamientos	Finalizar los documentos de trabajo/orientación y producción de herramientas de intercambio de conocimientos	Difusión	Evaluación del impacto



## 3. Resumen del enfoque de actividades horizontales



### Herramientas

Se elaboran **informes finales** para cada actividad horizontal y para el proyecto de las CASP2022 en su conjunto. Están disponibles en todas las lenguas oficiales de la Unión Europea, más el noruego y el islandés, y se han difundido a todas las autoridades de vigilancia del mercado.

### Canales

El material de comunicación se difunde mediante:

- [La página web de las CASP de la Comisión Europea](#)
- Canales de comunicación nacionales de las autoridades de vigilancia del mercado
- La prensa relevante y otras partes interesadas

## COMISIÓN EUROPEA

Directorate-General for Justice and Consumers  
Directorate Consumers  
Unit E.4 Product Safety and Rapid Alert System  
E-mail: [JUST-RAPEX@ec.europa.eu](mailto:JUST-RAPEX@ec.europa.eu)

Manuscrito finalizado en septiembre de 2023

La Comisión Europea no es responsable de las consecuencias que pudieran derivarse de la reutilización de esta publicación.

### © Unión Europea, 2023

La política de reutilización de los documentos de la Comisión Europea se rige por la Decisión 2011/833/UE de la Comisión, de 12 de diciembre de 2011, relativa a la reutilización de los documentos de la Comisión (DO L 330 de 14.12.2011, p. 39). Salvo que se indique otra cosa, la reutilización del presente documento está autorizada en virtud de una licencia Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Esto significa que se permite la reutilización siempre que la fuente esté adecuadamente identificada y se indique cualquier cambio.

Para cualquier uso o reproducción de elementos que no sean propiedad de la Unión Europea, podrá ser necesario solicitar la autorización directamente de los respectivos titulares de derechos.

Puede encontrar información sobre la Unión Europea en todas las lenguas oficiales de la Unión en el sitio web Europa:  
[https://europa.eu/european-union/index\\_es](https://europa.eu/european-union/index_es)



Oficina de Publicaciones  
de la Unión Europea

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2023  
PDF ISBN 978-92-68-03811-6 doi:10.2838/960391 D5-03-23-176-ES-N