Manual de identidad corporativa

Uso de la marca, logotipo e identidad visual de la UICN: Para el personal de la UICN

Versión 1 – Mayo 2011

INDICE

1. Introducción
    a. Cómo obtener ayuda

2. Nuestra marca
    a. La marca de la UICN
    b. Nuestra proposición de valor
    c. Sobre la UICN

3. Nuestro logotipo y nombre
    a. Nuestro logotipo
    b. Nuestro nombre
    c. ¿Quiénes pueden utilizar el logotipo y cómo?
    d. Normas sobre el logotipo

4. Nuestra identidad visual
    a. ¿Por qué necesitamos directrices de identidad visual?
    b. Las directrices de identidad visual de la UICN
        i. Dos componentes
        ii. Una guía simple
    c. Las normas básicas
        i. Ubicación del logotipo, escala del logotipo, uso del logotipo y de nuestro nombre descriptivo
        ii. Colores, paleta de colores
        iii. Tipografía
        iv. Imágenes
    d. Cómo se integra todo
    e. Algunos ejemplos

5. La lista de control

1 Introducción

La marca de una organización es simplemente cómo la perciben los demás. La marca de la UICN se compone de muchas cosas tangibles e intangibles, construidas a lo largo de nuestros 60 años de historia. Incluye nuestra visión, misión y nombre; nuestra cultura, valores, diversidad y personalidad; lo que hacemos y por qué lo hacemos; nuestro Programa, los constituyentes y la gente; y lo que nos diferencia de otras organizaciones.

Una organización con identidad propia se ocupa permanentemente de cómo la perciben los demás, a efectos de cumplir a cabalidad su misión.

Una marca sólida y coherente ayuda a la UICN a:

- Sobresalir en un abarrotado entorno político, mediático y de donantes
- Aumentar nuestra visibilidad y eficacia en la comunicación con el mundo
- Crear conciencia e influir en los responsables de la toma de decisiones

- Consolidar una amplia base de apoyo, recaudar dinero y ejecutar el Programa
- Atraer a buenos profesionales

Nuestra marca va mucho más allá de un simple logotipo. Sin embargo, tanto el logotipo como la identidad visual son tan importantes como las palabras que empleamos para ayudar a comunicar nuestra marca a los demás de manera clara y coherente. Estos “elementos” visuales refuerzan de manera consciente y subconsciente la marca de la UICN en todos nuestros públicos.

Estas normas dictan una serie de directrices a seguir para asegurar que todos hablamos con una sola voz y proyectamos de forma clara y coherente la marca de la UICN.

1a Cómo obtener ayuda

¿Tiene alguna duda acerca del uso de nuestro logotipo, nombre o identidad visual?

- Póngase en contacto con su respectivo encargado de Comunicaciones
- Envíe un correo electrónico al servicio de ayuda a logo@iucn.org
- Para consultas de urgencia, llame al Grupo de Comunicaciones Mundiales al teléfono +41 22 999 0233

2 Nuestra marca

2a La marca de la UICN

Nuestra marca se ha consolidado a lo largo de seis décadas y puede condensarse en los siguientes elementos.

2b Nuestra proposición de valor

La forma en que utilizamos nuestra marca para persuadir y motivar a las personas a apoyarnos es nuestra proposición de valor:

- La UICN ofrece un conocimiento creíble y confiable
- La UICN estimula y genera acuerdos de colaboración para la acción
- La UICN tiene un alcance que va de lo mundial a lo local, y de lo local a lo mundial
- La UICN influencia las normas y las prácticas

Estas cuatro características de nuestra proposición de valor nos diferencian de otras organizaciones de conservación. Nuestra proposición de valor está plasmada en el Programa de la UICN y es preciso transmitirla en todas nuestras comunicaciones.

2c Sobre la UICN

¿Quiénes somos?

La UICN es la organización medioambiental más antigua y más grande del mundo, con más de 1000 miembros, gubernamentales y no gubernamentales, además de unos 11.000 expertos voluntarios en cerca de 160 países. Para su labor, la UICN cuenta con el apoyo de un personal compuesto por más de 1000 empleados, repartidos en 60 oficinas, y cientos de asociados de los sectores público, no gubernamental y privado de todo el mundo.

¿Qué hacemos?

La UICN contribuye a encontrar soluciones pragmáticas para los principales desafíos ambientales y de desarrollo que enfrenta el planeta. Apoyamos la investigación científica, gestionamos proyectos de campo en todo el mundo y reunimos a los gobiernos, las ONG, las Naciones Unidas y las empresas, con miras a desarrollar políticas, legislación y prácticas óptimas.

3 Nuestro logotipo y nombre

3a Nuestro logotipo

Nuestro logotipo es la parte más importante de nuestra identidad visual. Representa:

- nuestra **marca** y nuestra **proposición de valor**
- la **credibilidad, confianza** y **buena voluntad** que hemos consolidado durante seis décadas de trabajo

El logotipo es un diseño simple y elocuente que simboliza nuestro planeta, nuestra Unión y la esperanza para el futuro.

Un logotipo debe ser empleado de manera coherente para construir y apoyar de forma continuada la identidad de la marca.

Las normas sobre quién puede utilizar nuestro logotipo y cómo debe utilizarse suelen ser congruentes con o estar estipuladas en los Estatutos, Reglamento y Resoluciones de la UICN.

El derecho a utilizar el logotipo solo se aplica a:

- Miembros del Consejo
- Miembros de la UICN
- Comités Nacionales y Regionales
- Presidentes de las Comisiones
- Personal de la Secretaría de la UICN

3b Nuestro nombre

Nuestro nombre

Nuestro nombre para el uso general es “UICN” y, con sujeción a las siguientes disposiciones, debe emplearse en todos los materiales de comunicación.

Descripción de nuestro nombre

Para explicar las siglas, se puede hacer referencia a cualquiera de los siguientes nombres completos:

- UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) –para títulos o en el texto
- UICN, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza –en el texto

Por lo general, solo es necesario consignar el nombre completo una vez en la primera mención en un texto o documento, o en una sección o capítulo de un documento más extenso. De ahí en adelante se puede emplear “UICN”. La misma norma se aplica a los documentos o textos en inglés, francés, español y otros idiomas.

Nuestro nombre oficial

Nuestro nombre oficial completo, tal como está registrado en Suiza, es *UICN, Union internationale pour la conservation de la nature et de ses ressources* (*UICN, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales*). Se debe utilizar en el original en francés o en su traducción en español, en todos los documentos de carácter jurídico o que pueden tener implicaciones legales. No se utiliza en comunicaciones externas o internas de carácter general.

¡No utilice!

- Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (sin utilizar también “UICN”)
- UICN – Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (unido con un guión)
- Unión Mundial para la Naturaleza
- UICN – Unión Mundial para la Naturaleza

Traducción del nombre de la UICN a idiomas no oficiales de la UICN

El nombre de la UICN se presenta en los tres idiomas oficiales –inglés, francés y español. En los casos en que se requiere nuestro nombre en un idioma diferente, debe contactarse al Grupo de Comunicaciones Mundiales (logo@iucn.org) para obtener información acerca de otras traducciones oficiales disponibles.

Si no hay una traducción oficialmente autorizada en el idioma requerido, agradeceremos sus sugerencias junto con una explicación clara para sustentar la elección de las palabras. Tras la aprobación por escrito del Grupo de Comunicaciones Mundiales, podrá emplearse la traducción propuesta del nombre de la UICN. Todas las traducciones actualmente aprobadas se pueden encontrar en la Knowledge Network.

3c ¿Quiénes pueden utilizar el logotipo y cómo?

El logotipo de la UICN puede utilizarse de dos maneras: en representación de la UICN y para reflejar su asociación con la UICN. Para todos los usos debe utilizarse el archivo correcto del logotipo y observar las normas sobre el logotipo.

En representación de la UICN

Sólo el Director General o funcionarios actuales de la Secretaría están autorizados para representar a la UICN utilizando el logotipo de la UICN. Esto rige para todo tipo de material impreso y digital. Deben seguirse todas las normas relacionadas con el logotipo y la identidad visual de la UICN.

Las Comisiones de la UICN pueden representarse utilizando el logotipo de la UICN junto con el logotipo de la Comisión. Para obtener información adicional, consulte el documento titulado *Normas sobre el logotipo y la identidad visual para las Comisiones de la UICN* que está a disposición en la Knowledge Network.

Para mostrar su asociación con la UICN

Los Miembros de la UICN, Comités Nacionales y Regionales, Consejeros y asociados, pueden mostrar su asociación con la UICN utilizando una extensión oficial del logotipo de la UICN. Se debe utilizar la extensión oficial del logotipo de la UICN y seguir las normas sobre el logotipo de la UICN descritas en la sección 3d.

Miembros
Las organizaciones Miembro (al corriente en sus obligaciones) de la UICN. Pueden utilizar el logotipo de esta forma en todos los materiales. No están autorizados a hacer declaraciones sobre políticas a nombre de la UICN.

Comités Nacionales
Los miembros de un Comité Nacional de Miembros de la UICN (así reconocido por el Consejo de la UICN). Pueden utilizar el logotipo de esta forma en todos los materiales. No están autorizados a hacer declaraciones sobre políticas a nombre de la UICN.

Comités regionales o subregionales
Los miembros de un Comité regional o subregional de Miembros de la UICN (reconocido por el Consejo de la UICN). Pueden utilizar el logotipo de esta forma en todos los materiales. No están autorizados a hacer declaraciones sobre políticas a nombre de la UICN.

Miembros del Consejo
Los miembros del Consejo actual de la UICN. Pueden utilizar el logotipo de esta forma en todos los materiales. No están autorizados a hacer declaraciones sobre políticas a nombre de la UICN.

Asociados
Las organizaciones asociadas con contrato firmado de asociación, acuerdo con donante o MOU con la Secretaría de la UICN, o si usted está trabajando con la UICN en una publicación, programa o proyecto. Puede utilizar el logotipo de la UICN o el logotipo de asociado de la forma indicada en todos los materiales. Debe obtenerse la aprobación de la Secretaría de la UICN antes de la publicación. Contactar a: logo@iucn.org.

3d Normas sobre el logotipo

Las siguientes normas se han establecido para el uso del logotipo de la UICN para maximizar su impacto y garantizar su correcta utilización.

Tamaño y resolución

Para los diferentes productos (folletos, membretes, tarjetas de presentación, PowerPoint) se han seleccionado tamaños estándar de logotipo. Estos se pueden encontrar en las plantillas disponibles en la Knowledge Network. En las aplicaciones impresas no debe utilizarse un logotipo con una altura inferior a 7 mm.

La resolución para el logotipo dependerá de la aplicación (web, publicaciones impresas, documentos Word). En la Knowledge Network se puede encontrar el logotipo en diferentes resoluciones.

Colores

Esta es la versión preferida del logotipo de la UICN, por lo que es la que debe emplearse en la medida de lo posible.

El logotipo se compone de cuatro colores: tres tonos de azul y negro. Solo está disponible como un archivo digital completo. No hay referencia Pantone para el logotipo de la UICN por cuanto los azules se mezclan para dar el efecto final.

En los casos en que no resulte posible emplear el logotipo a colores, se puede utilizar un logotipo a un solo color (blanco y negro). Se debe utilizar el archivo digital completo del logotipo.

Sobre fondos oscuros, debe emplearse el logotipo en blanco de la UICN. Se debe utilizar el archivo completo del logotipo en blanco. Cabe mencionar que en la versión del logotipo en blanco no hay sombra (es sólido).

Control del fondo

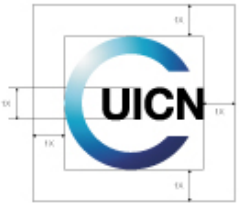
El blanco es el fondo preferido para el logotipo de la UICN.

El logotipo puede ser colocado sobre un fondo claro liso, siempre que no compita con el logotipo.

El logotipo en blanco se puede utilizar directamente sobre un fondo oscuro, siempre que no compita con el logotipo. El logotipo de la UICN debe siempre resultar muy visible.

Los fondos no deben competir con el logotipo de la UICN, que siempre debe resultar claramente visible. Para fondos con diseños o estampados, el logotipo a colores de la UICN debe ser colocado en un cuadro blanco o claro, manteniendo el área protegida (véase más abajo).

Área protegida



El logotipo de la UICN necesita un área protegida para mantener su fuerte impacto visual.

Independientemente del tamaño del logotipo empleado, la medida del área protegida es igual a la altura de la letra “N”. De ser posible, debe dejarse más espacio.

El área protegida debe mantenerse tanto cuando se utiliza únicamente el logotipo de la UICN como cuando se utiliza junto con otros logotipos.

Ubicación del logotipo

Cuando se emplea el logotipo de la UICN con otros logotipos, siempre se debe colocar en el extremo izquierdo de una fila de logotipos. No se debe permitir que otros logotipos invadan el área protegida.

Lenguas

Hay dos versiones del logotipo para cubrir nuestras necesidades lingüísticas. Estas no deben aparecer juntas en el mismo documento.

para inglés

para español o francés

Para todas las otras lenguas se debe utilizar el logotipo de la UICN que resulte más adecuado.

Uso incorrecto del logotipo

• No cambiar los colores del logotipo	
• No separar los dos elementos del logotipo de la UICN: la “C” y las letras	
• No reproducir la “C” del logotipo en un color sólido, o rellenarla con una imagen o diseño	
• No cambiar el grosor o las dimensiones de la “C”	
• No cambiar la tipografía o el tamaño de las letras	
• No usar los dos elementos del logotipo en otros logotipos o gráficos que figuran cerca del logotipo de la UICN	
• No permitir que otros logotipos opaquen el logotipo de la UICN; los tamaños deben ser iguales.	
• No utilizar versiones anteriores del nombre o logotipo de la UICN	

• No utilizar el logotipo de la UICN junto con nuestro nombre completo	

4 Nuestra identidad visual

4a ¿Por qué necesitamos directrices de identidad visual?

Estas directrices de identidad visual establecen las normas básicas a seguir en la producción de materiales de la UICN para asegurar la proyección adecuada de nuestra marca.

Nuestra identidad visual:

- proporciona un “aspecto” distintivo que refleja nuestra marca y proposición de valor
- nos diferencia para demostrar que somos únicos
- aumenta el reconocimiento entre nuestros públicos objetivo
- proporciona coherencia en nuestras comunicaciones

4b Las directrices de identidad visual de la UICN

Las normas gráficas que deben considerarse en la producción de materiales de la UICN constan de dos componentes. Uno se refiere al logotipo de la UICN (véase la sección 3d) y el otro a la identidad visual de la UICN. Ambos deben tenerse en cuenta para asegurar la fácil identificación de la marca de la UICN.

Dos componentes

1. Normas sobre el logotipo
   - Para todas las personas que tienen el derecho a emplear el logotipo
   - Para todos los casos –sin excepción
   - Con base en los Estatutos y el Reglamento

2. Identidad visual
   - Para la Secretaría y las Comisiones
   - Para todos los materiales producidos con la marca de la UICN
   - Con base en la marca y la proposición de valor de la UICN y las políticas operativas de la Secretaría

Una guía simple

La siguiente guía explica cuáles materiales se basan únicamente en las normas sobre el logotipo y cuáles en las normas sobre el logotipo y las directrices de identidad visual.

Marca de la UICN Seguir la identidad visual	
Productos de UICN con identidad propia	• Iniciativas con identidad propia emprendidas individualmente por la UICN o con múltiples asociados • Ejemplos: Lista Roja, Patrimonio de Conservación, WCLN, PALnet, etc. • Seguir las normas sobre el logotipo de la UICN junto con las directrices vigentes para dichas marcas
Productos y proyectos de UICN y múltiples asociados	• Tratar siempre de negociar con los asociados el uso de la identidad visual de la UICN • Seguir las normas de identidad visual de la UICN para los logotipos adicionales • De no ser posible, usar un aspecto visual completamente diferente, pero siguiendo las normas sobre el logotipo de la UICN
Productos de UICN y asociados igualitarios	• Tratar siempre de negociar con los asociados el uso de la identidad visual de la UICN • De no ser posible, contactar al Grupo de Comunicaciones Mundiales en logo@iucn.org para obtener autorización para utilizar las directrices de identidad visual de los asociados igualitarios • Si ninguno fuera posible, usar un aspecto visual completamente diferente, pero siguiendo las normas sobre el logotipo de la UICN
Publicaciones no producidas por la UICN	• Seguir las normas sobre el logotipo de la UICN • No usar la identidad visual de la UICN

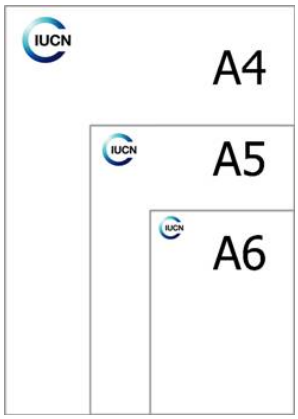
4c Las normas básicas

Para los materiales que deben ceñirse a las directrices de identidad visual de la UICN (conforme a la guía anterior), hay algunas normas básicas a seguir. Estas se suman a las normas sobre el logotipo descritas en la sección 3d.

Ubicación del logotipo

El logotipo se debe colocar siempre en la esquina superior izquierda de la página. Por lo general, la distancia desde el borde izquierdo de la página hasta el logotipo debe ser igual a 1½N y la distancia desde el borde superior de la página hasta el logotipo debe ser igual a N (N = la altura de la letra N en el logotipo).

Escala del logotipo

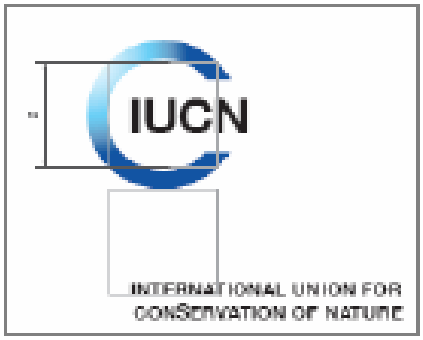


Para los diferentes productos se han seleccionado tamaños estándar de logotipo, tal como se describe en la sección 3d. Para los tamaños más comunes de papel, debe emplearse los siguientes tamaños de logotipo:

A4: 34 mm
A5: 22 mm
A6: 17 mm

Para la producción de materiales en otros formatos podría ser necesario modificar la escala, siempre de manera homogénea y en forma ascendente o descendente.

Uso del logotipo y de nuestro nombre descriptivo



Nuestro nombre es UICN y nuestro nombre descriptivo es “Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza".

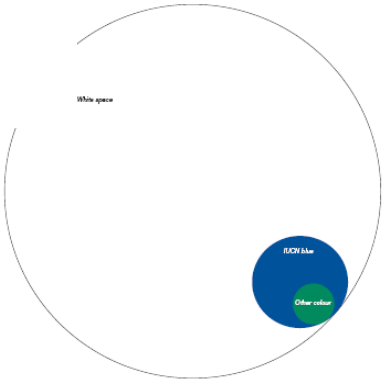
El nombre descriptivo no debe colocarse muy cerca del logotipo. La imagen muestra la distancia mínima permitida que es proporcional al tamaño del logotipo.

Nunca deben usarse el logotipo y el descriptor en la cubierta de las publicaciones.

Nota: El nombre descriptivo más extenso de la UICN no debe usarse nunca de esta manera.

Colores

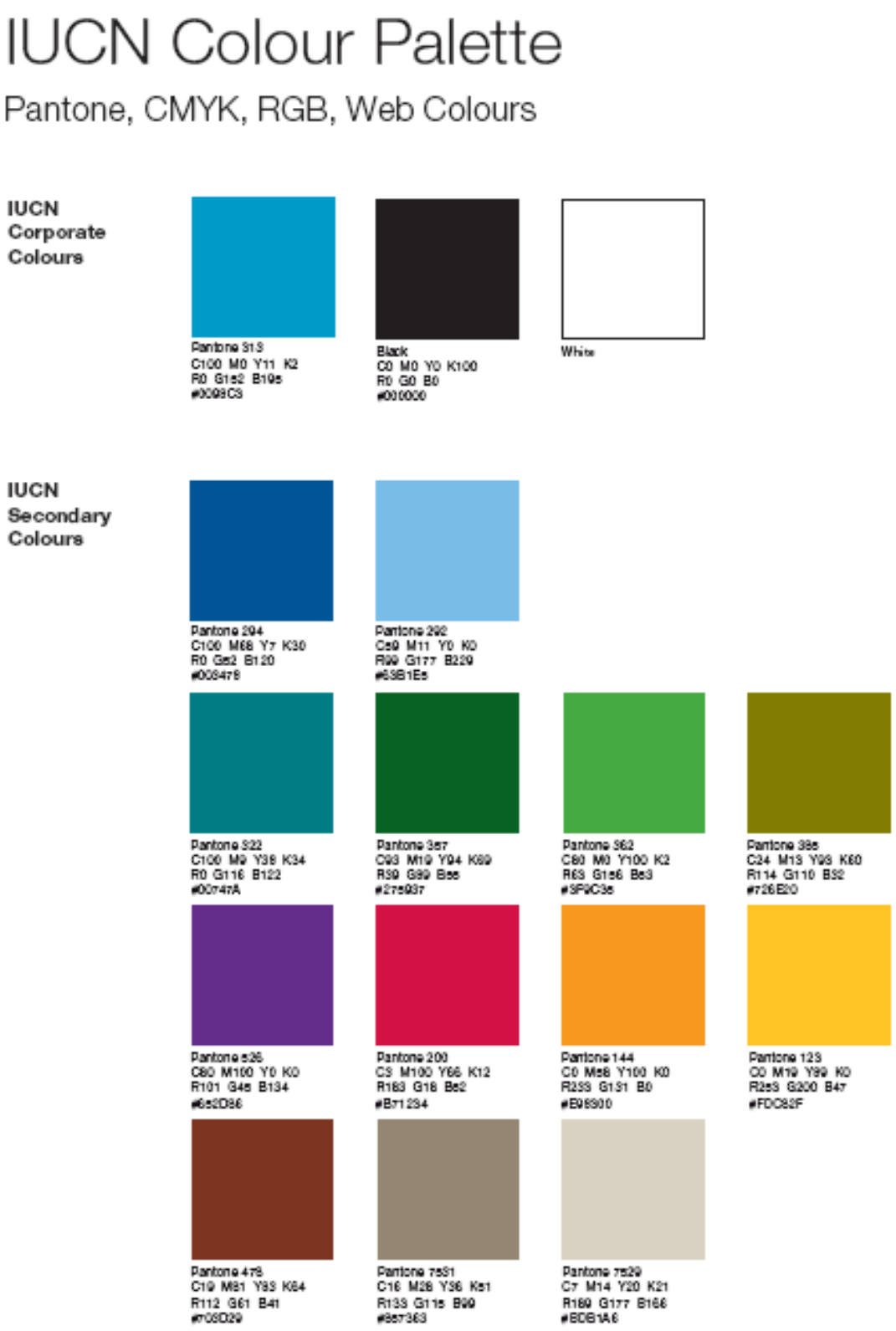
Nuestra identidad visual es distintiva y se basa en la relación entre el espacio blanco y los colores. El blanco debe ser el color predominante. Se puede emplear colores adicionales para mejorar el diseño. El resultado debería resaltar el diseño, no distraer ni complicarlo.



<u>Proporción entre colores</u>

Al diseñar, tener presente esta relación entre colores. El blanco debe ser el color predominante. Este da la sensación de limpieza y sencillez, refleja nuestra credibilidad científica y nos ayuda a diferenciar a la Unión. Los colores que se utilicen deben ser en poca cantidad y no deberían predominar por encima del azul de la UICN.

La siguiente paleta de colores muestra los colores que se pueden emplear en la producción de materiales de la UICN. Se incluyen referencias Pantone, CMYK, RGB y para web. Cabe mencionar que no hay ninguna referencia Pantone para el logotipo de la UICN.



Tipografía

Para comunicar con claridad, hemos escogido un tipo de letra sencillo y flexible, Helvetica Neue. Utilizada de manera adecuada se podrá lograr que la identidad de la Unión sea homogénea en todas nuestras publicaciones.

ABCD Helvetica Neue 45 Light
abcd

En las plataformas de PC y web, el equivalente a Helvetica es Arial. Puede emplearse Arial y Arial Narrow. No se debe utilizar Arial Black.

ABCD Arial
abcd

Helvetica Neue es una familia de tipografías, con muchas fuentes diferentes. Se pueden utilizar las siguientes:

- Helvetica 45 Light
- Helvetica 55 Roman
- Helvetica 56 italic
- Helvetica 75 bold

Para las publicaciones de más de 20 páginas, a veces conviene utilizar una tipografía con serif en el cuerpo del texto. En este caso, puede emplearse Garamond Book. Si Garamond Book no está disponible, los usuarios de PC pueden utilizar Garamond.

La siguiente plantilla ilustrativa contiene información sobre tipografía, punto tipográfico e interlineado y muestra la relación entre los diversos elementos de la página. Si se aplican las normas con rigurosidad se logrará una jerarquía visual clara.

Las normas más importantes a recordar son:

- Para los títulos y subtítulos siempre debe emplearse Helvetica; el texto principal puede ir en Helvetica o Garamond Book. Debe tenerse en cuenta que incluso cuando se utiliza Garamond Book para el texto principal, los títulos y subtítulos deben permanecer en Helvetica.
- El tamaño de la fuente debe elegirse en función del producto. Debe elegirse el tamaño que mejor se adapte al diseño.
- El interlineado por lo general debe ser 1,5 veces el tamaño de la fuente. Por ejemplo, si para el texto se usa el punto tipográfico 10, el interlineado debe ser entonces de 15 puntos.
- Los títulos y subtítulos deben alinearse a la izquierda. El texto principal puede justificarse o alinearse a la izquierda.

Imágenes

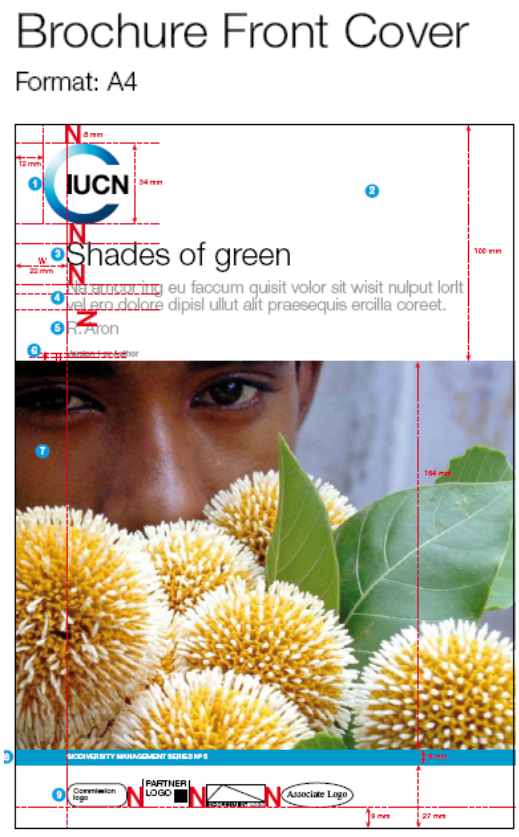
Las imágenes son un poderoso medio de comunicación. Cuando se selecciona con esmero, una imagen puede ser más elocuente que mil palabras. De crucial importancia es el respeto por el tema que se plantea en la imagen y la comprensión de cómo recibirá el público la imagen.

Algunos criterios sugeridos para las imágenes:

- ✓ Deben ser audaces y dinámicas
- ✓ Deben mostrar una interacción positiva entre las personas y la naturaleza
- ✓ Deben transmitir un mensaje relacionado con el tema

4d Cómo se integra todo

La ubicación de nuestro logo, nuestros colores corporativos, la tipografía Helvetica Neue y las imágenes distintivas se combinan para que todo el material producido por la UICN ofrezca un aspecto e impresión similares, para con ello lograr que de inmediato se reconozca y respete la identidad de la Unión. A continuación se muestra una plantilla ilustrativa con sus respectivas normas. En la Knowledge Network se pueden encontrar plantillas para muchos productos de la UICN.



Brochure Front Cover

1 Logo
The logo must always appear in the top left-hand corner, 1½ N from the page edge and N from the top of the page. (N = the height of the N in the logo)

2 White zone
Nothing can appear in this zone other than white space. On an A4 page, the height of the white zone = 100mm. Scale accordingly for other paper sizes.

3 Premier headline
The primary headline is to be flushed left in line with the "I" from the logo. Ideally this should be only one line.

Typography:
Use Helvetica Neue 45 Light
Size 38 pt
Leading 35 pt
Colour:
black

4 Secondary headline
The secondary headline is to be flushed left in line with the "I" from the logo. Ideally, the secondary headline should be no more than 2 lines.

Typography:
Use Helvetica Neue 45 Light
Size 20 pt
Leading 20 pt
Colour:
50% black

5 Author
If needed, an author can be added here. To be flushed left in line with the "I" from the logo.

Typography:
Use Helvetica Neue 45 Light
Size 20 pt
Leading 20 pt
Colour:
50% black

6 Additional information
If needed, additional information such as publisher, edition, or author can be added here. To be flushed left in line with the "I" from the logo.
Typography:
Use Helvetica Neue 45 Light
Size 10 pt
Colour:
50% black

7 Image
The image bleeds off the left and right edges of the page for portrait formats. For landscape formats the image bleeds off the top, right hand and bottom edges of the page. Only one image can be used. If additional logos or the colour band are not required, then the picture can bleed to the bottom of the page. If desired, the image can wrap around to the back cover (on portrait formats only, refer to the back cover template)

8 Highlight bar/text
The highlight bar is for additional information. If it is not needed, it must be removed. The highlight bar must never cut across an image that bleeds off the bottom of a page. The text placed in the highlight bar can be the full name of IUCN or the name of an IUCN programme, series, volume, initiative etc.

Typography:
Use Helvetica Neue 65 Medium
Size 8 pt
Leading 20 pt
For font size and spacing, follow the typographic rules.
Colour:
Text White

The highlight bar is 6mm in height on an A4 page and is scaled accordingly on other paper sizes.
Colour bar:
The colour is chosen from the IUCN colour palette.

9 Additional logos
It is preferable to place additional logos on the back cover, but never on both the front AND back covers. However, if they must be placed on the front, they are placed in this space following the rules as shown. The logos are flushed left in line with the "I" from the logo.

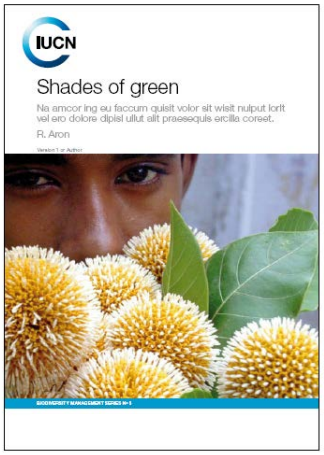
4e Algunos ejemplos

La identidad visual de la UICN debe utilizarse en todos los materiales de la UICN, con base en la guía descrita en la sección 4b. Los siguientes ejemplos muestran cómo se aplican las normas de identidad visual a las cubiertas de libros.

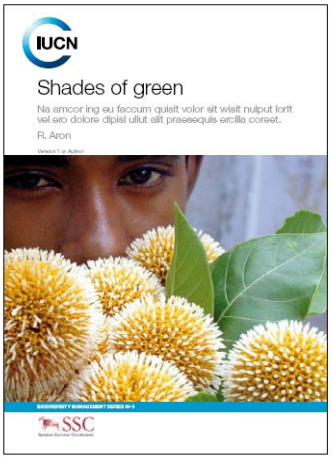
<u>Cubierta de un libro producido por la UICN</u>

Usted es el Director General de la Secretaría de la UICN o es funcionario actual de la Secretaría de la UICN:

- Debe seguir todas las normas relacionadas con el logotipo y la identidad visual.
- Puede usar el logotipo en todo tipo de materiales.



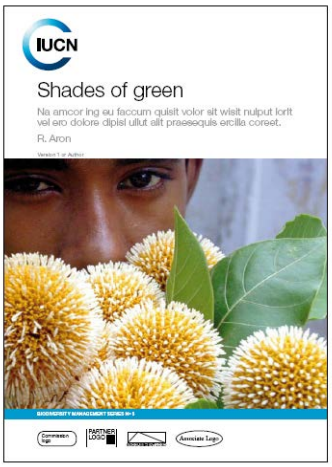
Cubierta de un libro producido por una Comisión de la UICN



Usted es el Presidente de una Comisión de la UICN, o ha sido delegado por el Presidente para que represente a dicha Comisión:

- Siempre debe utilizar el logotipo de la UICN junto con el de la Comisión.
- Debe seguir las normas sobre el uso de los logotipos en forma conjunta; el logotipo de la Comisión se coloca en la esquina inferior izquierda debajo de la franja de color. Las excepciones a esta norma son las presentaciones en PowerPoint y en la web.
- Puede utilizar los logotipos, conforme a las directrices, en todo tipo de material.

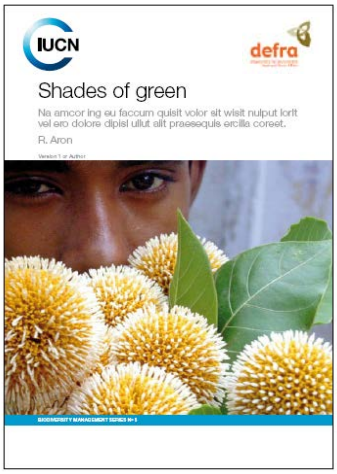
Cubierta de un libro producido por la UICN y múltiples asociados



De preferencia, se debe negociar con los asociados el uso de la identidad visual de la UICN.

- De ser posible, siga las normas de identidad visual de la UICN para los logotipos adicionales; es decir, los logotipos de los asociados se colocan en la parte inferior izquierda debajo de la franja de color.
- Si no fuera posible, elija un aspecto visual completamente diferente y siga las normas sobre el logotipo de la UICN.

Cubierta de un libro producido por la UICN y asociados igualitarios



Para ajustarse a la clasificación de socio igualitario, debe mediar un acuerdo de propiedad literaria común o de publicación conjunta.

Trate siempre de negociar con el asociado el uso de la identidad visual de la UICN.

- De ser posible, siga las normas de identidad visual de la UICN para los logotipos adicionales; es decir, los logotipos de los asociados se colocan en la parte inferior izquierda debajo de la franja de color.
- Si no fuera posible, póngase en contacto con el Grupo de Comunicaciones Mundiales en logo@iucn.org para obtener autorización para utilizar las normas de identidad visual del asociado igualitario, en cuyo caso el logotipo se coloca en la esquina superior derecha.
- Si ninguno fuera posible, utilice un aspecto visual completamente diferente y siga las normas sobre el logotipo de la UICN.

Plantillas disponibles

Se han creado plantillas para varios productos, las cuales están disponibles en la Knowledge Network en: Communications/IUCN_Logo/Templates_examples. Las plantillas disponibles son las siguientes:

Publicidad
Credenciales de identificación
Formato pancarta
Libros
Folletos
Tarjetas de visita
Firmas electrónicas
Sobres y etiquetas
Hojas de datos
Fax y memorándum
Carpetas
Prospectos
Membretes
Logotipo en documentos Word
Revistas
Declaraciones de política
Carteles
PowerPoint
Comunicados de prensa
Señalización
Con un cordial saludo

5 La lista de control

¿Lo ha hecho bien?

1. ¿Se refieren sus comunicaciones a una o más de las cinco áreas temáticas centrales?

   ☐ Conservar la biodiversidad
   ☐ Cambiar el pronóstico sobre el clima
   ☐ Asegurar la energía natural del futuro
   ☐ Manejar los ecosistemas para el bienestar humano
   ☐ Lograr una economía mundial verde

2. Todas las comunicaciones producidas deben transmitir nuestra proposición de valor. ¿Está usted transmitiendo nuestra proposición de valor en su comunicación? Marque al menos 3 de las 4 casillas.

☐ Credibilidad científica	• Para guiar nuestras acciones nos basamos en hechos, no en emociones • Utilizamos y compartimos nuestro conocimiento • Somos fiables, dignos de crédito y respetados • Nuestros expertos son los mejores en sus áreas de competencia y abarcan una amplia gama de especialidades • Nuestros expertos guían y establecen normas internacionales • Creemos en soluciones pragmáticas/prácticas, no en dogmas políticos
☐ Poder de convocatoria y mediación	• Congregamos a personas y organizaciones para crear consenso • Congregamos a actores de todos los ámbitos y sectores • Trabajamos activamente desde el nivel local hasta el global • Somos un “intermediario honesto” que no toma partido político • Creamos espacios para el diálogo y para debatir puntos de vista divergentes • Tenemos el poder para pasar del diálogo a la acción
☐ Alcance que va de lo global a lo local y de lo local a lo global	• Tenemos presencia en más de 160 países • Ofrecemos verdaderas soluciones que van de lo local a lo global • Nuestras decisiones se basan en el criterio de gran número de interesados directos • Nuestra extraordinaria unión de Miembros, Comisiones, asociados y Secretaría ofrece una oportunidad sin igual para salvar brechas entre decisiones y acciones a nivel local y global
☐ Influencia en normas y prácticas	• Ofrecemos la única forma viable para resolver muchos de los desafíos del mundo • Somos la única organización ambiental con condición de observador permanente ante la ONU • Nos centramos en el mercado y el comercio • Nos centramos en la eficiencia y la generación de resultados • Nuestras decisiones se basan en el mejor conocimiento científico y especializado

3. ¿Hacen mención sus comunicaciones a que trabajamos con los Miembros y las Comisiones?

4. ¿Ha seguido usted las normas de identidad visual de la UICN?

   ☐ tamaño del logotipo
   ☐ ubicación del logotipo
   ☐ colores
   ☐ tipografía
   ☐ imágenes