

MANUAL DE USO DE MARCA Y CO-BRANDING



Normas oficiales para la correcta aplicación del logotipo institucional de la Cámara Nacional de Comercio del Perú.



1. INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO

El presente manual regula el uso del logotipo institucional de la Cámara Nacional de Comercio del Perú (CNCP) por parte de las empresas galardonadas con el Premio Nacional Empresa Peruana Excelencia del Año.

El objetivo es permitir que las empresas ganadoras utilicen el prestigio de la CNCP como un activo de confianza y respaldo en su comunicación comercial, asegurando al mismo tiempo el respeto a la identidad visual, la ética y los límites legales de la institución.



OBJETIVO

Potenciar el prestigio comercial de las empresas galardonadas sin comprometer la identidad institucional de la CNCP.

2. APLICACIÓN DE TÉRMINOS AUTORIZADOS (COPYS DE RESPALDO)

El uso del logo de la CNCP en las piezas publicitarias de las empresas ganadoras debe ir obligatoriamente acompañado de una de las siguientes fórmulas verbales de relación. Cada término tiene un propósito estratégico y un canal de aplicación recomendado.



A.

“CON EL RESPALDO DE...” / “BAJO EL RESPALDO DE...”

Significado: Certifica que la trayectoria, calidad de servicio o buenas prácticas de la empresa han sido evaluadas y validadas por la CNCP mediante la entrega del premio nacional.

Uso recomendado: Comunicación corporativa de alta confianza.

Plataformas:

- **Páginas Web:** Sección “Nosotros”, “Quiénes Somos” o pie de página (footer).
- **Brochures y Dossiers Corporativos:** En las páginas de presentación de credenciales.



EJEMPLO DE COPY PARA REDES SOCIALES (LINKEDIN/FACEBOOK):

“La excelencia no es un accidente, es el resultado de un compromiso diario. Nos enorgullece contar con el respaldo de la Cámara Nacional de Comercio del Perú como ganadores del Premio Excelencia del Año. ¡Seguimos construyendo país! 🇵🇪”

#ExcelenciaEmpresarial
#RespaldoCNCP



B.

“CON EL AUSPICIO DE...” / “AUSPICIADO POR...”

Significado: Indica que la CNCP apoya o patrocina una actividad, evento, lanzamiento de producto o iniciativa académica/comercial específica de la empresa ganadora.

Uso recomendado: Campañas temporales, eventos corporativos, seminarios, o lanzamientos de productos innovadores.

Plataformas:

- **Redes Sociales (Instagram/Facebook):** Afiches digitales de eventos, conferencias o webinars.
- **Material POP / Merchandising:** Banners (Roll-ups), tótems y credenciales de eventos presenciales.



EJEMPLO DE COPY PARA REDES SOCIALES (INSTAGRAM):

“¡Se viene nuestro gran seminario anual de innovación logística! 🚀 Un evento diseñado para transformar tu negocio, con el auspicio de la Cámara Nacional de Comercio del Perú. Asegura tu cupo en el link de la bio. 🔗”

#Innovación #NegociosPerú #CNCP



C.

“CON LA GARANTÍA DE...” / “GARANTIZADO POR...”

Significado: Se enfoca en la calidad del servicio, la solidez financiera o el cumplimiento de estándares éticos comerciales de la empresa ganadora en el mercado peruano.

Uso recomendado: Campañas de conversión de ventas, captación de leads y fidelización de clientes.

Plataformas:

- **Landing Pages (Páginas de Venta):** Cerca de los botones de acción (CTA) o formularios de registro.
- **Redes Sociales (Campañas Ads/Pauta):** Banners publicitarios enfocados en la venta directa de productos o servicios de alto valor.



EJEMPLO DE COPY PARA CAMPAÑA DIGITAL (META ADS):

“Lleva tu empresa al siguiente nivel con soluciones financieras diseñadas a tu medida. Seguridad, transparencia y la garantía de una marca respaldada por la Cámara Nacional de Comercio del Perú. Solicita una asesoría gratuita hoy. 📈📁”

#FinanzasCorporativas
#GarantíaYConfianza



3. NORMAS DE DISEÑO E IDENTIDAD VISUAL (LOGOTIPO)

Para garantizar la legibilidad y el respeto de la marca CNCP, toda pieza gráfica creada por las empresas ganadoras debe seguir estas pautas:



ÁREA DE PROTECCIÓN Y MARGEN DE SEGURIDAD

El logotipo de la CNCP debe estar rodeado por un espacio libre de textos, imágenes u otros logotipos para evitar la saturación visual.

Regla de oro: El espacio de seguridad a los cuatro lados del logo debe ser equivalente, como mínimo, al alto de la letra principal del imagotipo de la Cámara.

		X
X	 CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DEL PERÚ	X
	X	

X = Altura de la letra principal del imagotipo.

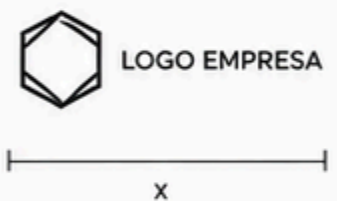


CO-BRANDING (RELACIÓN DE TAMAÑOS)

El logotipo de la CNCP nunca debe ser de un tamaño mayor al logotipo de la empresa ganadora.

La proporción recomendada es de 1:0.75 (el logo de la Cámara debe medir aproximadamente el 75% del tamaño del logo de la empresa anfitriona).

PROPORCIÓN RECOMENDADA



USOS CORRECTOS VS. INCORRECTOS DEL LOGO



PERMITIDO:

Utilizar la versión oficial a todo color sobre fondos blancos o claros. Utilizar la versión en negativo (blanco puro) sobre fondos oscuros o fotográficos que tengan un contraste adecuado.



PROHIBIDO:

- Alterar los colores oficiales de la CNCP (no usar colores neón, degradados no autorizados, etc.).
- Deformar, estirar, rotar o pixelar el logo.
- Separar el símbolo (isotipo) del texto (logotipo) sin previa autorización escrita de la Cámara.

USOS CORRECTOS



USOS INCORRECTOS



X Cambiar colores



X Deformar / estirar



X Rotar



X Separar isotipo del logotipo

4. CÓDIGO DE ÉTICA Y BUEN USO DE LA MARCA

El uso responsable del logotipo institucional de la CNCP es un compromiso que refuerza la confianza, la transparencia y el prestigio de nuestra institución y de las empresas galardonadas.



TEMPORALIDAD

El derecho de uso del logo bajo el concepto de "Ganador del Premio Excelencia del Año" tiene una vigencia de **"dos (02) años calendario"** a partir de la fecha de la premiación, pudiendo ser renovado mediante la revalidación del premio o membresía activa.



USO DE BUENA FE

Las empresas ganadoras se comprometen a no utilizar el logotipo de la CNCP en campañas que promuevan la competencia desleal, publicidad engañosa, o cualquier actividad que atente contra las leyes peruanas o la moral pública.



SUPERVISIÓN

La CNCP se reserva el derecho de solicitar el retiro inmediato del logotipo de cualquier plataforma digital o física si considera que su aplicación daña la imagen institucional de la Cámara.



El uso correcto de nuestra marca es clave para seguir construyendo credibilidad, reputación y valor para el ecosistema empresarial del Perú.



El presente manual representa una excelente herramienta para potenciar el marketing de las empresas ganadoras, convirtiendo su reconocimiento en un argumento sólido de ventas y confianza para el consumidor final.

JUNTOS,
FORTALECEMOS EL COMERCIO
Y EL DESARROLLO DEL PERÚ.