



El poder de la humanidad

**Consejo de Delegados del Movimiento Internacional
de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja**

7 de diciembre de 2015, Ginebra



ES

CD/15/6

Original: inglés

CONSEJO DE DELEGADOS DEL MOVIMIENTO INTERNACIONAL DE LA CRUZ ROJA Y DE LA MEDIA LUNA ROJA

Ginebra, Suiza
7 de diciembre de 2015

**Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del
Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja:
adopción del logotipo del Movimiento Internacional
de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja**

Informe de antecedentes y sobre los progresos alcanzados

**Documento preparado por el Comité Internacional de la Cruz Roja y la
Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja
en consulta con las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja**

Ginebra, octubre de 2015

INFORME DE ANTECEDENTES Y SOBRE LOS PROGRESOS ALCANZADOS

RESUMEN

El presente informe relativo a la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Movimiento) da cuenta de los progresos, consultas, actividades y resultados que han tenido lugar durante casi dos años desde que el Consejo de Delegados, celebrado en noviembre de 2013, aprobó la resolución CD/13/R6 (resolución sobre la marca distintiva). Asimismo, expone los elementos de referencia que sirvieron para elaborar la resolución propuesta sobre la adopción de un logotipo del Movimiento (CD/15/6) que se someterá a la aprobación del Consejo de Delegados en 2015.

La Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento se basa en anteriores esfuerzos realizados en ese ámbito y ha permitido avanzar hacia el cumplimiento de los distintos compromisos enunciados en la resolución sobre la marca distintiva de 2013, a fin de seguir fortaleciendo la capacidad de los componentes del Movimiento para gestionar más eficazmente sus marcas distintivas y garantizar una representación y un posicionamiento óptimos del Movimiento y de sus componentes, sus actividades humanitarias y sus objetivos en materia de diplomacia humanitaria. En concreto, la resolución sobre la marca distintiva pidió al Movimiento que aclarara las cuestiones pendientes sobre el uso decorativo del emblema y su utilización en los envoltorios de productos puestos en venta por terceros. Asimismo, recomendó que el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) y la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Federación Internacional) iniciaran un proceso participativo a fin de elaborar de manera más pormenorizada las condiciones y normas que regirían un posible logotipo del Movimiento, teniendo en cuenta todas las posiciones y opiniones de los componentes del Movimiento.

Tras el Consejo de Delegados en 2013, se organizó una serie de consultas en todo el Movimiento, cuyos principales resultados, conclusiones y recomendaciones se esbozan a continuación.

1. Aclaración de dos cuestiones pendientes en relación con la Guía práctica sobre la marca distintiva¹, concretamente el documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos", y en relación con la interpretación de las disposiciones del Reglamento sobre el uso del emblema de 1991, que definen el "uso del emblema con fines decorativos" y las relativas al uso del emblema en los envoltorios de los productos vendidos por asociados comerciales. En ambos casos, las soluciones propuestas tienen por objetivo mejorar la capacidad de las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (Sociedades Nacionales) para promocionar sus actividades y las del Movimiento, así como ofrecer mayores oportunidades de colecta de fondos a las Sociedades Nacionales.
2. Finalización del documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos", a fin de tener en cuenta la aclaración arriba mencionada, y compromiso de todos los componentes del Movimiento de garantizar su promoción y aplicación para gestionar de manera más coherente las marcas y las identidades visuales individuales y colectivas.

¹ La Guía práctica sobre la marca distintiva, a la que se hizo referencia en la resolución sobre la marca distintiva aprobada en 2013, se elaboró en el marco de la Iniciativa internacional para el posicionamiento de la marca distintiva en el período preparatorio del Consejo de Delegados de 2013, con el propósito de ayudar a las Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja a fortalecer sus marcas distintivas y gestionar eficazmente su reputación para posicionarse a la vanguardia del sector humanitario y mantener su pertinencia y competitividad en un mundo en rápida evolución. Para más información sobre la guía práctica y el tema de la marca distintiva, consúltese: <https://fednet.ifrc.org/branding>.

3. Recomendación para presentar un logotipo del Movimiento y las condiciones y normas que regirían su uso al Consejo de Delegados en 2015 para su adopción.
4. Acuerdo sobre el principio de que el logotipo del Movimiento se empleará de manera excepcional con fines de representación, comunicación, colecta de fondos y promoción para emergencias, y en eventos, temas o campañas de alcance mundial, lo que se estipula en las *Condiciones y normas*.
5. Compromiso de definir de manera más detallada la identidad colectiva del Movimiento, por ejemplo, mediante mensajes conjuntos y una identidad visual común, reforzar el posicionamiento del Movimiento como una red humanitaria, promover cuestiones de alcance mundial y aumentar la visibilidad de la labor del Movimiento, de conformidad con las políticas y los principios de cooperación y coordinación aprobados por el Movimiento.
6. Compromiso de seguir reforzando la capacidad de los componentes a título individual en materia de posicionamiento de la marca distintiva y movilización de recursos.
7. Interés manifestado en establecer principios relativos a la movilización de recursos aplicables al conjunto del Movimiento que permitirían aprovechar la fuerza y la diversidad de cada uno de los componentes del Movimiento a fin de optimizar las oportunidades de promoción y colecta de fondos en beneficio de las personas a las que presta servicios el Movimiento.

1) Introducción

Los componentes del Movimiento actúan en un entorno humanitario que cambia con rapidez y en el que la competitividad es cada vez más grande, en particular con respecto a la comunicación, el posicionamiento y la obtención de fondos para apoyar la misión humanitaria y los cometidos que se confirieron al Movimiento. Las tendencias actuales indican que si bien nosotros, el Movimiento y sus componentes, constituimos la red humanitaria más grande del mundo, estamos desaprovechando oportunidades de ser visibles y coleccionar fondos a escala mundial en apoyo de nuestra labor humanitaria y de las personas a las que prestamos servicios.

En la actual era digital, en la que la información circula rápidamente a través de las fronteras y se buscan identidades mundiales, existe una gran ocasión de crear una identidad del Movimiento para mejorar su visibilidad como entidad homogénea y unificada, y aumentar las oportunidades de colecta de fondos para todo el Movimiento en campañas, eventos y contextos de alcance mundial. En la actualidad, el Movimiento no tiene un logotipo que represente su identidad colectiva, sino logotipos especiales que se crean para determinadas ocasiones con fines de representación y comunicación. Cuando los componentes del Movimiento o asociados externos desean utilizar una identidad visual mundial única para campañas de colecta de fondos o actividades de comunicación y representación a nivel del Movimiento, el hecho de disponer de un logotipo del Movimiento permitiría satisfacer las necesidades tanto internas como externas. La voluntad de responder a estas necesidades y aprovechar esas oportunidades fue el catalizador de los debates pasados y presentes sobre la marca distintiva y de la creación de una identidad y un logotipo del Movimiento.

Así pues, la resolución sobre la marca distintiva (párrafos 5 y 7 de la parte dispositiva), aprobada en 2013, acogió con satisfacción el documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos" y el compromiso de los componentes de aclarar dos cuestiones pendientes. Se reconoció, además, el interés de los componentes en examinar la posibilidad de crear un logotipo del Movimiento y se recomendó que se elaborara de manera más pormenorizada las condiciones y normas que regirían el uso de dicho logotipo.

En el marco de la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento descrita en el presente informe, el CICR y la Federación Internacional establecieron un proceso destinado a aclarar las cuestiones pendientes planteadas en el párrafo 5 de la parte dispositiva relativas al uso de logotipos existentes, y consultaron a los componentes del

Movimiento sobre la posibilidad de crear un logotipo del Movimiento y elaborar condiciones y normas que regirían su utilización, tal como se recomienda en el párrafo 7 de la parte dispositiva.

Como se indica más adelante en el presente informe, también se realizaron actividades para dar curso a los demás párrafos de la parte dispositiva de la resolución sobre la marca distintiva de 2013, por ejemplo, el párrafo 2 “Fomento de la comprensión y del sentido del compromiso comunes respecto de asuntos transnacionales y de posicionamiento”, el párrafo 4 “Gestión de la reputación en crisis transnacionales” y el párrafo 6 “Fortalecimiento de la capacidad de posicionamiento de la marca distintiva de los componentes del Movimiento”.

La Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento también complementa los objetivos definidos y perseguidos en el seguimiento dado a la resolución 4 “Fortalecimiento de la coordinación y cooperación Movimiento” (CD/13/R4), aprobada por el Consejo de Delegados en 2013. En el marco de este proceso, se propone un plan de acción específico al Consejo de Delegados en 2015 para su adopción. La finalidad del plan es, en particular, reforzar la coordinación y cooperación en materia de comunicación y movilización de recursos en las operaciones de gran escala.

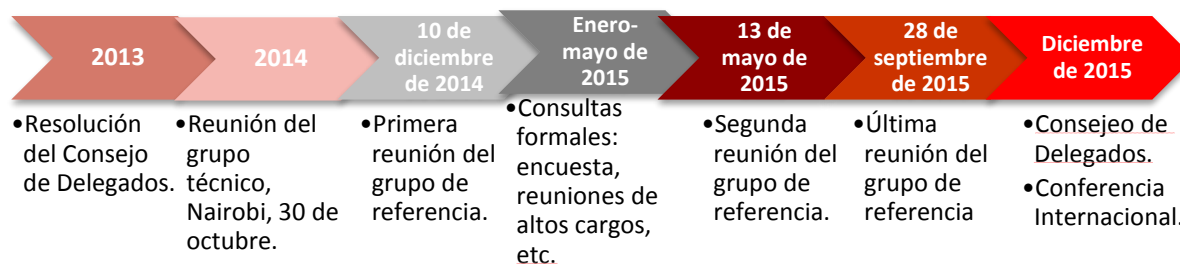
La decisión de garantizar una comunicación coordinada y coherente mediante el proceso de fortalecimiento de la coordinación y cooperación en el Movimiento pone, además, de relieve lo importante que es adoptar un enfoque para todo el Movimiento en materia de comunicación y promoción de la misión y la labor del Movimiento y de sus componentes en contextos de alcance mundial.

2) De la Iniciativa internacional para el posicionamiento de la marca distintiva a la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento: proceso iniciado tras la resolución sobre la marca distintiva, aprobada en 2013, y elementos de referencia de la resolución sobre el logotipo del Movimiento que se presentará para su aprobación

Tras la aprobación unánime de la resolución sobre la marca distintiva por el Consejo de Delegados en 2013, el CICR y la Federación Internacional pusieron en marcha una serie de consultas a fin de avanzar en el cumplimiento de las tareas encomendadas en ella. Tal como se refleja en la citada resolución, la importancia dada a la identidad colectiva del Movimiento y la posibilidad de crear un logotipo del Movimiento llevaron a cambiar el título de la Iniciativa, que pasó a llamarse “Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento”.

Las amplias consultas realizadas en todo el Movimiento siguieron dos cauces principales para avanzar hacia el logro de los objetivos de la iniciativa: por un lado, el del grupo de referencia de las Sociedades Nacionales para la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento (grupo de referencia) y, por el otro, el de una serie de grupos técnicos *ad hoc* de las Sociedades Nacionales. Se organizaron asimismo debates sobre la marca distintiva en reuniones de altos cargos y una exhaustiva encuesta entre los dirigentes de las Sociedades Nacionales en relación con el logotipo del Movimiento. Asimismo, se incorporaron temas sobre la marca distintiva y cuestiones afines, tales como la gestión de riesgos relativos a la reputación y la gestión de la marca distintiva, en actividades de comunicación del Movimiento a nivel regional y mundial para dar a conocer mejor la marca distintiva y fortalecer las competencias en ese ámbito.

A continuación figura el calendario de las consultas llevadas a cabo en el marco de la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento:



Grupo de referencia para la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento

El grupo de referencia, integrado por dirigentes de las Sociedades Nacionales a nivel de secretario general y representantes del CICR y de la Federación Internacional, se constituyó en 2014 y su labor se basó en los progresos y resultados obtenidos por el anterior grupo de referencia sobre la marca distintiva², establecido antes del Consejo de Delegados de 2013. Los objetivos del nuevo grupo de referencia fueron los siguientes:

1. formular recomendaciones y asesorar acerca de los asuntos relacionados con un eventual logotipo del Movimiento y las condiciones y normas sobre el uso de dicho logotipo;
2. examinar los progresos realizados en el fortalecimiento de la identidad del Movimiento y definir de forma más pormenorizada esa identidad;
3. esclarecer las normas sobre el uso de los logotipos existentes en actividades de comunicación, comercialización y colecta de fondos, y resolver las cuestiones pendientes en relación con el documento de orientación mencionado en la resolución sobre la marca distintiva de 2013;
4. determinar cauces para apoyar y reforzar una “cultura de posicionamiento de la marca distintiva” en el Movimiento.

Veinte Sociedades Nacionales, en total, participaron en una o en las dos reuniones que celebró el grupo de referencia el 10 de diciembre de 2014 y el 13 de mayo de 2015. La última reunión del grupo fue el 28 de septiembre de 2015.

Consultas técnicas

Las consultas técnicas realizadas en el marco de la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento permitieron a expertos jurídicos y especialistas en comunicación y colecta de fondos de las Sociedades Nacionales, del CICR y de la Federación Internacional seguir examinando y documentando las cuestiones relacionadas con la marca distintiva planteadas en la resolución de 2013 sobre la marca distintiva y formular recomendaciones que el grupo de referencia había de llevar adelante. En concreto, la finalidad de las consultas era alcanzar un acuerdo sobre:

² La resolución sobre el posicionamiento de la marca distintiva, aprobada por el Consejo de Delegados en 2013, es el resultado de una iniciativa previa que duró varios años –denominada Iniciativa internacional para el posicionamiento de la marca distintiva– y cuyo propósito era ayudar a los componentes del Movimiento a gestionar sus marcas de forma más idónea, en el plano tanto nacional como internacional, con fines de promoción, comunicación y colecta de fondos. La Iniciativa internacional para el posicionamiento de la marca distintiva se llevó a cabo bajo la supervisión de un grupo de referencia, compuesto por altos cargos de las Sociedades Nacionales y dirigido por el CICR y la Federación Internacional, junto con la Cruz Roja Británica y la Cruz Roja de Kenia. Sus trabajos abarcaron diferentes vertientes con miras a elaborar orientaciones sobre las dificultades específicas que se planteaban al Movimiento y sus componentes en el ámbito de la marca distintiva. Las consultas realizadas como parte de las diferentes vertientes de trabajo dieron lugar a la publicación de la Guía práctica sobre la marca distintiva, a la que se hizo referencia en la resolución sobre la marca distintiva aprobada por el Consejo de Delegados en 2013.

1. Las cuestiones pendientes relativas a la interpretación de determinadas normas del *Reglamento de 1991 sobre el uso del emblema de la cruz roja o de la media luna roja por las Sociedades Nacionales* (Reglamento sobre el uso del emblema), en particular:
 - la noción de “uso decorativo del emblema” y la definición de “grafismo más flexible”, y
 - el uso de logotipos y/o emblemas en los envoltorios y productos puestos en venta o distribuidos por asociados comerciales.
2. La posibilidad de crear un logotipo del Movimiento a fin de mejorar el posicionamiento, la visibilidad y las oportunidades de colecta de fondos para el Movimiento y sus componentes, y elaborar normas y condiciones para la futura utilización del logotipo del Movimiento.

Las consultas técnicas consistieron en sesiones con responsables de la colecta de fondos de las Sociedades Nacionales, del CICR y de la Federación Internacional, así como en una serie de reuniones regionales y mundiales organizadas por asesores jurídicos de las Sociedades Nacionales, incluidas dos sesiones de información en el marco de las reuniones anuales de los asesores jurídicos de las Sociedades Nacionales en 2014 y 2015.

Los resultados y las recomendaciones dimanantes de las consultas a nivel técnico en el marco de la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento se presentaron al grupo de referencia.

Encuesta entre las Sociedades Nacionales sobre un eventual logotipo del Movimiento

Con el apoyo de un consultor externo, el CICR y la Federación Internacional realizaron una encuesta a los secretarios generales y presidentes de las Sociedades Nacionales a fin de saber qué apoyo estaban dispuestos a prestar a la creación de un logotipo del Movimiento y recopilar ideas y opiniones sobre las modalidades y condiciones de uso propuestas para dicho logotipo.

La encuesta se hizo en cinco idiomas (árabe, español, francés, inglés y ruso), en línea y fuera de línea durante un mes (27 de marzo-28 de abril de 2015). En total, 86 Sociedades Nacionales respondieron a la encuesta, lo que representa el 46% de todas las Sociedades Nacionales reconocidas actualmente (189) en el Movimiento. La estrategia de muestreo establecida para la encuesta tenía por objeto alcanzar una tasa de respuestas del 30% (56) de las Sociedades Nacionales de todas las regiones geográficas, a fin de garantizar un grado suficiente de representatividad; esta tasa fue superior en todas las regiones.

Los resultados de la encuesta se presentaron al grupo de referencia en su reunión de mayo de 2015 y las Sociedades Nacionales pueden consultarlos en el sitio web del Consejo de Delegados de 2015.

Consultas en las reuniones de altos cargos de Sociedades Nacionales

Las consultas realizadas en el Movimiento también abarcaron debates y/o presentaciones en las reuniones regionales a nivel de dirigentes celebradas en 2014 y 2015 (en Tbilisi, Budapest, Madrid, Beijing, Qatar, Kuala Lumpur, Dakar y Nairobi) y en cursos de introducción sobre el Movimiento destinados a los dirigentes de las Sociedades Nacionales.

Eventos regionales y mundiales

A lo largo de la Iniciativa, los temas relacionados con la marca distintiva, como la gestión del riesgo relativo a la reputación, el análisis del entorno y la gestión de la marca distintiva, también se incorporaron en eventos mundiales y regionales para reforzar la capacidad y los conocimientos especializados en materia de marca distintiva, y sensibilizar sobre la gestión de la marca, así como sobre su importancia y consecuencias para el Movimiento en su conjunto y sus componentes. Por ejemplo, el posicionamiento de la marca distintiva fue un tema primordial en las sesiones plenarias y los talleres del Foro Mundial de Comunicación del

Movimiento, que tuvo lugar en Nairobi (Kenia) en octubre de 2014. Asistieron al Foro cerca de 140 expertos en comunicación, comercialización, relaciones con los medios de comunicación, relaciones públicas y colecta de fondos del CICR, de la Federación Internacional y de 64 Sociedades Nacionales. Los debates sobre la marca distintiva dieron lugar a un debate más amplio sobre la manera de mejorar el posicionamiento de las marcas del Movimiento, destacar la importancia de la gestión de la marca distintiva en el Movimiento y promover la Guía práctica sobre la marca distintiva, y más concretamente el documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos".

3) Análisis y progresos

A. Análisis y progresos respecto a la resolución sobre la marca distintiva

En la presente sección, se proporciona información actualizada sobre el análisis y los progresos relativos a los párrafos de la parte dispositiva de la resolución sobre la marca distintiva, aprobada en 2013. No se propondrán nuevos párrafos al Consejo de Delegados en 2015, con la excepción de un seguimiento del párrafo 7 de la parte dispositiva "Fomento de una identidad del Movimiento", que está relacionado con el logotipo del Movimiento, como se describe a continuación.

Párrafo 5 de la parte dispositiva:

"Uso del emblema y [los logotipos] en contextos comerciales, de movilización de recursos y en iniciativas comerciales"

5. *acoge con satisfacción la elaboración del documento de orientación sobre los emblemas y logotipos de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos, y el compromiso de los componentes del Movimiento de aclarar las cuestiones pendientes (a saber, el "uso decorativo" de los emblemas, la utilización del logotipo de un componente en el envoltorio y lo que se entiende por envoltorio), reconociendo, sin embargo, que la orientación ofrecida en el documento no tiene el propósito de sustituir, sino de respaldar, al marco normativo actual".*

En el marco de las consultas técnicas antes mencionadas, se completaron las aclaraciones acerca de las cuestiones pendientes en relación con la interpretación de determinadas normas del Reglamento sobre el uso del emblema de 1991. Las aclaraciones sobre el concepto de "uso decorativo del emblema" deben ofrecer a las Sociedades Nacionales la posibilidad de utilizar un grafismo más flexible en las iniciativas y los materiales destinados a la promoción de su propia labor o la del Movimiento.

Del mismo modo, a través de las consultas técnicas, el grupo de referencia formuló en diciembre de 2014 una definición de envoltorio y propuso unas pautas para insertar logotipos existentes en el envoltorio de asociados con el fin de ofrecer mayores oportunidades de colecta de fondos a las Sociedades Nacionales. En concreto, la definición de envoltorio abarca lo siguiente: "Los soportes de embalaje se añaden a un producto. No son elementos integrales (por ejemplo, una botella que contiene champú). Se desechan tras haber accedido al producto."

En su reunión de diciembre de 2014, el grupo de referencia dio su apoyo a las dos aclaraciones antes mencionadas, conforme a un entendimiento común de que, en virtud de la letra y el espíritu del Reglamento de 1991, todo uso del emblema o de cualquiera de los logotipos existentes por los componentes del Movimiento está sujeto a la condición de que no debe y no deberá comprometer la función protectora del emblema ni empañar el prestigio o el respeto del emblema.

Estas aclaraciones se han consignado en la Guía práctica sobre la marca distintiva³, específicamente en el documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos". Se incluyó también en la Guía práctica una orientación adicional sobre el uso del emblema o del logotipo de las Sociedades Nacionales en edificios, instalaciones y equipos.

El documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos" se dará a conocer a las Sociedades Nacionales, las delegaciones del CICR y las oficinas regionales y de país de la Federación Internacional. De esta manera, se velará por que el uso del emblema y de los logotipos individuales de los componentes del Movimiento sea en todo momento congruente y guarde consonancia con las normas y políticas acordadas en el Movimiento, y proporcione una mayor uniformidad de las prácticas en materia de marca distintiva y el posicionamiento en todo el Movimiento.

Párrafo 2 de la parte dispositiva:

"Fomento de la comprensión y del sentido del compromiso comunes respecto de asuntos transnacionales y de posicionamiento"

2. *aprueba* la siguiente declaración de posición del Movimiento destinada a sentar un enfoque uniforme de este sobre la comunicación colectiva a nivel transnacional, la diferenciación entre componentes y la promoción de las respectivas marcas distintivas, e *invita* a todos los componentes del Movimiento a emplear esta declaración, según proceda, para orientar sus comunicaciones externas y describir al Movimiento de manera congruente:

"Los miembros del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja,

constituimos una red humanitaria mundial que brinda ayuda a las personas a fin de que estén preparadas para hacer frente a las crisis, superarlas y recuperarse a raíz de ellas.

Independientemente de la índole de la catástrofe natural o causada por actividades humanas, conflictos armados o problemas de salud y de carácter social, los voluntarios y el personal de las organizaciones de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja están allí para prestar ayuda, sin establecer discriminación negativa.

Guiados por nuestros Principios Fundamentales, movilizamos el poder de la humanidad para salvar vidas y aliviar el sufrimiento".

Desde el Consejo de Delegados en 2013, se han producido varias crisis de gran escala y de alcance mundial, en las que los componentes del Movimiento colaboraron y coordinaron los esfuerzos de comunicación a nivel transnacional y las actividades de sensibilización con las partes interesadas externas, mediante soportes de comunicación conjunta, plataformas y mensajes. Por ejemplo, los componentes del Movimiento desarrollaron una plataforma

³ La Guía práctica sobre la marca distintiva contiene orientaciones sobre: desarrollo de la marca distintiva; uso de los emblemas y logotipos en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos; el posicionamiento de la marca distintiva en el mundo digital y los medios de comunicación social; gestión de las relaciones con los medios de comunicación durante una crisis de reputación; directrices nacionales para la gestión de crisis y proyecto de pautas de respuesta a las preguntas; plantillas y logotipos y documentos para la gestión del uso indebido del emblema; y el posicionamiento de la marca distintiva para el público joven. Para más información en relación con el tema de la marca distintiva y la Guía práctica sobre la marca distintiva: <https://fednet.ifrc.org/branding> (en inglés).

conjunta destinada al público (www.redforsyria.org) que coordina actividades de promoción y mensajes coherentes y periódicos a fin de llevar a cabo la diplomacia humanitaria, movilizar recursos y posicionar al Movimiento para servir mejor a las personas afectadas por la crisis siria. Asimismo, tras el brote de ébola en África Occidental, se coordinaron comunicaciones conjuntas con marcos operativos y esfuerzos de movilización de recursos tras definir claramente las funciones y responsabilidades de cada componente del Movimiento. Es importante destacar que las experiencias adquiridas y las lecciones aprendidas contribuirán a mejorar la labor de comunicación. Se dan más ejemplos y detalles de la colaboración y coordinación de los esfuerzos de comunicación en el informe sobre los progresos alcanzados en el fortalecimiento de la coordinación y la cooperación en el Movimiento, que se presentará al Consejo de Delegados de 2015.

Párrafo 4 de la parte dispositiva:

“Gestión de la reputación en crisis transnacionales

4. *acoge con satisfacción* la elaboración de orientaciones y recomendaciones por lo que respecta a la reacción ante crisis relativas a la reputación y alienta a todos los componentes a que las utilicen y las apliquen para prevenir los efectos adversos transnacionales que podrían conllevar esas crisis para el Movimiento en su conjunto y para sus actividades”.

Párrafo 6 de la parte dispositiva:

“Fortalecimiento de la capacidad de posicionamiento de la marca distintiva de los componentes del Movimiento

- 6a. *insta* a los componentes del Movimiento a que fortalezcan su capacidad en lo que se refiere al posicionamiento de la marca distintiva utilizando las herramientas de desarrollo de marcas distintivas incluidas en el conjunto de herramientas de la iniciativa y mediante asociaciones facilitadas por la Federación Internacional y otras con Sociedades Nacionales que cuenten con experiencia en el posicionamiento de la marca distintiva;
- 6b. *acoge con satisfacción* el desarrollo de plantillas de diseño que pueden ser empleadas por las Sociedades Nacionales que consideren revisar o modernizar su identidad visual y *alienta* a las Sociedades Nacionales a hacer uso de esas plantillas;
- 6c. *insta* a las Sociedades Nacionales a que actúen en todas las circunstancias en plena conformidad con el marco normativo aprobado por el Consejo de Delegados, sobre el uso del emblema y del logotipo de una Sociedad Nacional, incluido el Reglamento sobre el uso del emblema aprobado en 1991, en particular por lo que atañe a las asociaciones e iniciativas comerciales;

Como ya se señaló, el posicionamiento de la marca distintiva fue un tema central del Foro Mundial de Comunicación de 2014, celebrado en Kenia, con una sesión plenaria y cuatro talleres sobre temas relacionados con la marca distintiva, en particular la gestión de la marca distintiva (entre ellos un taller de nivel avanzado) y el análisis de contexto. Durante el Foro, el CICR, la Federación Internacional y varias Sociedades Nacionales intercambiaron sus experiencias y competencias en la materia a fin de sensibilizar a los participantes acerca de la importancia de gestionar las marcas distintivas y la visibilidad en un entorno competitivo. En las reuniones también se promovió la Guía práctica sobre la marca distintiva y el documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos", y se alentó a todos

los componentes del Movimiento a utilizar estas herramientas para evitar los efectos negativos a nivel transnacional que las crisis podrían tener en el Movimiento y sus actividades.

En el informe de evaluación del Foro, también se indica que los participantes mostraron gran interés en la marca distintiva y subrayaron la necesidad de seguir mejorando la comprensión de la marca y armonizando las actividades del Movimiento en este ámbito, tanto individual como colectivamente⁴. Los participantes en el Foro redactaron, además, el documento "Declaración y Compromisos", en el que señalan a la atención de los dirigentes del Movimiento la necesidad de invertir en comunicación y colecta de fondos, y en nuestras marcas distintivas, para continuar siendo pertinentes en el cambiante entorno actual⁵.

Párrafo 7 de la parte dispositiva:

“Fomento de una identidad del Movimiento

7. *reconoce* el interés de los componentes del Movimiento en que se examine de forma más detenida la posibilidad de un logotipo del Movimiento, y *recomienda* que el CICR y la Federación Internacional inicien un proceso inclusivo con el fin de elaborar de manera más pormenorizada las condiciones y reglas que regirían el uso de un logotipo de esa índole, considerándose todas las posiciones y opiniones formuladas por los componentes del Movimiento y, a la luz de los resultados de esas deliberaciones, emprendan un proceso de consulta con los Estados.”

Como se menciona en la sección 2, se estableció un proceso integral para evaluar y analizar los intereses, riesgos y oportunidades de la adopción de un logotipo del Movimiento, y formular las condiciones y normas sobre el uso de ese logotipo. Las reflexiones y recomendaciones del grupo de referencia desempeñaron un papel primordial en estas consultas, al igual que lo hicieron los resultados de una encuesta realizada en todo el Movimiento, que examinó el interés de los componentes del Movimiento en un logotipo de esa índole, y la información sobre el proyecto de condiciones y normas y elementos de diseño.

i. Resultados de la encuesta relativa a un logotipo del Movimiento⁶

El CICR y la Federación Internacional solicitaron a todas las Sociedades Nacionales que expresaran su opinión mediante una encuesta, tal como se menciona en la sección 2.

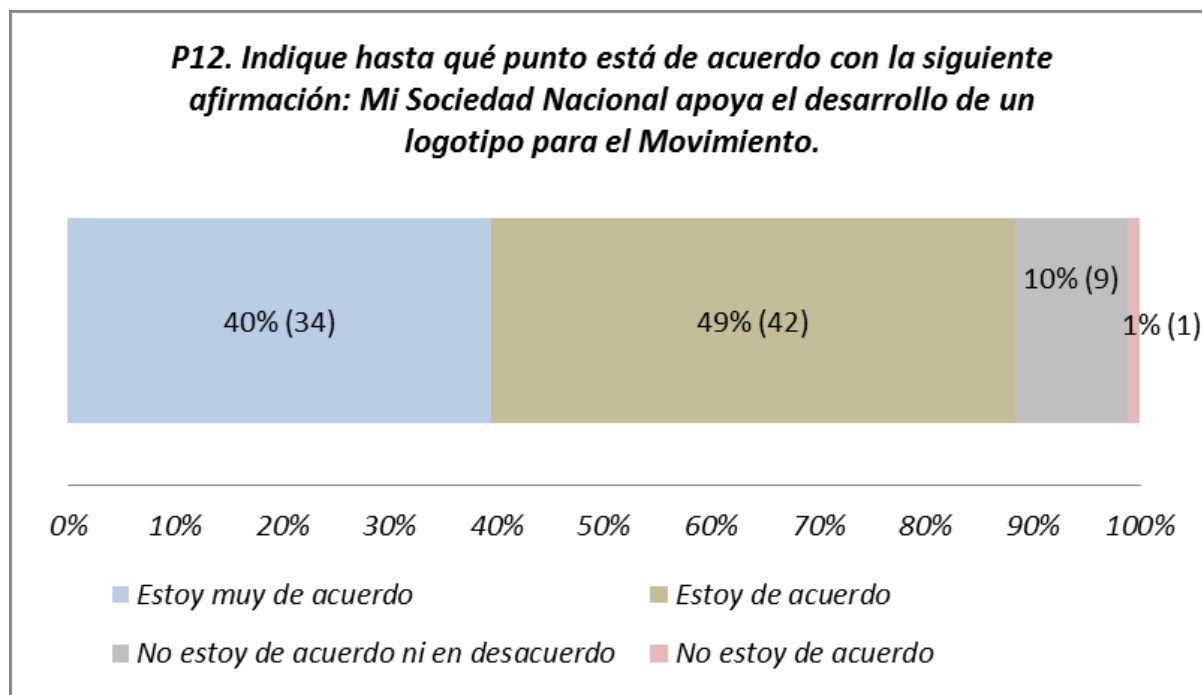
De las 86 Sociedades Nacionales que respondieron a la encuesta sobre el logotipo del Movimiento, la mayoría (89%, 76 Sociedades Nacionales) de los encuestados está a favor o muy a favor de que su Sociedad Nacional apoye la creación de un logotipo del Movimiento; el 10% (9 Sociedades Nacionales) no está de acuerdo ni en desacuerdo con la idea y el 1% (1

⁴ El formulario de evaluación del Foro Mundial de Comunicación incluía una pregunta a los participantes sobre la marca distintiva y la cuestión de saber si este Foro permitía al Movimiento aportar soluciones a los problemas que plantean nuestras marcas respectivas de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. A esta pregunta, el 74% de los encuestados respondió "Sí", el 22% "Tal vez", el 3% no tenía opinión y el 1% respondió "No". Para consultar el informe de evaluación completo: <https://fednet.ifrc.org/gcf2014> (en inglés).

⁵ El documento "Declaración y compromisos" elaborado en el marco del Foro Mundial de Comunicación de 2014 puso de relieve la necesidad de: reforzar la reputación del Movimiento, construir la confianza y fomentar una mejor comprensión del Movimiento; promover una imagen positiva y ampliar activamente las actividades de comunicación y recaudación de fondos para responder a los crecientes desafíos, al tiempo que promovemos y mantenemos el respeto de los emblemas de la cruz roja y la media luna roja; aprovechar el poder de la red colectiva del Movimiento mediante la coordinación de campañas mundiales en contextos prioritarios y sobre temas particulares e iniciativas que refuercen el posicionamiento, el alcance y el impacto de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. Para consultar el documento completo: <https://fednet.ifrc.org/gcf2014>.

⁶ El informe de resultados: Iniciativa del Movimiento sobre el posicionamiento de la marca distintiva – Encuesta a las Sociedades Nacionales acerca de un posible logotipo del Movimiento puede consultarse en: <http://rcrcconference.org/council-of-delegates/documents/>.

Sociedad Nacional) está en desacuerdo con la creación de un logotipo del Movimiento, como se refleja en el gráfico que figura más abajo.



En la encuesta se hicieron también preguntas sobre los usos de un logotipo del Movimiento y se propusieron modalidades y condiciones para su utilización. El logotipo del Movimiento se podría utilizar en las situaciones y con los fines que se describen a continuación, los que fueron respaldados por la mayoría de las Sociedades Nacionales que respondieron a la encuesta:

- Representación, en eventos mundiales y reuniones estatutarias;
- Comunicación, como la revista Cruz Roja Media Luna Roja, declaraciones conjuntas, plataformas digitales y en otros soportes relativos a contextos y temas de alcance o interés mundial;
- Promoción del Movimiento y colecta de fondos para emergencias humanitarias;
- Promoción del Movimiento y colecta de fondos para un tema o una campaña general.

Los miembros del grupo de referencia comentaron la elevada tasa de respuestas que tuvo la encuesta, observando la buena representación geográfica de los encuestados y señalando que los resultados generales de la encuesta fueron muy positivos. Los miembros del grupo de referencia presentes en la reunión de mayo de 2015 acordaron que los resultados proporcionan una base sustantiva para someter un logotipo del Movimiento a la aprobación del Consejo de Delegados en 2015.

ii. Elaboración de las Condiciones y normas

El CICR y la Federación Internacional elaboraron de forma conjunta las *Condiciones y normas sobre el uso del logotipo del Movimiento (Condiciones y normas)*⁷, que describen los principios y normas sobre el uso y reproducción del logotipo, el proceso para la aprobación de su uso, la participación de las Sociedades Nacionales en iniciativas promocionales y de colecta de fondos mundiales y la gestión de los fondos recaudados utilizando el logotipo del Movimiento.

⁷ El documento *Condiciones y normas sobre el uso del logotipo del Movimiento* puede consultarse en <http://rcrcconference.org/council-of-delegates/documents> y figura como anexo de la resolución propuesta sobre la adopción del logotipo del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

Al redactar las Condiciones y normas, el CICR y la Federación Internacional trataron de incorporar los intereses y las preocupaciones de las Sociedades Nacionales y de los dos componentes internacionales, por ejemplo, velando por la primacía de los logotipos individuales de los componentes del Movimiento y por que el logotipo del Movimiento se utilice en casos excepcionales y de forma complementaria con los logotipos de los componentes del Movimiento, y se ajuste al Reglamento sobre el uso del emblema de 1991 y demás normas y políticas pertinentes acordadas en el Movimiento. Se consideraron y analizaron las oportunidades y los riesgos relacionados con el uso del logotipo del Movimiento en general y en colaboración con asociados externos.

La elaboración de las *Condiciones y normas* fue un largo y minucioso proceso y las consultas abarcaron todas las cuestiones mencionadas en la sección anterior. En el momento de redactar el presente informe, se había pedido la opinión de las Sociedades Nacionales sobre las *Condiciones y normas* en el marco de procesos formales de consulta organizados antes del Consejo de Delegados de 2015.

Los Principios Fundamentales

La Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento tiene por objeto optimizar la visibilidad, el posicionamiento y la colecta de fondos colectivos a nivel mundial en apoyo de la labor humanitaria del Movimiento y en beneficio de las personas a las que presta servicios. Por consiguiente, los Principios Fundamentales de humanidad y universalidad son pertinentes en el marco de esta iniciativa y sirven de orientación en sus actividades.

Por otra parte, mejorar la visibilidad con respecto a la labor que realiza el Movimiento, a las personas a las que presta servicios y a cómo presta esos servicios guiándose por todos los Principios Fundamentales permite en todo el mundo no solo comprender los Principios Fundamentales, sino también mostrar lo importante que son para inspirar y orientar su acción. Los Principios Fundamentales son el nexo del Movimiento, contribuyen a reforzar la confianza y su respeto consolida la reputación del Movimiento. Más particularmente, los Principios Fundamentales se mencionaron y destacaron en la declaración de posición del Movimiento ("...Guiados por nuestros Principios Fundamentales, movilizamos el poder de la humanidad para salvar vidas y aliviar el sufrimiento"), que fue adoptada mediante la aprobación de la resolución sobre la marca distintiva en 2013 (párrafo 2 de la parte dispositiva). En este párrafo, también se invitó a todos los componentes del Movimiento a emplear esta declaración, según procediera, para orientar sus comunicaciones.

Así pues, la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento pretende ofrecer un vínculo adecuado con las actividades y los resultados en torno al 50º aniversario de los Principios Fundamentales en el período previo y en el contexto del Consejo de Delegados y la XXXII Conferencia Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

B. Análisis y antecedentes para la aprobación de la resolución sobre el logotipo del Movimiento

Como otra medida de seguimiento de la resolución de 2013 sobre la marca distintiva, esta sección expone los antecedentes, el análisis y las conclusiones que dieron lugar al proyecto de resolución sobre la adopción de un logotipo del Movimiento que se presenta al Consejo de Delegados de 2015. La sección también proporciona información actualizada sobre las actividades emprendidas en el ámbito de la movilización de recursos en todo el Movimiento.

Logotipo del Movimiento

Las consultas realizadas en el marco de la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento mostraron que existe un interés común entre los componentes del Movimiento en la adopción de un logotipo del Movimiento, que representaría la marca

distintiva mundial del Movimiento, de conformidad con las condiciones y normas acordadas sobre su uso y las situaciones en que podría utilizarse. El grupo de referencia también observó que si no se creaba y no se utilizaba un logotipo del Movimiento para las situaciones de interés mundial y para todo el Movimiento, el Movimiento como colectivo podría desaprovechar oportunidades de comunicación, posicionamiento y financiación. Por consiguiente, se propone al Consejo de Delegados de 2015 que apruebe el logotipo del Movimiento junto con las *Condiciones y normas* que rigen su uso.

Un logotipo del Movimiento representaría al conjunto del Movimiento y le permitiría apoyar y proyectar una identidad de la marca distintiva más coherente y expresarse al unísono en las actividades de comunicación, promoción y posicionamiento que son de alcance mundial. Asimismo, permitiría a cada uno de los componentes del Movimiento, y al Movimiento en su conjunto, responder más rápidamente a las solicitudes de colecta de fondos a nivel mundial que requieren un logotipo para representar a todo el Movimiento. Por lo tanto, la adopción de un logotipo del Movimiento es un paso importante para establecer una identidad y una imagen de marca más coherentes a escala mundial.

A los efectos de asegurar que el logotipo del Movimiento no socava la capacidad de la marca, la imagen o la colecta de fondos de cualquier componente del Movimiento, en las *Condiciones y normas* propuestas, se dispone que el logotipo se utilizará de manera excepcional, a fin de aprovechar la imagen y la capacidad de colecta de fondos del Movimiento sin competir con las marcas existentes de los componentes del Movimiento ni la notoriedad de la Sociedad Nacional, así como sin que haya confusión con la identidad internacional y representativa de la Federación Internacional o el cometido independiente y operacional del CICR. Los elementos y el grafismo del logotipo del Movimiento propuesto se ciñen al Reglamento sobre el uso del emblema de 1991, en consonancia con el uso indicativo de los emblemas, y representan una entidad existente y reconocida del Movimiento.

Principios relativos a la movilización de recursos aplicables a todo el Movimiento

En el marco de las reuniones del grupo de referencia, las reuniones de los grupos técnicos y la encuesta sobre el logotipo del Movimiento, las consultas abordaron y analizaron cuestiones relacionadas con la movilización de recursos para las iniciativas mundiales en el contexto de la utilización del logotipo del Movimiento. Lo anterior también guarda consonancia con la resolución sobre la marca distintiva aprobada en 2013, que subrayó la importancia de emprender "un diálogo con respecto a un marco del Movimiento para la movilización de recursos". Los debates y análisis dieron lugar al establecimiento de una serie de principios de colecta de fondos en torno al uso del logotipo del Movimiento, que se plasman en las *Condiciones y normas*.

El grupo de referencia, el CICR y la Federación Internacional reconocieron que el establecimiento de los principios de colecta de fondos en torno al uso del logotipo del Movimiento constituye una base importante para orientar los esfuerzos colectivos de recaudación de fondos con el fin de optimizar el potencial de financiación del Movimiento y aumentar los recursos para todos, así como para reducir al mínimo cualquier riesgo de competencia interna. En particular, el grupo de referencia recomendó que el CICR y la Federación Internacional ampliaran el campo del diálogo sobre el uso del logotipo del Movimiento para iniciativas mundiales de promoción y colecta de fondos a fin de incluir los debates sobre la elaboración de principios relativos a la movilización de recursos aplicables a todo del Movimiento.

En los debates celebrados hasta la fecha, se ha observado el profundo deseo del Movimiento de abordar cómo, individual y colectivamente, podemos optimizar la capacidad de colecta de fondos, lo que permitirá al Movimiento atender las necesidades humanitarias que no cesan de aumentar debido a la magnitud, el número y la complejidad crecientes de las emergencias y los conflictos armados en todo el mundo. Se hizo hincapié en que no debemos "dejar dinero sobre la mesa" ni desaprovechar las oportunidades de colecta de fondos que contribuyen a

posicionar al Movimiento como receptor privilegiado de los donantes. Se puntualizó, además, que otras organizaciones humanitarias y de beneficencia saben muy bien que la incapacidad del Movimiento de unirse y tener una visión mundial y estratégica con respecto a la movilización de recursos redonda financieramente en beneficio de ellas y, en su opinión, si esto llegara a cambiar, el panorama humanitario podría ser muy distinto.

Como fue el caso de los principios específicos relativos a los fondos colectados utilizando el logotipo del Movimiento, los futuros principios relativos a la movilización de recursos aplicables a todo el Movimiento también tendrán por objeto orientar a los componentes del Movimiento para que trabajen juntos más eficazmente, aprovechando los puntos fuertes y las ventajas comparativas de cada uno ellos y respetando el papel y el cometido únicos de cada componente. En su interés colectivo, el Movimiento ha de ser considerado y percibido como un "Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja que habla al unísono", fundándose en valores comunes a fin de movilizar de forma individual y colectiva la mayor cantidad posible de fondos en beneficio de las personas y las comunidades a las que presta servicios. La finalidad de establecer estos principios es demostrar el liderazgo, aclarar cómo un sistema de movilización de recursos de todo el Movimiento podría funcionar en la práctica y velar por que la prioridad sea competir con otras organizaciones humanitarias y no entre componentes.

Por consiguiente, y según lo recomendado por el grupo de referencia, el CICR y la Federación Internacional elaboraron unos principios generales para la movilización de recursos aplicables a todo el Movimiento a fin de presentarlos al grupo de referencia en su reunión de septiembre. Se recomendó que en el transcurso de 2016 y 2017 la elaboración de estos principios se ampliara a un proceso participativo dentro del Movimiento.

En el proceso de fortalecimiento de la cooperación y la colaboración en el Movimiento, en el contexto de los debates de la vertiente de trabajo 4, se examinaron también los medios para reforzar la movilización de recursos del Movimiento, en particular, para las principales operaciones en situaciones de emergencia humanitaria. Se formularon propuestas específicas, como llamamientos "coordinados", "delegados" y/o "conjuntos", cuyo objetivo es nuevamente aprovechar la diversidad y complementariedad de los componentes del Movimiento, así como su capacidad para trabajar como un solo colectivo cada vez que es necesario.

Por consiguiente, en el seguimiento tanto de los debates en el contexto de la vertiente de trabajo 4 referente a la movilización de recursos como de la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento, se recomienda que se elaboren principios relativos a la movilización de recursos aplicables a todo el Movimiento.

4) Conclusión y recomendaciones (la forma de avanzar)

En conclusión, la Iniciativa sobre el posicionamiento de la marca distintiva del Movimiento ha permitido hacer importantes progresos respecto a los puntos de la resolución de 2013 sobre la marca distintiva, en el sentido de comprender mejor y abordar más adecuadamente los problemas que plantean las identidades y marcas de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja a nivel local e internacional. Sin embargo, hay que seguir avanzando y mejorando la posición, la visibilidad y la influencia del Movimiento y sus componentes como la principal red humanitaria mundial. A continuación, se formulan algunas recomendaciones específicas que habrán de ponerse en práctica en los próximos dos años y los años siguientes.

1. Seguir promoviendo, difundiendo y utilizando la Guía práctica sobre la marca distintiva, en particular el documento de orientación "Los emblemas y logotipos de la Cruz Roja y la Media Luna Roja en actividades de comunicación, mercadotecnia y obtención de fondos" para ayudar a gestionar los logotipos individuales de los componentes del Movimiento de manera coherente.

2. Proporcionar herramientas adicionales a las Sociedades Nacionales destinadas a fortalecer su experiencia y capacidad en el ámbito de la gestión de la marca distintiva y la colecta de fondos, según proceda;
3. Continuar posicionando al Movimiento como "una sola entidad" en las crisis mundiales y en cuestiones de alcance mundial, con o sin el uso de un logotipo del Movimiento, a fin de mejorar la visibilidad del Movimiento y aprovechar al máximo los fondos colectados en apoyo de su labor humanitaria y de las personas a las que presta servicios.
4. Seguir fortaleciendo la capacidad y las competencias de los componentes del Movimiento en la gestión de la marca distintiva.
5. Continuar afianzando la identidad del Movimiento y elaborando toda orientación para los componentes del Movimiento.

Si se aprueba la resolución sobre el logotipo del Movimiento, el logotipo se utilizará para representar la marca distintiva colectiva del Movimiento y mejorar el posicionamiento y la visibilidad del Movimiento como red humanitaria pertinente, esencial y unificada que está presente y es activa en todo el mundo. El logotipo del Movimiento también fortalecerá la capacidad del Movimiento y de sus componentes de comunicar, promover su labor y coleccionar fondos a nivel nacional e internacional en apoyo de la misión humanitaria del Movimiento para aliviar el sufrimiento humano, proteger la vida y la salud, y preservar la dignidad humana.

Si se adopta el logotipo del Movimiento, en los próximos dos años y los años posteriores se tomarán las medidas específicas siguientes:

1. El CICR y la Federación Internacional:
 - velarán por que los Estados estén debidamente informados sobre la adopción del logotipo del Movimiento;
 - apoyarán el establecimiento y funcionamiento del Comité de Aprobación y elaborarán todos los documentos de referencia y procedimientos necesarios para el uso del logotipo del Movimiento;
 - utilizarán el logotipo del Movimiento y promoverán su uso de conformidad con las *Condiciones y normas*, y
 - conducirán un proceso que permita elaborar principios relativos a la movilización de recursos aplicables al Movimiento, los cuales se presentarán para su aprobación al Consejo de Delegados en 2017.
2. Las Sociedades Nacionales:
 - utilizarán el logotipo del Movimiento y promoverán su uso de conformidad con las *Condiciones y normas*;
 - velarán por que las autoridades públicas competentes, las organizaciones de la sociedad civil y el público en general tengan una comprensión común de las protecciones jurídicas debidas al logotipo del Movimiento, que deben ser reconocidas y aplicadas a nivel nacional, y
 - participarán en el proceso destinado a elaborar los principios relativos a la movilización de recursos aplicables al conjunto del Movimiento, que culminará antes del Consejo de Delegados en 2017.