



CONFERENCIA DE LAS PARTES EN EL CONVENIO MARCO
DE LA OMS PARA EL CONTROL DEL TABACO

(Proyecto)
FCTC/COP/10/B/R/5
10 de febrero de 2024

Décima reunión (reanudada)
Panamá (Panamá), 5-10 de febrero de 2024

Quinto informe de la Comisión B

(Proyecto)

La Comisión B celebró su novena sesión el 10 de febrero de 2024, bajo la presidencia del Dr. Mansour Zafer Alqahtani (Arabia Saudita).

La Comisión B recomienda a la Conferencia de las Partes la adopción de las decisiones que se adjuntan relativas a los siguientes puntos del orden del día:

6. Instrumentos del tratado y asuntos técnicos

6.2 Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco: representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento: informe del Grupo de Trabajo

Una decisión titulada:

- Directrices específicas sobre la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco y sobre la representación del tabaco en los medios de entretenimiento, en virtud del artículo 13 (Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco) del CMCT de la OMS

8. Asuntos presupuestarios e institucionales

8.6 Posibles modificaciones del Reglamento Interior de la Conferencia de las Partes

Una decisión, en su forma enmendada, titulada:

- Modificaciones del Reglamento Interior de la Conferencia de las Partes

8.2 Proyecto de plan de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2024-2025

Una decisión, en su forma enmendada, titulada:

- Plan de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2024-2025

Punto 6.2 del orden del día

Directrices específicas sobre la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco y sobre la representación del tabaco en los medios de entretenimiento con miras a la aplicación del artículo 13 (Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco) del CMCT de la OMS

La Conferencia de las Partes (COP),

Recordando el artículo 13 (Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco) del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS);

Recordando también las *Directrices para la aplicación del artículo 13* del CMCT de la OMS, adoptadas en la tercera reunión de la COP en virtud de la decisión FCTC/COP3(12);

Recordando además el artículo 12 del CMCT de la OMS (Educación, comunicación, formación y concientización del público) y las directrices para su aplicación adoptadas en la cuarta reunión de la COP (FCTC/COP4(7));

Reafirmando el undécimo párrafo del preámbulo del CMCT de la OMS, donde se destaca la seria preocupación que causa el impacto de todas las formas de publicidad, promoción y patrocinio encaminadas a estimular el consumo de productos de tabaco;

Reafirmando también la decisión FCTC/COP8(18) sobre la protección de las políticas de salud pública relativas al control del tabaco contra los intereses comerciales y otros intereses creados de la industria tabacalera, en consonancia con el artículo 5.3 del CMCT de la OMS;

Reconociendo que las empresas tabacaleras y quienes trabajan para promover sus intereses utilizan cada vez más las plataformas digitales de comunicación para la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco y para interferir en el establecimiento y la aplicación de medidas de control del tabaco;

Reafirmando la decisión FCTC/COP8(22), por la que se recuerda a las Partes que apliquen medidas con respecto a la publicidad, promoción y patrocinio de productos de tabaco novedosos y emergentes, de conformidad con el artículo 13 del CMCT de la OMS;

Reafirmando también la decisión FCTC/COP7(9), por la que se invita a las Partes a considerar la aplicación de medidas regulatorias como las mencionadas en el documento FCTC/COP/7/11 para prohibir o restringir la fabricación, importación, distribución, presentación, venta y uso de sistemas electrónicos de administración de nicotina (SEAN) y sistemas electrónicos sin nicotina (SESN), de acuerdo con sus respectivas leyes nacionales y objetivos de salud pública;

Recordando la decisión FCTC/COP7(5) sobre Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco: representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento, a través de la cual la COP en el CMCT de la OMS pidió a la Secretaría del Convenio que estableciera un grupo de expertos que presentara un informe al respecto;

Habiendo examinado las recomendaciones formuladas por el Grupo de Expertos sobre Publicidad, Promoción y Patrocinio del Tabaco: representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento en su informe, que se mencionan en el documento FCTC/COP/8/7;

Reconociendo que el panorama de los medios de entretenimiento ha cambiado sustancialmente desde la adopción de las *Directrices para la aplicación del artículo 13*;

Reconociendo también que el acceso a los medios de entretenimiento tiene lugar cada vez más por medios digitales y a través de internet, y que la creación, producción, provisión y consumo traspasan cada vez más las fronteras nacionales;

Reconociendo además que los cambios en el panorama de los medios de difusión han ido acompañados de cambios en las estrategias de comercialización, ya que los consumidores, en particular los jóvenes, interactúan de nuevas maneras con las empresas, de modo que su exposición a estas estrategias y su poder sobre los consumidores pueden aumentar;

Reconociendo que, en este contexto, la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco se centran actualmente en los canales digitales de comercialización, como las redes sociales, que aumentan la exposición de los adolescentes y los jóvenes a la comercialización del tabaco;

Reconociendo también que el contenido de los medios de entretenimiento (como películas, vídeos musicales, vídeos en línea, programas de televisión, servicios de transmisión, publicaciones en las redes sociales, videojuegos y aplicaciones de teléfonos móviles) representa y fomenta el consumo de tabaco y de productos de tabaco de maneras que pueden alentar a la juventud a habituarse a fumar;

Reconociendo que, en este contexto, las comunicaciones comerciales, incluidas las representaciones comerciales de productos de tabaco por parte de consumidores y otras personas, pueden presentarse de forma engañosa como expresión legítima, en el sentido previsto en las *Directrices para la aplicación del artículo 13*, y que esta distinción supone un desafío para la aplicación de las prohibiciones y/o restricciones de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco;

Reconociendo también que, en algunos casos, los enfoques convencionales dirigidos a prohibir o restringir la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco deberían reforzarse mediante nuevas leyes nacionales o una aplicación más estricta de las vigentes;

Reconociendo además que la mejor forma de aplicar prohibiciones o restricciones transfronterizas totales a la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco es a través de la cooperación internacional;

Recordando la decisión FCTC/COP8(17) sobre Publicidad, promoción y patrocinio del tabaco: representación del tabaco en los medios de entretenimiento, a través de la cual la COP decidió establecer un Grupo de Trabajo entre reuniones para elaborar unas directrices específicas, sin examinar las *Directrices para la aplicación del artículo 13* existentes;

Recordando también que, en la decisión FCTC/COP8(17), la COP determinó que las *Directrices para la aplicación del artículo 13* existentes siguen siendo plenamente pertinentes y no deben someterse a examen,

1. DECIDE adoptar las Directrices específicas sobre la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco y sobre la representación del tabaco en los medios de entretenimiento con miras a la aplicación del artículo 13 del CMCT de la OMS, que figuran en el anexo de la presente decisión;
2. INSTA a las Partes a que:
 - a) apliquen plenamente el artículo 13 del Convenio, de conformidad con los artículos 13.2 y 13.3;

- b) velen por que la aplicación y la observancia del artículo 13 en los países se adapten a los cambios que se producen en el panorama de los medios de difusión y los métodos de comercialización, mediante la adopción de medidas de vigilancia y evaluación de la eficacia de la aplicación y la observancia;
- c) intercambien información para ayudar a otras Partes en la aplicación transfronteriza de la ley, cuando proceda, también en el contexto de los canales digitales, entre otras cosas mediante la colaboración orientada a:
- i) aumentar la amplitud y el alcance de la vigilancia de la publicidad, la promoción y el patrocinio transfronterizos del tabaco para recopilar datos específicos de cada país o región, de conformidad con los principios constitucionales y las leyes nacionales;
 - ii) cooperar en el desarrollo de tecnologías y otros medios necesarios para facilitar la eliminación o la restricción de la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos;
 - iii) establecer mecanismos de notificación periódica entre las Partes para facilitar la eliminación de la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco, en particular cuando las Partes sean países vecinos, hablen una lengua común o compartan contenidos de medios de difusión;
 - iv) facilitar información sobre la autoridad independiente encargada de vigilar y hacer cumplir las leyes en materia de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, y otorgar a ese organismo las necesarias facultades y recursos, tal como se recomienda en las *Directrices para la aplicación del artículo 13* existentes; y
 - v) vigilar los avances y los cambios que se producen en la tecnología de las comunicaciones, en el consumo de medios de entretenimiento y en las estrategias de comercialización relativas a todos los productos de tabaco (incluidos los productos de tabaco novedosos y emergentes), a los SEAN/SESN y a los productos de nicotina que no sean medicamentos autorizados.

3. DECIDE ADEMÁS que las Directrices específicas se aplican de forma complementaria a las *Directrices para la aplicación del artículo 13*, y no las sustituyen ni modifican;

4. PIDE a la Secretaría del Convenio que siga esforzándose para proporcionar asistencia técnica y elaborar materiales que ayuden a las Partes a aplicar el artículo 13.

ANEXO 1

**DIRECTRICES ESPECÍFICAS SOBRE LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN
Y PATROCINIO TRANSFRONTERIZOS DEL TABACO Y SOBRE
LA REPRESENTACIÓN DEL TABACO EN LOS MEDIOS DE
ENTRETENIMIENTO CON MIRAS A LA APLICACIÓN
DEL ARTÍCULO 13 DEL CMCT DE LA OMS***

TÍTULO

INTRODUCCIÓN

FINALIDAD

Finalidad de las Directrices específicas

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y APLICACIÓN PERTINENTE

Principios

Aplicación

RECOMENDACIONES

VIGILANCIA Y OBSERVANCIA

APÉNDICE

Lista indicativa (no exhaustiva) de formas de publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco en plataformas de comunicación de medios digitales y representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento.

* De conformidad con la decisión FCTC/COP8(17), las *Directrices para la aplicación del artículo 13* del CMCT de la OMS siguen siendo plenamente pertinentes.

**DIRECTRICES ESPECÍFICAS SOBRE LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN
Y PATROCINIO TRANSFRONTERIZOS DEL TABACO Y SOBRE
LA REPRESENTACIÓN DEL TABACO EN LOS MEDIOS
DE ENTRETENIMIENTO, CON MIRAS A LA APLICACIÓN
DEL ARTÍCULO 13 DEL CMCT DE LA OMS***

INTRODUCCIÓN

1. El artículo 13 del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS) obliga a las Partes a proceder a una prohibición total de toda forma de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco (artículo 13.2) o a aplicar restricciones cuando una Parte no esté en condiciones de proceder a una prohibición total debido a las disposiciones de su constitución o sus principios constitucionales (artículo 13.3).

2. Los términos clave del artículo 13 se definen en el artículo 1 del Convenio. En el artículo 1 c) se dice que por «publicidad y promoción del tabaco» se entiende «toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, el efecto o posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco». En el artículo 1 g) se dice que por «patrocinio del tabaco» se entiende «toda forma de contribución o cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco».

3. En 2008, la tercera reunión de la Conferencia de las Partes adoptó las *Directrices para la aplicación del artículo 13* con el fin de ayudar a las Partes a cumplir sus obligaciones en virtud de dicho artículo. Las *Directrices para la aplicación del artículo 13* identifican las formas de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco que deberían ser objeto de una prohibición total.

4. En las *Directrices para la aplicación del artículo 13* se aborda la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco. En ellas se recomienda prohibir las ventas de tabaco por internet, ya que conllevan inseparablemente publicidad y patrocinio del tabaco (párrafo 21). En términos más generales, en las *Directrices* se recomienda (párrafo 52):

«Las Partes que hayan establecido una prohibición total o restricciones de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco deberían asegurarse de que a toda publicidad, promoción y patrocinio del tabaco procedentes de su territorio se apliquen las mismas prohibiciones o restricciones que a la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco de alcance nacional. Las Partes deberían hacer uso de su derecho soberano a adoptar medidas eficaces para limitar o impedir el ingreso en su territorio de toda publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco, ya sea que procedan de Partes que tengan restricciones o de Estados que no sean Partes, reconociendo que las medidas eficaces en algunos casos tal vez se deban abordar en un protocolo.»

5. Con respecto a las representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento, las *Directrices para la aplicación del artículo 13* recomiendan (en el párrafo 31):

«Las Partes deberían adoptar medidas específicas relativas a la representación del tabaco en los productos de los medios de entretenimiento, por ejemplo exigir a estos últimos una certificación

* De conformidad con la decisión FCTC/COP8(17), las *Directrices para la aplicación del artículo 13* del CMCT de la OMS siguen siendo plenamente pertinentes.

de que no han recibido beneficio alguno a cambio de representación alguna de tabaco, prohibir la utilización de marcas o imagería de marcas de tabaco identificables y exigir una publicidad antitabáquica y un sistema de evaluación o de clasificación que tenga en cuenta la representación del tabaco.»

6. Si bien las Partes en el CMCT de la OMS han prohibido ya muchas formas de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco –entre ellas la televisión, la radio, los medios impresos y al aire libre–, la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco han recurrido a canales y métodos alternativos. Es posible que estos canales y métodos no se encuentren tan bien regulados, por ejemplo, porque la legislación sobre el control del tabaco no está redactada o no se interpreta con la amplitud suficiente como para abarcar las plataformas de comunicación de medios digitales y los métodos asociados, o debido a dificultades reales o supuestas a la hora de vigilar o hacer cumplir la legislación en las plataformas de comunicación de medios digitales.

7. Desde que se adoptaron las *Directrices para la aplicación del artículo 13*, los medios digitales de entretenimiento transfronterizos no han dejado de crecer, gracias, entre otras cosas, a la ampliación del acceso a internet, las redes sociales, el uso de teléfonos inteligentes y el acceso a vídeos, películas y juegos digitales, que se utilizan para la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. En los medios digitales la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco tienen una gran capacidad de difusión, sobre todo entre los jóvenes. Su poder se ve reforzado además por las plataformas digitales de comunicación, en las que los usuarios pueden crear contenidos, interactuar con ellos y apoyarlos públicamente.

8. Además, desde que se adoptaron las *Directrices para la aplicación del artículo 13* se han ampliado los mercados de productos de tabaco novedosos y emergentes. Si bien algunas Partes han optado por prohibir tales productos, estos plantean dificultades especiales para la aplicación de las prohibiciones y restricciones a la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. En muchas jurisdicciones, la publicidad y promoción de dispositivos diseñados principalmente (y en la mayoría de los casos, exclusivamente) para permitir el consumo de productos de tabaco es una práctica generalizada y a menudo está presente en las plataformas de comunicación de medios digitales transfronterizos. Toda forma de publicidad o promoción de un dispositivo cuya función sea permitir el consumo de un producto de tabaco tendría el objetivo, o el efecto directo o indirecto, de publicitar o promover dicho producto.

FINALIDAD

Finalidad de las Directrices específicas

9. La finalidad de estas Directrices específicas es complementar las *Directrices para la aplicación del artículo 13* y prestar más apoyo a las Partes en el cumplimiento de las obligaciones que tienen establecidas en virtud del artículo 13 del CMCT de la OMS. Las directrices específicas se han elaborado sobre la base de los mejores datos científicos disponibles y de las experiencias de las Partes que han aplicado medidas eficaces para atajar la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Su objeto es dar orientaciones a las Partes para introducir y hacer cumplir una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco o, en el caso de aquellas Partes que no estén en condiciones de proceder a una prohibición total debido a las disposiciones de su constitución o sus principios constitucionales, y para aplicar restricciones lo más completas posible a la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. Con este fin, las Directrices específicas ofrecen orientaciones sobre la manera de prohibir o restringir la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco de forma eficaz y total, habida cuenta del creciente uso de canales y medios digitales de alcance transfronterizo.

10. Nada de lo que se plantea en estas Directrices específicas supone un menoscabo o una modificación de las *Directrices para la aplicación del artículo 13*. Su aplicación es complementaria a estas últimas directrices, a las que no sustituyen ni reemplazan en modo alguno.

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y APLICACIÓN PERTINENTE

Principios

11. La eficacia de los esfuerzos dirigidos a eliminar la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco depende ante todo de la amplitud de las prohibiciones y/o restricciones de estas prácticas y de su aplicación en el territorio de cada Parte, de conformidad con el artículo 13 del CMCT de la OMS.

12. La aplicación de la ley en la jurisdicción de cada Parte puede verse favorecida por la cooperación internacional, habida cuenta de que una acción concertada en materia de observancia puede ser más eficaz y evitar la duplicación del trabajo, especialmente cuando se trata de reglamentar los medios digitales de entretenimiento, que suelen ser transfronterizos por naturaleza. La adopción de medidas de ejecución contundentes contra la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco en el país de origen es la forma más eficaz de eliminar estas prácticas a escala transfronteriza.

13. La sociedad civil desempeña una función crucial para garantizar que las medidas adoptadas contra la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco se apliquen, se mantengan y se hagan cumplir de forma adecuada, en particular en su función de vigilancia, detección y notificación de las representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento y en las plataformas de comunicación de medios digitales. Deben evitarse los conflictos de intereses, en particular con la industria del tabaco o sus representantes.

Aplicación

14. Las plataformas de comunicación de medios digitales incluyen los espacios en línea accesibles a través de internet donde los usuarios pueden publicar, comprar, ver, intercambiar, crear, cargar o transmitir contenidos, así como interactuar con estos, en cualquier medio electrónico, ya sea vídeo digital, audio, imágenes, redes sociales, aplicaciones, juegos, páginas web o medios interactivos.

15. Las plataformas de comunicación de medios digitales pueden contener diversas formas de representaciones del tabaco que pueden constituir publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, de acuerdo con el contexto jurídico de cada Parte; cabe mencionar las siguientes representaciones, entre otras:

- a) contenidos financiados directa o indirectamente por la industria tabacalera o por quienes trabajan para promover sus intereses;
- b) personas financiadas directa o indirectamente por la industria tabacalera, o por quienes trabajan para promover sus intereses, con el fin de promover, o con el posible efecto de promover, un producto de tabaco y/o el uso del tabaco;
- c) representaciones de productos de tabaco y/o uso de tabaco que constituyan en alguna medida publicidad, promoción o patrocinio del tabaco en el contenido difundido por las plataformas de comunicación de medios digitales (independientemente de que haya o no participación de la industria tabacalera); y
- d) publicidad o promoción en línea de productos de tabaco o uso de tabaco en plataformas de comunicación de medios digitales.

RECOMENDACIONES

16. De conformidad con las *Directrices para la aplicación del artículo 13*, toda Parte cuya constitución o principios constitucionales impongan limitaciones a proceder a una prohibición total debe, con arreglo al artículo 13.3 del Convenio, aplicar restricciones lo más completas posibles en vista de dichas limitaciones.
17. La prohibición total* de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco debería aplicarse a todos los tipos de medios de comunicación, incluidas las plataformas de comunicación de medios digitales, de conformidad con la legislación nacional.
18. La observancia efectiva de las prohibiciones de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco* puede mejorarse si las Partes trabajan de forma conjunta y sistemática para vigilar, detectar, eliminar y/o impedir la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco a escala transfronteriza y a través de las plataformas de comunicación de medios digitales, tanto entrante como saliente. Esto debería incluir la cooperación entre las Partes para fortalecer las prohibiciones* y su observancia.
19. Las Partes deberían adoptar medidas legislativas, reglamentarias o administrativas, o profundizar en su aplicación, a fin de reducir las representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento.
20. Las Partes pueden optar por no otorgar concesiones fiscales, incentivos a la producción o subvenciones a cualquier producto o servicio de entretenimiento que infrinja la legislación nacional en materia de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, o retirar los existentes.
21. Se alienta a las Partes a que celebren consultas o colaboren con la industria de los medios de difusión para reducir las representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento, especialmente en los contenidos que consumen los jóvenes y los adolescentes. La participación de partes interesadas ajenas al sector de la salud ayudará a comprender mejor el efecto que tienen las representaciones del tabaco en la aceptación de este.
22. Las Partes deberían exigir a las plataformas de comunicación de medios digitales que apliquen y hagan cumplir las prohibiciones existentes en materia de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco y que adopten medidas, de conformidad con la legislación nacional, para impedir la publicación de contenidos que constituyan publicidad, promoción y patrocinio del tabaco a través de diversas cuentas y canales. Esto debe aplicarse a todas las plataformas de comunicación de medios digitales.
23. Las prohibiciones totales* de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco novedosos y emergentes deben, de conformidad con la legislación nacional, incluir los dispositivos utilizados en conjunción con ellos, y cuya función sea permitir el consumo de dichos productos.
24. Las partes deberían garantizar que las prohibiciones totales de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco y su observancia formen parte integral de los esfuerzos para proteger a los jóvenes en internet y promover la seguridad en línea.

* O las restricciones, cuando una Parte no esté en condiciones de proceder a una prohibición total como consecuencia de su constitución o principios constitucionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 del CMCT de la OMS.

VIGILANCIA Y OBSERVANCIA

25. De acuerdo con las *Directrices para la aplicación del artículo 13*, las Partes deberían introducir y aplicar sanciones eficaces, proporcionadas y disuasivas. En caso de que estas sanciones no existan todavía, las Partes deberían designar una autoridad independiente competente, encargada de vigilar y hacer cumplir las leyes, y otorgar a ese organismo las necesarias facultades y recursos. La sociedad civil debería participar en la vigilancia y la ejecución de la ley, y tener acceso a la justicia. La labor de vigilancia debería centrarse también en los avances de la tecnología de las comunicaciones y los cambios en el consumo de medios de entretenimiento.

26. Reconociendo que las *Directrices para la aplicación del artículo 13* definen a los anfitriones de contenido como entidades responsables, y sin menoscabo de las obligaciones legales generales que les correspondan de acuerdo con las propias directrices, habría que imponer asimismo obligaciones particulares a estas entidades, de conformidad con la legislación nacional, en cuanto a la detección y eliminación de la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, como mínimo, cuando tengan conocimiento de su existencia.

27. *Estrategias transfronterizas novedosas*. Cuando las labores de vigilancia permitan reconocer la existencia de nuevas tecnologías de comunicación y de cambios generalizados en los medios de entretenimiento, las Partes deberían considerar la adopción de medidas adicionales para prohibir** la publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco. Las Partes deberían considerar la posibilidad de reglamentar las estrategias/iniciativas novedosas, sin perjuicio de la aplicación de las disposiciones del artículo 13, las *Directrices para la aplicación del artículo 13* y las Directrices específicas. Las Partes deberían promover y facilitar la investigación sobre el efecto que tienen las nuevas estrategias transfronterizas de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco en la normalización del consumo de productos de tabaco, y la influencia de dichas estrategias en la iniciación y mantenimiento del consumo de tabaco, haciendo especial hincapié en el caso de los jóvenes y las minorías.

** O restringir, cuando una Parte no esté en condiciones de proceder a una prohibición total como consecuencia de su constitución o principios constitucionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 del CMCT de la OMS.

APÉNDICE

A continuación figura una lista indicativa (no exhaustiva) de formas de publicidad, promoción y patrocinio transfronterizos del tabaco en plataformas de comunicación de medios digitales y representaciones del tabaco en los medios de entretenimiento, las cuales pueden variar según la Parte de que se trate y pueden categorizarse de manera diferente en distintas jurisdicciones.

Ejemplos de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco en distintos tipos de medios de difusión

1. Las plataformas digitales de intercambio de información proporcionan a la industria tabacalera una plataforma adicional para promover sus productos y socavar las estrategias de control del tabaco. A continuación se indican algunas de las actividades de publicidad, promoción y patrocinio del tabaco que se llevan a cabo en estos sitios:

a) *Promoción directa de un producto a través de anuncios de pago.* Dicha promoción directa suele indicarse mediante rótulos como «Patrocinio de pago», «Colaboración de pago» o #ad.

b) *Promociones de personas influyentes.* Las entidades relacionadas con la industria tabacalera, o quienes trabajan para promover sus intereses, incentivan o patrocinan a particulares para que publiquen contenidos en línea en los que aparecen marcas de productos. Es habitual que se instruya a personas influyentes en las redes sociales acerca de qué marcas promover, cuándo realizar sus publicaciones para obtener la máxima exposición y cómo evitar que los contenidos publicados parezcan anuncios explícitos. Las entidades relacionadas con la industria tabacalera, o quienes trabajan para promover sus intereses, organizan fiestas y concursos patrocinados por marcas y animan a los participantes a realizar publicaciones en sus cuentas de redes sociales. Se suelen dar indicaciones a los particulares y personas influyentes para que utilicen etiquetas específicas cuando promueven productos en las redes sociales.

c) *Promoción comercial de publicaciones de consumidores sobre su propio consumo de tabaco.* Los consumidores de productos de tabaco pueden compartir contenidos que muestren este consumo y también pueden comentar directamente contenidos que defiendan el consumo de tabaco o recomienden marcas o productos concretos. Dependiendo del contexto, esto puede constituir una expresión legítima. Otras partes que trabajan en interés de la industria tabacalera pueden optar por aumentar el alcance de estos contenidos pagando a plataformas de comunicación de medios digitales para que los difundan a otras audiencias, con lo que convierten estas publicaciones personales legítimas en promociones comerciales.

d) *Promoción de eventos.* Las personas y los equipos que participan en un evento reciben el patrocinio de empresas tabacaleras, y el evento y/o imágenes del mismo son difundidos en las redes sociales y en plataformas de intercambio audiovisual. En el caso de los grandes acontecimientos deportivos, como las carreras de coches, el alcance puede llegar a ser mundial, ya que estos eventos tienen una amplia difusión, incluso en los medios de comunicación tradicionales.

e) *Promoción de empresas y campañas.* Las empresas tabacaleras, o quienes trabajan para promover sus intereses, promueven la marca de una empresa o una campaña en lugar de la marca de un producto de tabaco y gestionan cuentas en las redes sociales que promueven la marca de la empresa o la campaña. Las acciones y campañas de promoción empresarial presentan a las empresas tabacaleras como actores innovadores y socialmente responsables, y a menudo presentan nuevos productos de tabaco como alternativas menos nocivas a los cigarrillos

tradicionales, a menudo sin que haya pruebas científicas independientes que respalden tales afirmaciones.

f) *Representaciones del consumo de tabaco incrustadas en contenidos comerciales cuando dichas representaciones no sean una expresión legítima.* Si bien la mayor parte del contenido que se difunde en las redes sociales no es de naturaleza comercial, el contenido comercial atrae un alto nivel de tráfico de usuarios (por ejemplo, vídeos musicales, cortometrajes, series web, etc.) o está vinculado a un creador de contenido que genera ingresos a partir del tráfico de usuarios y de la compra por parte de los usuarios de los productos presentados/reseñados. Los vídeos musicales, por ejemplo, son muy vistos y compartidos, y constituyen un contenido popular en los sitios de intercambio audiovisual; también son una importante fuente mundial de exposición a las representaciones del tabaco.

g) *Integración de productos.* Las empresas tabacaleras, o quienes trabajan para promover sus intereses, colaboran con productores, empresas de producción y guionistas con el fin de crear argumentos relacionados con sus productos e integrarlos de forma fluida en sus obras.

h) *Noticias patrocinadas o contenidos de infoentretenimiento.* La industria tabacalera, o quienes trabajan para promover sus intereses, ofrece a los periodistas o redactores de noticias y actualidad visitas a sus instalaciones, les propone ideas para reportajes o patrocina noticias sobre temas que pueden estar o no relacionados con el consumo de tabaco.

i) *Publicidad, promoción y patrocinio de dispositivos.* La publicidad o promoción de un dispositivo o dispositivos que permiten el consumo de productos de tabaco pueden publicitar o promover directa o indirectamente estos mismos productos.

2. Las empresas tabacaleras y quienes trabajan para promover sus intereses gestionan cuentas en redes sociales y sitios web con contenidos que se difunden a través de las fronteras. Estos sitios se utilizan con frecuencia no solo para la expresión legítima, sino también para promover las marcas de una empresa, para promover productos específicos o para difundir mensajes de marca con el pretexto de proporcionar información a los consumidores, o como un ejercicio de responsabilidad social empresarial. La industria tabacalera utiliza las redes sociales y los sitios web de las empresas para reinventarse como una industria moderna, socialmente responsable y sostenible, y desvincularse de los daños que causan sus productos.

3. Las entidades de la industria tabacalera y terceros asociados pueden ayudar a diseñar, distribuir y patrocinar videojuegos, juegos de computador y aplicaciones para dispositivos inteligentes.

Ejemplos de representaciones del tabaco en plataformas de comunicación de medios digitales y de entretenimiento

4. *Las películas, el cine, la televisión y los contenidos emitidos por internet* son focos importantes de representaciones del tabaco. Se ha observado que los contenidos atractivos para los jóvenes, como los programas de telerrealidad, contienen grandes cantidades de representaciones del tabaco.

5. *Emisión por internet de programas de televisión.* Dado que el número de espectadores de la televisión tradicional está disminuyendo y que la transmisión en continuo y las suscripciones de pago están aumentando, los contenidos emitidos por internet son cada vez más una fuente potencial de promoción del tabaco. En todo el mundo, los jóvenes (de 18 a 34 años) tienen muchas más probabilidades de ser usuarios de internet y de teléfonos inteligentes que los mayores de 35 años; en el momento de redactar este informe, esta diferencia relacionada con la edad se observa tanto en los países de ingreso alto como en los de ingreso

bajo. Las representaciones del tabaco en los contenidos populares emitidos por internet son más frecuentes que en la programación tradicional por televisión o cable.

6. *Videojuegos/juegos de computador.* Tanto los videojuegos que se venden por separado como los juegos en línea son muy populares entre los jóvenes y existen muy pocos controles dirigidos a proteger o evitar que los usuarios se vean expuestos a representaciones del tabaco integradas en los juegos o a las compras dentro del juego o la aplicación. Las restricciones de edad pueden no tener en cuenta el consumo de tabaco y son fácilmente eludidas por los usuarios más jóvenes.

Aplicaciones para teléfonos inteligentes. Algunas aplicaciones para teléfonos inteligentes, o apps, como se conocen comúnmente, muestran imágenes de marcas de cigarrillos o imágenes que se asemejan a marcas existentes. Las aplicaciones protabaco incluyen juegos de dibujos animados y la posibilidad de simular la experiencia de fumar con aplicaciones gratuitas de alta calidad, o aplicaciones que facilitan la venta de productos de tabaco, productos de tabaco novedosos y emergentes, y dispositivos diseñados para consumir dichos productos.

Punto 8.6 del orden del día

Modificaciones del Reglamento Interior de la Conferencia de las Partes

La Conferencia de las Partes (COP),

Recordando que su Reglamento Interior fue adoptado en la decisión FCTC/COP1(8) y modificado en las decisiones FCTC/COP6(24), FCTC/COP7(28) y FCTC/COP8(11);

Tomando nota del informe de la Secretaría del Convenio presentado en el documento FCTC/COP/10/21, que contiene posibles modificaciones del Reglamento Interior de la COP, según lo recomendado por la Mesa;

Reconociendo la importancia de actualizar el Reglamento Interior de la COP para facilitar el funcionamiento eficaz de esta;

Reconociendo además la necesidad de asegurar la coordinación entre los órganos deliberantes del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco y del Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco,

1. ADOPTA las modificaciones del Reglamento Interior de la COP que figuran en el anexo de la presente decisión;
2. DECIDE:
 - a) aplicar con efecto inmediato la modificación del artículo 60 en relación con la adopción provisional del informe de cada reunión de la COP;
 - b) establecer con claridad que por «actas taquigráficas de las sesiones plenarias», a las que se hace referencia en los artículos 60 y 64 del Reglamento Interior de la COP, también se entiende los archivos de audio;
3. PIDE a la Mesa de la COP que examine periódicamente la necesidad de modificar el Reglamento Interior de la COP y proponga modificaciones a la Conferencia de las Partes, según proceda, y que se coordine con la Mesa de la Reunión de las Partes en el Protocolo cuando esos artículos puedan referirse a cuestiones comunes.

ANEXO

MODIFICACIONES DEL REGLAMENTO INTERIOR DE LA CONFERENCIA DE LAS PARTES

Artículo 2 (Definiciones)	11. por reuniones o sesiones «abiertas» se entiende las reuniones o sesiones abiertas a la asistencia de las Partes, Estados y organizaciones de integración económica regional que no son Partes, la Secretaría y las organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales que tienen condición de observadores en virtud de los artículos 30 y 31, respectivamente, y, a menos que la Conferencia de las Partes decida otra cosa, los medios de comunicación acreditados;
Artículo 15 (Secretaría)	Además de las funciones que se especifican en el Convenio, en particular en el artículo 24, la Secretaría, de conformidad con el presente Reglamento: <i>a)</i> adoptará disposiciones para dotar a la reunión de servicios de interpretación; <i>b)</i> organizará la transmisión en directo por internet de todos los puntos del orden del día examinados en las sesiones plenarias, a menos que las Partes decidan otra cosa, de acuerdo con una recomendación de la Mesa, al inicio de cada reunión, a reserva de que se resuelvan todas las cuestiones técnicas pertinentes y se disponga de recursos financieros; <i>c)</i> organizará reuniones virtuales de la Conferencia de las Partes, previa decisión coordinada de la Mesa de la Conferencia de las Partes y de la Mesa de la Reunión de las Partes, cuando una situación extraordinaria exija tales medidas excepcionales; <i>d)</i> reunirá, traducirá, reproducirá y distribuirá los documentos de la reunión; (...)
Artículo 24 <i>ter</i> (La Mesa)	Además de las funciones que la Conferencia de las Partes pueda asignarle periódicamente y de las descritas en los artículos 6, 9, 19 y 21 a 24, la Mesa desempeñará las funciones que se indican a continuación: <i>a)</i> formular una recomendación, de acuerdo con la Mesa de la Reunión de las Partes , al Director General de la OMS acerca del nombramiento del Jefe de la Secretaría, incluida la designación de un Jefe interino de la Secretaría cuando se requiera;
Artículo 60 (Idiomas y actas)	Las actas taquigráficas de las sesiones plenarias, así como un informe de cada reunión de la Conferencia de las Partes y de sus órganos subsidiarios, se redactarán en los seis idiomas oficiales de trabajo. Los informes, que recogerán los debates e incluirán todas las decisiones, serán preparados por el Relator con el apoyo de la Secretaría.
Artículo 8 (Orden del día)	La Secretaría distribuirá a las Partes y a los observadores invitados a asistir a la reunión de conformidad con los artículos 29, 30 y 31 el orden del día provisional de cada reunión ordinaria, junto con otros documentos para la conferencia, en los idiomas oficiales, al menos setenta y cinco días antes de la fecha de apertura de la reunión.

Punto 8.2 del orden del día

Plan de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2024-2025

La Conferencia de las Partes (COP),

Reafirmando la decisión FCTC/COP1(9) relativa a la adopción del Reglamento Financiero de la Conferencia de las Partes en el Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS);

Recordando la decisión FCTC/COP9(7) sobre el plan de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2022-2023;

Habiendo examinado el plan de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2024-2025 presentados por la Secretaría del Convenio y recogidos en el documento FCTC/COP/10/17;

Recordando la decisión FCTC/COP10(3) sobre la adopción, a título provisional, del plan de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2024-2025;

Habiendo examinado igualmente los informes sobre la ejecución y los progresos realizados recogidos en el documento FCTC/COP/10/16,

DECIDE:

- a) adoptar el plan de trabajo y presupuesto para el ejercicio 2024-2025, según figuran en los anexos 1, 2 y 3 de la presente decisión;
- b) fijar el monto total de las contribuciones señaladas de las Partes para el ejercicio 2024-2025 en US\$ 8 801 093;
- c) financiar el viaje y pagar los viáticos de los países menos adelantados con cargo a las contribuciones señaladas hasta la undécima reunión de la COP (COP11) inclusive;
- d) financiar, asimismo, el viaje de los países de ingreso bajo y mediano bajo con cargo a las contribuciones señaladas y sufragar el costo de los viáticos correspondientes con los recursos disponibles en las contribuciones extrapresupuestarias hasta la COP11 inclusive;
- e) autorizar a la Secretaría del Convenio a que solicite el pago de las contribuciones señaladas, incluido a los países que puedan constituirse en Partes en el Convenio entre la COP10 y la COP11, de acuerdo con la escala de contribuciones indicada en el párrafo b) de la presente decisión;
- f) pedir a la Jefa de la Secretaría del Convenio que ejecute el plan de trabajo y presupuesto adoptados por la COP y que informe sobre la ejecución como parte de los informes sobre la ejecución que se presentarán a la COP11;
- g) autorizar a la Secretaría del Convenio a solicitar y recibir contribuciones extrapresupuestarias de carácter voluntario para actividades acordes con el plan de trabajo;
- h) instar a la Jefa de la Secretaría del Convenio a que ofrezca periódicamente información actualizada a la Mesa sobre la situación de los planes de trabajo y presupuestos adoptados por la COP;

- i)* alentar a las Partes a que aporten contribuciones extrapresupuestarias para alcanzar los objetivos del plan de trabajo;
- j)* invitar a la Reunión de las Partes (MOP) en el Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco a que sufrague la parte de los costos compartidos del personal básico, incluidos los de la Jefa de la Secretaría del Convenio, en su correspondiente plan de trabajo y presupuesto;
- k)* pedir a la MOP que considere la posibilidad de adoptar un plan de trabajo y presupuesto congruentes con los costos compartidos de personal determinados en el plan de trabajo y presupuesto de la COP para el ejercicio financiero 2024-2025.

PROYECTO DE PLAN DE TRABAJO Y PRESUPUESTO PARA EL EJERCICIO 2024-2025: COSTOS DE LAS ACTIVIDADES
CONVENIO MARCO DE LA OMS PARA EL CONTROL DEL TABACO (CMCT DE LA OMS)

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra- presupuestarias	Total
1	Finalidad estratégica 1. Acelerar la intervención					
1.1	Objetivo estratégico 1.1. Conceder prioridad a la adopción de medidas que contribuyan a acelerar la aplicación del CMCT de la OMS, incluidas fórmulas eficaces de asistencia técnica y financiera que apoyen a las Partes en los ámbitos de actuación prioritaria definidos					
1.1.1	Objetivo específico 1.1.1. Las Partes formularán, aplicarán y actualizarán periódicamente estrategias nacionales de control del tabaco integrales y presupuestadas (artículo 5 del CMCT de la OMS), centradas en políticas multisectoriales e intersectoriales y en los artículos más importantes en el contexto nacional y centrándose en apoyar las Partes clasificadas como países de ingreso mediano y bajo por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos					
1.1.1.1	Proporcionar misiones de evaluación de las necesidades previa solicitud, incluida la asistencia en la fase posterior a la evaluación de las necesidades	Número de evaluaciones de las necesidades realizadas	Se habrán realizado al menos ocho evaluaciones de las necesidades	0	320 000	320 000
1.1.1.2	Prestar asistencia técnica a las Partes en relación con el artículo 5.1 (formular estrategias nacionales de control del tabaco presupuestadas), previa solicitud	Número de Partes que han recibido asistencia técnica en relación con el artículo 5	Habrán recibido asistencia al menos cuatro Partes	0	160 000	160 000
1.1.1.3	Prestar asistencia técnica a las Partes sobre los artículos más importantes en el contexto nacional, previa solicitud	Número de Partes que recibieron asistencia técnica en relación con otros artículos (distintos de los artículos 5, 6, 8, 11 y 13) de acuerdo con la prioridad nacional	Habrán recibido asistencia al menos ocho Partes	0	320 000	320 000
	Total para 1.1.1			0	800 000	800 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra- presupuestarias	Total
1.1.2	Objetivo específico 1.1.2. Las Partes adoptarán medidas relacionadas con los precios y los impuestos (artículo 6)					
1.1.2.1	Prestar asistencia técnica a las Partes en relación con el artículo 6, previa solicitud (incluida la coordinación con interesados directos y asociados que puedan prestar asesoramiento sobre la tributación del tabaco a las Partes)	Número de Partes que han recibido asistencia técnica en relación con el artículo 6	Habrán recibido asistencia al menos 10 Partes	0	400 000	400 000
	Total para 1.1.2			0	400 000	400 000
1.1.3	Objetivo específico 1.1.3. Las Partes adoptarán medidas sujetas a plazos (artículos 8, 11 y 13)					
1.1.3.1	Prestar asistencia técnica a las Partes en relación con los artículos 8, 11 y 13, previa solicitud	Número de Partes que han recibido asistencia técnica en relación con los artículos 8, 11 y/o 13	Habrán recibido asistencia sobre la aplicación de los artículos 8, 11 y 13 al menos 20 Partes	0	1 200 000	1 200 000
1.1.3.2	Preparar materiales (incluidas herramientas de aprendizaje electrónico, conjuntos de herramientas, informes de política y manuales) para ayudar en la aplicación del CMCT de la OMS, y conservar las herramientas existentes	Número de nuevos materiales desarrollados y distribuidos	Se habrán desarrollado y distribuido entre las Partes para su uso al menos cuatro nuevos materiales	0	400 000	400 000
1.1.3.3	Organizar talleres para intentar superar los problemas concretos detectados por las Partes en la aplicación del CMCT de la OMS y para participar en la cooperación Sur-Sur y triangular	Número de Partes que han asistido a los talleres	Habrán asistido a los talleres al menos el 30% de las Partes	0	800 000	800 000
	Total para 1.1.3			0	2 400 000	2 400 000
	Total para 1.1			0	3 600 000	3 600 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
1.2	Objetivo estratégico 1.2. Fortalecer los sistemas para recopilar e intercambiar con regularidad enseñanzas y datos empíricos sobre medios nuevos, innovadores y eficaces que permitan aplicar medidas de control del tabaco					
1.2.1	Objetivo estratégico 1.2.1. Mejorar los mecanismos para intercambiar conocimientos especializados mediante la cooperación Sur-Sur y triangular					
1.2.1.1	Prestar asistencia y facilidades a los asociados interesados en la cooperación Sur-Sur y triangular	Número de Partes que han participado en programas de la cooperación Sur-Sur y triangular, ya sea como proveedores o como receptores	Habrán participado en la cooperación Sur-Sur y triangular al menos 10 Partes	0	200 000	200 000
	Total para 1.2.1			0	200 000	200 000
1.2.2	Objetivo específico 1.2.2. Fortalecer el papel que desempeñan los centros de intercambio de conocimientos en la prestación de asistencia a las Partes					
1.2.2.1	Coordinar la labor de los centros de intercambio de conocimientos del CMCT de la OMS y su prestación de asistencia a las Partes de conformidad con las decisiones de la Conferencia de las Partes (COP) en el CMCT de la OMS	Número de Partes que han recibido asistencia de los centros de intercambio de conocimientos del CMCT de la OMS	Se habrá prestado asistencia al menos a 80 Partes	0	200 000	200 000
	Total para 1.2.2			0	200 000	200 000
	Total para 1.2			0	400 000	400 000
	TOTAL PARA LA FINALIDAD ESTRATÉGICA 1			0	4 000 000	4 000 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
2	Finalidad estratégica 2. Forjar alianzas y asociaciones internacionales entre distintos sectores y la sociedad civil que contribuyan a la aplicación del CMCT de la OMS					
2.1	Objetivo estratégico 2.1. Movilizar a los asociados internacionales, intergubernamentales y para el desarrollo, a fin de que integren el CMCT de la OMS en su labor y/o en sus respuestas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)					
2.1.1	Objetivo específico 2.1.1. Reforzar la armonización entre la labor de la Organización Mundial de la Salud (OMS), los organismos del sistema de las Naciones Unidas y otros organismos e iniciativas internacionales pertinentes y fortalecer la cooperación entre ellos					
2.1.1.1	Promover colaboraciones o actividades conjuntas con entidades de las Naciones Unidas	Número de colaboraciones o actividades conjuntas con entidades de las Naciones Unidas	Se habrán establecido o realizado al menos dos colaboraciones y/o actividades conjuntas	10 000	90 000	100 000
2.1.1.2	Producir materiales de promoción para las oficinas de la OMS en los países a fin de promover la inclusión del CMCT de la OMS en la estrategia de cooperación	Número de Partes en las que oficinas de la OMS en los países han incluido la aplicación del CMCT de la OMS en la estrategia de cooperación	Se habrá incluido la aplicación del CMCT de la OMS en al menos 12 estrategias de cooperación en los países de la OMS	0	10 000	10 000
	Total para 2.1.1			10 000	100 000	110 000
2.1.2	Objetivo específico 2.1.2. Velar por que el CMCT de la OMS se incorpore plenamente en la aplicación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y en las deliberaciones de cualquier foro que se celebre bajo los auspicios de las Naciones Unidas y guarde relación con el CMCT de la OMS					
2.1.2.1	Organizar eventos paralelos a las reuniones pertinentes de las entidades de las Naciones Unidas	Número de solicitudes para eventos paralelos	Se habrán presentado al menos cuatro solicitudes para eventos paralelos	10 000	20 000	30 000
2.1.2.2	En el seguimiento de la aplicación a nivel mundial de la meta 3.a, participar, en calidad de organismo cocustodio de la meta 3.a, en el trabajo coordinado por la División de Estadística de las Naciones Unidas sobre el seguimiento de los ODS en los exámenes nacionales voluntarios	Número de informes sobre los ODS para los que se solicita la contribución de la Secretaría del Convenio del CMCT de la OMS	La Secretaría del Convenio habrá respondido a todas las solicitudes relacionadas con los informes sobre los ODS	0	25 000	25 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
2.1.2.3	Aportar contribuciones en relación con las resoluciones relevantes de las entidades pertinentes de las Naciones Unidas	Número de contribuciones aportadas en relación con las resoluciones relevantes de los organismos pertinentes de las Naciones Unidas	Se habrán aportado contribuciones en relación con todas las resoluciones de las que tenga conocimiento la Secretaría del Convenio	0	0	0
Total para 2.1.2				10 000	45 000	55 000
2.1.3	Objetivo específico 2.1.3. Elaborar enfoques que se refuercen mutuamente para la aplicación del Plan de acción mundial de la OMS para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles 2013-2020, mediante la cooperación con el Equipo de Tareas Interinstitucional de las Naciones Unidas sobre las Enfermedades No Transmisibles (ENT), el Mecanismo de Coordinación Mundial sobre de Prevención y Control de las ENT, etc.					
2.1.3.1	Participar en la labor interinstitucional de las Naciones Unidas: en el Equipo de Tareas Interinstitucional de las Naciones Unidas sobre la Prevención y el Control de las Enfermedades No Transmisibles (UNIATF) y en el Mecanismo de Coordinación Mundial sobre la Prevención y el Control de las Enfermedades No Transmisibles (GCM/NCD) de la OMS	Número de actividades multisectoriales de asistencia a las Partes realizadas en cooperación con el UNIATF y/o el GCM/NCD de la OMS	Se habrá desarrollado y aplicado al menos un proyecto	5 000	20 000	25 000
Total para 2.1.3				5 000	20 000	25 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
2.1.4	Objetivo específico 2.1.4. Promover la creación de alianzas con organizaciones e instituciones públicas o intergubernamentales					
2.1.4.1	Estimular las solicitudes de organizaciones intergubernamentales y otras instituciones pertinentes para obtener la condición de observadoras	Número de organizaciones intergubernamentales y otras instituciones pertinentes para las que se concedió la condición de observadoras a la Secretaría del Convenio o a las que se ha concedido la condición de observadoras ante el CMCT de la OMS	Se habrá recibido al menos una nueva solicitud de una organización intergubernamental para obtener la condición de observadora	0	0	0
	Total para 2.1.4			0	0	0
2.1.5	Objetivo específico 2.1.5. Elaborar un plan de comunicación sobre la Estrategia Mundial para acelerar el control del tabaco para dar notoriedad y publicidad al Convenio					
2.1.5.1	Continuar con la aplicación de la estrategia de comunicación institucional	Número de nuevos productos desarrollados como parte de la estrategia de comunicación institucional	Se habrán desarrollado al menos cuatro nuevos productos	40 000	200 000	240 000
	Total para 2.1.5			40 000	200 000	240 000
	Total para 2.1			65 000	365 000	430 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
2.2	Objetivo estratégico 2.2. Favorecer y aprovechar las contribuciones de las partes interesadas externas, en particular, la sociedad civil, para alcanzar los objetivos del Convenio					
2.2.1	Objetivo específico 2.2.1. Mejorar la participación de la sociedad civil, incluso mediante la adopción de prácticas óptimas de otras organizaciones de las Naciones Unidas, teniendo en cuenta el artículo 5.3 del CMCT de la OMS					
2.2.1.1	Ponerse en contacto con organizaciones no gubernamentales (ONG) para que soliciten la condición de observadoras ante la COP	Número de nuevas solicitudes presentadas por ONG para obtener la condición de observadoras	Se habrá recibido al menos una nueva solicitud presentada por una ONG para obtener la condición de observadora	0	0	0
2.2.1.2	Participación en conferencias y eventos mundiales y regionales clave organizados por la sociedad civil para aumentar la visibilidad del CMCT de la OMS y el compromiso con los asociados de la sociedad civil	Número de conferencias o eventos a los que se ha asistido y sesiones/eventos paralelos organizados por la Secretaría del Convenio	La Secretaría del Convenio habrá asistido al menos a dos conferencias o eventos y habrá organizado al menos dos sesiones/eventos paralelos	0	50 000	50 000
2.2.1.3	Organizar reuniones virtuales con ONG con condición de observadoras	Cantidad de reuniones organizadas	Se habrán organizado al menos cuatro reuniones virtuales	0	5 000	5 000
2.2.1.4	Organizar el ciclo bienal de presentación de informes de las ONG con condición de observadoras como parte de su proceso de acreditación	Número de informes presentados	Todas las ONG con la condición de observadoras ante la COP habrán presentado sus informes bienales para renovar la acreditación	0	0	0

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
2.2.1.5	Organizar con ONG talleres y actividades de capacitación o sensibilización convocados por la Secretaría del Convenio, o invitar a participar a esas ONG en esos talleres o actividades	Número de ONG con las que se han organizado talleres o actividades de capacitación o sensibilización, o número de ONG que han participado en esos talleres o actividades	Se habrán organizado talleres o actividades de capacitación o sensibilización con al menos un 30% de las ONG, o al menos un 30% de las ONG habrá participado en esos talleres o actividades	0	10 000	10 000
Total para 2.2.1				0	65 000	65 000
2.2.2	Objetivo específico 2.2.2. Establecer y operar una plataforma de coordinación de conformidad con las recomendaciones proporcionadas por el Grupo de Trabajo sobre Medidas Sostenibles (FCTC/COP/7/18)					
2.2.2.1	Operar y mantener la plataforma de coordinación	Número de visitas a la plataforma de coordinación	Se habrá logrado un aumento del número de visitas (en comparación con el bienio anterior)	0	150 000	150 000
Total para 2.2.2				0	150 000	150 000
2.2.3	Objetivo específico 2.2.3. Promover investigaciones que estén relacionadas con la aplicación del CMCT de la OMS, en particular, en lo que respecta a las prioridades establecidas en la Estrategia Mundial, de conformidad con el artículo 20					
2.2.3.1	Organizar reuniones virtuales con las Partes y los investigadores para encontrar deficiencias en la investigación, en particular en lo que respecta a las prioridades establecidas en la Estrategia Mundial	Número de informes proporcionados sobre deficiencias en la investigación con análisis de viabilidad y costos	Se habrá elaborado al menos un informe	0	0	0
Total para 2.2.3				0	0	0
Total para 2.2				0	215 000	215 000
TOTAL PARA LA FINALIDAD ESTRATÉGICA 2				65 000	580 000	645 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
3	Finalidad estratégica 3. Proteger la integridad y consolidar los logros alcanzados en el marco del CMCT de la OMS					
3.1	Objetivo estratégico 3.1. Mejorar los mecanismos de gobernanza y administrativos del CMCT de la OMS para garantizar que todas las actividades relacionadas con el Convenio emprendidas sean prioritarias, eficaces y sostenibles, y estén alejadas de toda influencia de la industria tabacalera					
3.1.1	Objetivo estratégico 3.1.1. Armonizar los programas, los planes de trabajo y los presupuestos de la COP con la Estrategia Mundial					
3.1.1.1	Armonizar programas y planes de trabajo y presupuestos de la COP con la Estrategia Mundial	Programa y plan de trabajo y presupuesto elaborados en consonancia con la Estrategia Mundial	Se habrá elaborado el programa y el plan de trabajo y presupuesto en consonancia con la Estrategia Mundial presentada a la COP	0	0	0
	Total para 3.1.1			0	0	0
3.1.2	Objetivo específico 3.1.2. Crear un mecanismo de examen de la aplicación del CMCT de la OMS dirigido por pares que permita subsanar las deficiencias y los problemas de cada Parte, compartir la experiencia adquirida y contribuir a la aplicación de la Estrategia Mundial					
3.1.2.1	Desarrollar y operar un mecanismo voluntario de examen por homólogos de la aplicación y de apoyo para el CMCT de la OMS	Mandato elaborado y expertos nombrados para el mecanismo voluntario de examen por homólogos de la aplicación y apoyo	Se habrán sometido a un mecanismo voluntario de examen por homólogos de la aplicación y apoyo al menos 25 Partes	0	200 000	200 000
	Total para 3.1.2			0	200 000	200 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
3.1.3	Objetivo específico 3.1.3. Proteger a la COP y otras actividades del CMCT de la OMS de los intereses comerciales y otros intereses creados de la industria tabacalera					
3.1.3.1	Recopilar y procesar formularios de declaración de intereses y tomar medidas de diligencia debida, según corresponda	Número de formularios de declaración de intereses solicitados y procesados por la Secretaría del Convenio de conformidad con las decisiones de la COP (para la Secretaría del Convenio y las reuniones de los órganos rectores y órganos subsidiarios)	Se habrán solicitado formularios de declaración de intereses en la COP y en las reuniones de cualquier otro órgano rector y de la Secretaría de la Convención, según proceda	0	0	0
	Total para 3.1.3			0	0	0
	Total para 3.1			0	200 000	200 000
3.2	Objetivo estratégico 3.2. Apoyar y alentar a las Partes en su esfuerzo por eliminar los obstáculos a las actividades nacionales de control del tabaco					
3.2.1	Objetivo específico 3.2.1. Obtener apoyo político para las actividades de control del tabaco					
3.2.1.1	Contactos de alto nivel de la Jefa de la Secretaría del Convenio con las Partes para obtener apoyo político para la aplicación del CMCT de la OMS	Número de visitas y reuniones de alto nivel de la Jefa de la Secretaría del Convenio para obtener apoyo político para las actividades de control del tabaco	Se habrán celebrado al menos seis visitas o reuniones políticas de alto nivel	5 000	15 000	20 000
	Total para 3.2.1			5 000	15 000	20 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
3.2.2	Objetivo específico 3.2.2. Promover iniciativas de colaboración multisectoriales que promuevan una mayor participación de las organizaciones de la sociedad civil					
3.2.2.1	Prestar asistencia técnica a las Partes en relación con el artículo 5.2 (establecer un mecanismo coordinador nacional), previa solicitud	Número de Partes que han recibido asistencia técnica en relación con el artículo 5.2	Habrán recibido asistencia sobre la aplicación del artículo 5.2 al menos cinco Partes	0	200 000	200 000
	Total para 3.2.2			0	200 000	200 000
3.2.3	Objetivo específico 3.2.3. Movilizar recursos de forma sostenible para combatir el consumo de tabaco					
3.2.3.1	Ayudar a las Partes a elaborar argumentarios en favor de la inversión para el control del tabaco	Número de argumentarios elaborados en favor de la inversión	Se habrá ayudado al menos a ocho Partes con argumentarios en favor de la inversión	0	400 000	400 000
	Total para 3.2.3			0	400 000	400 000
3.2.4	Objetivo específico 3.2.4. Adoptar medidas para proteger las políticas de salud pública de la injerencia de la industria tabacalera (artículo 5.3) y vigilar constantemente las actividades de la industria del tabaco a nivel nacional e internacional					
3.2.4.1	Prestar asistencia técnica a las Partes en relación con el artículo 5.3, previa solicitud	Número de Partes que han recibido asistencia técnica en relación con el artículo 5.3	Habrán recibido asistencia sobre la aplicación del artículo 5.3 al menos 20 Partes	0	800 000	800 000
3.2.4.2	Sensibilizar acerca de la cuestión del artículo 5.3 y las tácticas e interferencias de la industria tabacalera	Número de campañas y actividades de sensibilización organizadas con el fin de sensibilizar acerca de la interferencia de la industria tabacalera	Se habrá organizado al menos una campaña o actividad de sensibilización sobre la interferencia de la industria tabacalera	0	50 000	50 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
3.2.4.3	Promover y dar seguimiento a la adopción del modelo de políticas del sistema de las Naciones Unidas para evitar la interferencia de la industria tabacalera	Número de campañas o actividades de comunicación relacionadas con el modelo de políticas organizadas por la Secretaría del Convenio	Se habrá organizado al menos una campaña o actividad	0	50 000	50 000
Total para 3.2.4				0	900 000	900 000
3.2.5	Objetivo específico 3.2.5. Seguir de cerca los progresos normativos y programáticos de las disposiciones clave del CMCT de la OMS, incluida la estimación de las vidas salvadas, los costos evitados y la mejora de otros resultados sanitarios y económicos					
3.2.5.1	Colaborar con entidades que posean o administren bases de datos con información pertinente para el CMCT de la OMS con fines de intercambio y análisis de datos	Número de entidades con las que se ha colaborado	Se habrá colaborado con al menos tres entidades	0	20 000	20 000
3.2.5.2	Celebrar talleres/seminarios web sobre la presentación de informes	Número de Partes que han asistido a los talleres/seminarios web	Habrán asistido a los talleres/seminarios web al menos el 30% de las Partes	0	65 000	65 000
3.2.5.3	Realizar el ciclo bienal de presentación de informes en 2025	Número de informes recibidos, analizados y para los que se han entregado sugerencias cuando haya sido necesario	Al menos el 80% de las Partes habrán presentado su informe y habrán recibido sugerencias cuando haya sido necesario	15 000	150 000	165 000

FINALIDADES ESTRATÉGICAS						
	Actividad	Indicador	Meta Para finales de 2025, a menos que se indique lo contrario	Costo de las actividades (en US\$)		
				Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
3.2.5.4	Elaborar el informe sobre los progresos realizados a escala mundial 2025	Elaboración del informe sobre los progresos realizados a escala mundial 2025	Se habrá publicado en línea y se habrá dado a conocer el informe sobre los progresos realizados a escala mundial 2025	35 000	0	35 000
			Total para 3.2.5	50 000	235 000	285 000
			Total para 3.2	55 000	1 750 000	1 805 000
			TOTAL PARA LA FINALIDAD ESTRATÉGICA 3	55 000	1 950 000	2 005 000
			TOTAL PARA TODAS LAS FINALIDADES ESTRATÉGICAS	120 000	6 530 000	6 650 000

OBJETIVOS OPERACIONALES				
	Actividad	Costo de las actividades (en US\$)		
		Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
4.1	Objetivo operacional 4.1 Financiación sostenible – Gestionar las finanzas del Convenio para maximizar su eficiencia y eficacia y encontrar nuevas fuentes de ingresos que apoyen las actividades de aplicación del CMCT de la OMS			
4.1.1	Gestión y administración del Fondo de Inversión	0	50 000	50 000
4.1.2	Actualizar y aplicar un plan de recaudación de fondos de acuerdo con la decisión FCTC/COP7(25) de la COP	5 000	15 000	20 000
4.1.3	Seguimiento de la recaudación de las contribuciones señaladas	5 000	0	5 000
	Total para 4.1	10 000	65 000	75 000
4.2	Objetivo operacional 4.2 Eficacia operacional – Promover el funcionamiento óptimo de la Conferencia de las Partes y la capacidad de la Secretaría del Convenio para prestar apoyo a la COP y a las Partes en la aplicación, las labores de vigilancia y la presentación de informes			
4.2.1	Administración y gestión generales			
4.2.1.1	Proporcionar administración y gestión generales a la Secretaría del Convenio	45 000	0	45 000
4.2.1.2	Llevar a cabo retiros para formación de equipos y planificaciones estratégicas para la Secretaría del Convenio	10 000	0	10 000
	Total para 4.2.1	55 000	0	55 000
4.2.2	Organizar la 11. ^a reunión de la Conferencia de las Partes (COP11)	1 072 313	600 000	1 672 313
4.2.3	Organizar reuniones regionales previas a la COP	0	240 000	240 000
4.2.4	Preparar y apoyar la labor de la Mesa y convocar reuniones, entre otras cosas, mediante servicios de videoconferencia y teleconferencia	200 000	0	200 000
4.2.5	Adoptar las disposiciones necesarias para los órganos subsidiarios entre reuniones según lo decidido por la COP10 (Grupo de Expertos para el artículo 2.1 y Grupo de Expertos para el artículo 19)	200 000	125 000	325 000
	Total para 4.2	1 527 313	865 000	2 392 313
	TOTAL PARA LOS OBJETIVOS OPERACIONALES	1 537 313	930 000	2 467 313
	Costo total de las actividades de todas las áreas de trabajo	1 657 313	7 460 000	9 117 313

ANEXO 2

DESGLOSE DE LOS COSTOS BRUTOS DE PERSONAL (US\$)¹

Sufragados con contribuciones señaladas				
		Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
1	D2: al 30% por contribuciones señaladas de la MOP y al 70% por contribuciones señaladas de la COP	573 300		573 300
4	P5: al 30% por contribuciones señaladas de la MOP y al 70% por contribuciones señaladas de la COP	1 811 040		1 811 040
2	P4: al 100% por contribuciones señaladas de la COP	1 131 900		1 131 900
2	P3: al 100% por contribuciones señaladas de la COP	947 100		947 100
1	P2: al 50% por contribuciones señaladas de la MOP y al 50% por contribuciones señaladas de la COP	170 100		170 100
1	G6: al 100% por contribuciones señaladas de la COP	391 650		391 650
2	G5: al 100% por contribuciones señaladas de la COP	699 300		699 300
Sufragados con contribuciones señaladas y contribuciones extrapresupuestarias				
		Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
1	P3: al 50% por contribuciones señaladas de la COP y al 50% por contribuciones extrapresupuestarias de la COP	236 775	236 775	473 550
1	P2: al 50% por contribuciones señaladas de la COP y al 50% por contribuciones extrapresupuestarias de la MOP	170 100		170 100
Sufragados con contribuciones extrapresupuestarias				
		Contribuciones señaladas	Contribuciones extra-presupuestarias	Total
3	P3: al 100% por contribuciones extrapresupuestarias de la COP		1 420 650	1 420 650
1	G5: al 100% por contribuciones extrapresupuestarias de la COP		349 650	349 650
Total de gastos de personal		6 131 265	2 007 075	8 138 340

¹ Los costos indicativos del personal básico de la Secretaría del Convenio se basan en los gastos salariales ordinarios brutos más recientes de la OMS para el ejercicio 2022–2023 con un aumento del 5%; los posibles cambios que se produzcan en 2024-2025 se reflejarán una vez que estén disponibles. El cumplimiento del plan de dotación de personal y sus posibles ajustes dependerán de la materialización de esos fondos y los cambios en el volumen de trabajo. El plan no incluye posibles asignaciones a corto plazo, que estarían sujetas a las necesidades reales y los recursos disponibles.

ANEXO 3

PROYECTO DE PRESUPUESTO TOTAL 2024-2025 (US\$)

	Sufragado con contribuciones señaladas	Sufragado con contribuciones extrapresupuestarias	Total
1. Costos de las actividades	1 657 313	7 460 000	9 117 313
2. Gastos de personal	6 131 265	2 007 075	8 138 340
3. Costos directos totales	7 788 578	9 467 075	17 255 653
4. Costos de recuperación	1 012 515	1 230 720	2 243 235
5. Total general	8 801 093	10 697 795	19 498 888

Total de contribuciones señaladas (actividades, sueldos y costos de recuperación): US\$ 8 801 093.

= = =