

**Junta Directiva
15-16 junio 2023**

**Referencia: Ítem
10 de la Agenda**

**Ítem de Agenda: Marca y Carta de IPPF - Actualización sobre la Iniciativa
de Identidad**

Resumen

Se han iniciado consultas mediante una reunión inicial del Grupo de orientación de la Carta (*Charter Guiding Group*) y el Comité de renovación de la marca de IPPF más una reciente consulta, de un día de duración, con la Planned Parenthood Association de Tailandia. El diálogo con las AM y el personal del Secretariado continúa. Existe un fuerte consenso en torno a los valores clave, como la transparencia, el amor/compasión, la diversidad/inclusión, la valentía, la pasión, la empatía, la flexibilidad, la adaptabilidad, la colaboración y la rendición de cuentas, valores compartidos a lo largo de muchos procesos de consultas.

Se ha contratado a IDEO para que trabaje con las AM en la renovación global de la marca y se ha desarrollado un plan de participación de los jóvenes que se pondrá en marcha en los próximos meses.

Acción Requerida:

- La Junta tomará conocimiento de estos avances

Actualización sobre la Carta de Valores y la renovación de la Marca

Desde el informe a la Junta Directiva de marzo, la Carta de Valores ha entrado en su fase inicial de consulta, recopilando comentarios y opiniones del Grupo de Orientación de la Carta de Valores, el Comité de Renovación de la Marca, las AM de IPPF, los organizadores comunitarios y el personal del Secretariado sobre la forma y el contenido de la Carta de Valores.

Lo más destacado de este periodo ha sido, de lejos, el entusiasmo y la pasión por IPPF y la definición de sus valores. A través de talleres creativos, ejercicios artísticos y búsqueda de tesoros, los participantes han tenido la oportunidad de responder a la pregunta "quién es IPPF y qué queremos ser". Se ha dado un abrumador consenso en torno a los valores fundamentales de IPPF, retratados en una "nube de palabras" (*word cloud*).



Hubo consenso sobre la importancia de definir lo que significan los valores centrales para garantizar que sean prácticos y que IPPF pueda responsabilizarse por ellos. También se está llegando a un consenso sobre la necesidad de que todas las AM respeten los valores, pero sin dejar de disponer del espacio necesario para responder al contexto local y a su independencia.

Estas consultas dieron lugar a algunas conversaciones desafiantes que requieren una mayor reflexión. Una de las que más llama la atención es qué significa ser "valiente", cómo asumimos ese valor en diferentes contextos, y como este valor se representa. ¿Cómo deberían las AM "valientes" equilibrar la prestación de servicios con el activismo y quién define lo que es "valentía"? También se analizó la naturaleza tan diferente de las AM: algunas se identifican como feministas, otras como prestadoras de servicios, algunas trabajan en estrecha colaboración con el gobierno, otras no. Esto se puso de manifiesto al analizar el valor de la "asociatividad", en la que los participantes compartieron la importancia de asociarse con diversas partes interesadas, incluidos los gobiernos. Comprender esta diversidad en la práctica y luego llegar a una conclusión sobre lo que significa para los valores y la acción será una parte importante de la conversación de cara al futuro. Estas reflexiones servirán de base para la renovación de la marca mundial.

Las actividades para el próximo periodo incluyen:

- Confirmación del Grupo de Orientación de la Carta con Rosa Tchonang y Santiago Cosio nombrados en la última reunión de la Junta Directiva.
- Discusión durante dos días y medio con el Grupo de Orientación de la Carta de Valores y el Comité de Renovación de la Marca para explorar qué es una Carta de Valores, cómo se integra en las estructuras y sistemas de IPPF, así

como algunas de las interrogantes más importantes, incluyendo la aplicabilidad, las líneas rojas y el grado de detalle que debe tener una Carta.

- Una consulta de un día de duración con el Grupo de Orientación, el Comité de Renovación de la Marca, la Planned Parenthood Association de Tailandia y socios externos, en la que definimos qué son los valores, cómo funcionan en la práctica y cuáles deberían ser los valores de IPPF. También abordamos algunas interrogantes más desafiantes, como la forma de equilibrar las diferentes identidades y contextos de las muy diversas AM, y hasta qué punto la marca y la influencia de IPPF deben extenderse a nivel nacional.
- Dos seminarios web a nivel de toda la Federación y una consulta con las AM del Pacífico, en la que se invitó a los participantes a definir los valores a través del arte y luego a analizar lo que significan en la práctica. A través de la observación de las implicaciones en la vida real de valores tales como la diversidad y la inclusión, la colaboración y la flexibilidad, obtuvimos una visión real de cómo estos valores deben funcionar tanto internamente en la Federación como externamente en la prestación de servicios.
- Otras actividades de difusión incluyeron el desarrollo de una página centrada en la Iniciativa de Identidad en el Foro de las AM (<https://ippfmaforum.org/charter-of-values/>) con vídeos y resultados de todas las consultas, una nota para llamar la atención sobre este trabajo en el Boletín de IPPF y una encuesta de línea de base a lo largo de la Federación.
- El Comité Asesor de la Renovación de la Marca supervisó la contratación de una agencia externa para dirigir la Renovación de la Marca Global. Tras un proceso competitivo, se ha contratado a IDEO, que trabajará codo a codo con el equipo de la Iniciativa de Identidad para garantizar una marca global convincente y renovada que se ajuste al momento actual.
- Desarrollo de una estrategia de participación de los jóvenes, que incluye una serie de consultas a todos los niveles de la membresía y la inclusión de los jóvenes en el trabajo de la agencia creativa que dirige la renovación de la marca. En la actualidad, estamos ultimando un marco de compromiso juvenil que sirva de guía para la participación de los jóvenes y garantice un enfoque coordinado y ético de la colaboración con ellos para hacer avanzar la Iniciativa de identidad.
- Con el inicio de nuestra serie de seminarios consultivos en línea, está previsto que los representantes de los jóvenes preparen el terreno para los participantes virtuales como ponentes que pronunciarán los discursos de apertura.

En el próximo periodo vamos a:

- Iniciar la implementación de la estrategia de participación de los jóvenes.
- Empezar nuevas consultas en línea con las AM y el personal del Secretariado.

- Organizar la próxima reunión presencial del Grupo de Orientación de la Carta y del Comité de Renovación de la Marca.
- Perfeccionar los planes para realizar consultas presenciales o a distancia en los próximos meses.
- Comenzar las consultas con las AM sobre la renovación global de la marca, bajo la dirección de IDEO.