

Manual de Identidad Corporativa

CONTENIDO

I. POSICIONAMIENTO DE MARCA

Introducción
Estrategia / Brand Strategy
Identificando los valores del Indecopi

II. IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Isotipo oficial
Isotipo oficial, arquitectura
Imagotipo oficial
Imagotipo oficial, arquitectura
Imagotipo oficial con leyenda
Imagotipo oficial con leyenda en inglés
Imagotipo oficial con leyenda, arquitectura
Imagotipo oficial en grises
Colores primarios
Colores secundarios
Imagotipo oficial, fondos
Usos errados del imagotipo
Imagotipos adicionales institucionales
Imagotipos institucionales representativos adicionales
Tipografía del logotipo
Tipografía primaria y secundaria
Tipografía primaria
Tipografía secundaria
Tipografía adicional
Estilo fotográfico

III. MATERIALES INSTITUCIONALES

Papelería institucional
Papelería, tarjeta de presentación
Papelería, fólder
CD presentación
Plantilla de presentación
Fotocheck para colaboradores
Fotocheck para externos
Pase vehicular
Corpóreo

IV. PIEZAS DE MERCHANDISING

Lapiceros y otros
Bloc
Display mochila
Polos
Gorras tipo jockey y safari
Chalecos para campañas
Chalecos por áreas
Bolsa
Mochila
Botones y pines
Texturas, cintas

V. PIEZAS DE PROMOCIÓN

Afiches
Banderolas o roller screen
Brochure, tríptico
Volantes

VI. PIEZAS DE DIFUSIÓN

Nota de prensa para Lima
Nota de prensa para regiones

VII. PIEZAS PUBLICITARIAS

Avisos de prensa
Avisos de prensa institucional
Publicidad para revistas
Vía pública, vallas

VIII. PIEZAS PARA EVENTOS

Certificado
Invitación
Backing
Sistema de banderas
Módulo stand
Tótem
Credenciales
Carpas
Cenefa, banderines y globos
Muñeco institucional
Uniforme de Justino, muñeco institucional
Familia peruana

IX. MEDIOS VIRTUALES

Página web
Banner web
Boletín mensual electrónico
Redes sociales, Facebook
Redes sociales, Twitter
Redes sociales, YouTube
Redes sociales, LinkedIn
Redes sociales, Foursquare
Redes sociales, Google+
Redes sociales, Pinterest

X. COMUNICACIÓN INTERNA

Banner informativo para comunicación interna
Merchandising cuadernos
Merchandising fólder
Merchandising bolsa
Wallpaper o protector de pantalla
Artículos de oficina

XI. SEDES DEL INDECOPI

Sistema de señalética
Carteles de interiores
Carteles de sedes
Señalética de sede principal

I POSICIONAMIENTO DE MARCA

Introducción

La fortaleza de la imagen se crea alrededor de una sola filosofía. Todos los elementos gráficos deben trabajar siempre en conjunto para poder comunicar mejor los valores de la marca.

Esta guía muestra los parámetros de la identidad visual de la institución y está dirigida a los responsables del diseño, aplicación, producción y comunicación de la marca del Indecopi.

¿Por qué es importante la identidad visual de la marca?

- Porque las marcas son creadas en las mentes de los consumidores a partir de todas las experiencias con estas.
- Estas experiencias pueden ser racionales o emocionales.
- La idea es crear una consistente asociación positiva que se fortalezca a partir de todo lo que hacemos y decimos.
- La consistencia es vital porque ayuda a crear autenticidad.
- La comunicación auténtica es la elegida por el consumidor.
- Depende de todos los integrantes de la institución conocer la imagen, cuidarla y construirla.
- La identidad visual es un constante recordatorio del significado de la marca.

Mientras que las marcas hablan con la mente y el corazón, una identidad visual es tangible. La identidad de marca o *Brand Identity* es el soporte visual y la expresión verbal de una marca. Expresa, apoya, comunica y visualiza una marca.

Una identidad visual es una herramienta poderosa. Necesita ser cuidada y nutrida, y que se invierta en ella. Si se construye correctamente, es un constante recordatorio del significado de la marca. Debe tener una visión única, con metas definidas, con valores, con voz, personalidad y consistencia. Este manual brinda los lineamientos necesarios para reproducir distintos materiales para la comunicación de la marca, guardando una única identidad visual que debe ser respetada por todos.

I POSICIONAMIENTO DE MARCA

Estrategia / Brand Strategy

Una estrategia de marca es una idea central alrededor de la cual la marca se mueve y define su personalidad.

Indecopi

El Indecopi promueve el mercado y la protección de los derechos de los consumidores. Además, fomenta en la economía peruana una cultura de leal y honesta competencia, resguardando todas las formas de propiedad intelectual: desde los signos distintivos y los derechos de autor, hasta las patentes y la biotecnología.

Identificando los valores del Indecopi

Eficiencia: Realizamos nuestro trabajo mediante el uso eficiente de los recursos humanos, financieros y de infraestructura, buscando constantemente mejoras en nuestros procesos a fin de entregar servicios simples con puntualidad a la sociedad, reconociendo la necesidad de adaptarnos al entorno dentro del marco legal de nuestro mandato constitutivo.

Liderazgo: Somos diligentes actuando con determinación y visión de futuro, a fin de asegurar que nuestros productos sean precisos y exhaustivos, a través del profesionalismo de nuestro equipo, comunicándonos de manera efectiva con nuestra comunidad vinculada y creando relaciones asociativas que respondan a intereses mutuos de crear y mantener una cultura de calidad en el país.

Integridad: Mantenemos un equipo humano con los más altos estándares de honestidad y consecuencia, actuando con lealtad a la misión institucional, siendo justos y equitativos al resolver en nuestras áreas de competencia.

Transparencia: Nos hacemos responsables de nuestras acciones y de los resultados de nuestro trabajo dentro del marco de la ley, actuando sin discriminación, en un entorno cooperativo de apoyo a nuestros usuarios, respetando su privacidad y confidencialidad a fin de proteger correctamente sus derechos.

Excelencia en el servicio: Demostramos una actitud de excelencia en el servicio poniendo al usuario como el centro de percepción y acción de nuestro personal, fortaleciendo la comunicación e integración sectorial y del personal a partir de una estrategia común, demostrando optimismo, mente abierta y empatía en nuestras interacciones, convirtiéndolas en evidencias de excelencia en el servicio.

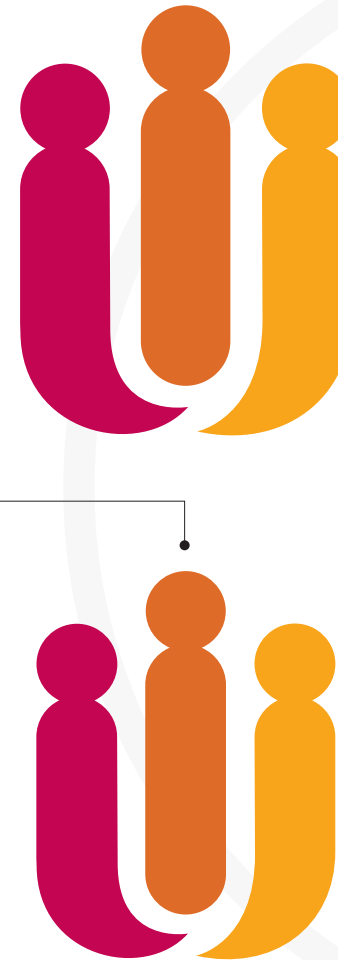


II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Isotipo oficial

- El isotipo del Indecopi simboliza tres personas. Este grupo representa el trabajo en equipo y la integración entre los individuos; el juego de curvas en la base transmite cuidado y protección. Su esencia es vital para comunicar los valores del Indecopi.
- Se debe respetar la limpieza visual en su uso, siguiendo los parámetros de esta guía para mantener su integridad.
- Los colores transmiten la diversidad. Es importante mantener siempre los colores según esta guía.

PANTONE DS 126-I C #9E004F				PANTONE DS 46-I C #C3700E				PANTONE DS 22-I C #E1A800			
R 158	C 0	G 0	M 100	R 195	C 10	G 112	M 70	R 225	C 0	G 168	M 40
B 79	Y 40	K 20		B 14	Y 100	K 0		B 0	Y 100	K 0	

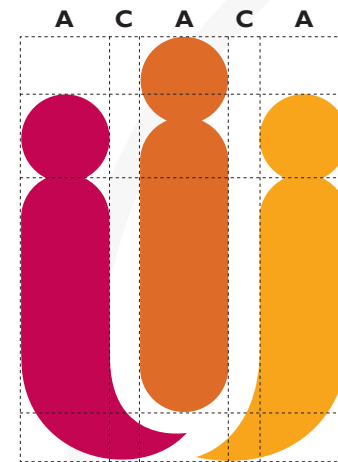





II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Isotipo oficial, arquitectura

- La arquitectura del isotipo está diseñada para que el conjunto de los "personajes" funcione en armonía. Usar solo el arte adjunto de este manual.
- Si fuera necesario, se puede emplear el isotipo sin la tipografía.
- Este isotipo se puede usar como bandera del Indecopi. Ver ejemplos en este manual.

Isotipo



		
PANTONE DS 126-1 C #9E004F	PANTONE DS 46-1 C #C3700E	PANTONE DS 22-1 C #E1A800
R 158 C 0 G 0 M 100 B 79 Y 40 K 20	R 195 C 10 G 112 M 70 B 14 Y 100 K 0	R 225 C 0 G 168 M 40 B 0 Y 100 K 0



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipo oficial

- El isotipo del Indecopi simboliza tres personas. Este grupo de personas representa el trabajo en equipo y la integración entre los individuos, el juego de curvas en la base denotan cuidado y protección. Su esencia es vital para transmitir los valores del Indecopi.
- El logotipo del Indecopi es un dibujo. No se debe emplear tipografías para lograr representarlo. Úsese solo en curvas adjunto con este manual, respetando la integración entre isotipo y logotipo.
- Solo se puede separar el isotipo del logotipo si fuera necesario destacar con el isotipo algún área del Indecopi o para usar el isotipo como "bandera". (Ver ejemplos en este manual).



Indecopi



PANTONE
DS 126-1 C

#9E004F			
R 158	C 0		
G 0	M 100		
B 79	Y 40		
	K 20		



PANTONE
DS 46-1 C

#C3700E			
R 195	C 10		
G 112	M 70		
B 14	Y 100		
	K 0		



PANTONE
DS 22-1 C

#E1A800			
R 225	C 0		
G 168	M 40		
B 0	Y 100		
	K 0		



PANTONE
DS 325-4 C

#868589			
R 134	C 0		
G 133	M 0		
B 137	Y 0		
	K 60		







II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipo oficial, arquitectura

- La arquitectura del Imagotipo está diseñada para mantener las proporciones en armonía. Para su aplicación se deben respetar las áreas de protección alrededor del isotipo y logotipo, como indica este manual.



A: ÁREA DE SEGURIDAD X: SEPARACIÓN DE ISOTIPO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFÍA

			
PANTONE DS 126-1 C #9E004F	PANTONE DS 46-1 C #C3700E	PANTONE DS 22-1 C #E1A800	PANTONE DS 325-4 C #868589
R 158 C 0 G 0 M 100 B 79 Y 40 K 20	R 195 C 10 G 112 M 70 B 14 Y 100 K 0	R 225 C 0 G 168 M 40 B 0 Y 100 K 0	R 134 C 0 G 133 M 0 B 137 Y 0 K 60







II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipo oficial con leyenda

- La arquitectura del imagotipo con leyenda debe respetar las proporciones.
- No es necesario que siempre se use el imagotipo con leyenda, pero cuando esté presente la leyenda en conjunto, debe respetarse esta arquitectura.
- La arquitectura del imagotipo con leyenda se mantendrá siempre en dos líneas cuando sea necesario usarla, y por ningún caso separada del imagotipo.



INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

			
PANTONE DS 126-1 C #9E004F	PANTONE DS 46-1 C #C3700E	PANTONE DS 22-1 C #E1A800	PANTONE DS 325-4 C #868589
R 158 C 0 G 0 M 100 B 79 Y 40 K 20	R 195 C 10 G 112 M 70 B 14 Y 100 K 0	R 225 C 0 G 168 M 40 B 0 Y 100 K 0	R 134 C 0 G 133 M 0 B 137 Y 0 K 60





II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipo oficial con leyenda en inglés

- Se mantendrá la arquitectura del imagotipo con leyenda; se deben respetar las proporciones.



NATIONAL INSTITUTE FOR THE DEFENSE OF COMPETITION
AND THE PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY

			
PANTONE DS 126-1 C #9E004F	PANTONE DS 46-1 C #C3700E	PANTONE DS 22-1 C #E1A800	PANTONE DS 325-4 C #868589
R 158 C 0 G 0 M 100 B 79 Y 40 K 20	R 195 C 10 G 112 M 70 B 14 Y 100 K 0	R 225 C 0 G 168 M 40 B 0 Y 100 K 0	R 134 C 0 G 133 M 0 B 137 Y 0 K 60







II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipo oficial con leyenda, arquitectura

- El imagotipo con leyenda se debe usar cada vez que se necesite explicar qué es el Indecopi.
- La arquitectura del imagotipo ayuda a mantener las proporciones exactas. Para su aplicación con la leyenda se deben respetar las proporciones, medidas y el arte adjunto en este manual.



			
PANTONE DS 126-1 C #9E004F	PANTONE DS 46-1 C #C3700E	PANTONE DS 22-1 C #E1A800	PANTONE DS 325-4 C #868589
R 158 C 0 G 0 M 100 B 79 Y 40 K 20	R 195 C 10 G 112 M 70 B 14 Y 100 K 0	R 225 C 0 G 168 M 40 B 0 Y 100 K 0	R 134 C 0 G 133 M 0 B 137 Y 0 K 60



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

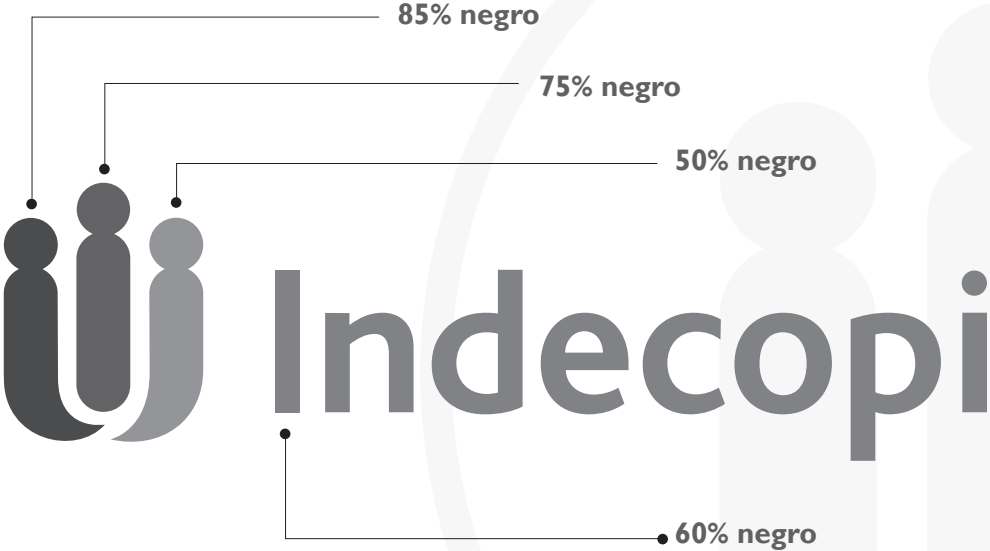
Imagotipo oficial en grises

- Cuando el imagotipo se tenga que aplicar en blanco y negro, usar la siguiente escala de grises:

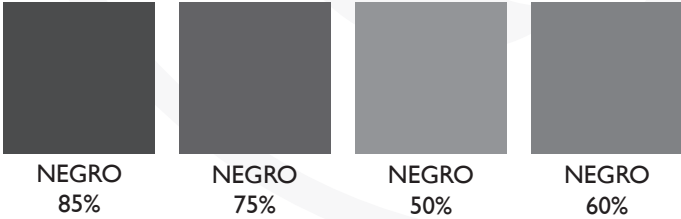
85% negro (Gris oscuro).

75% negro (Gris intermedio).

50% negro (Gris claro).



ESCALA DE GRISES





II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Colores primarios

- Los colores primarios son los colores del imago tipo.
- Los colores de apoyo para tipografías son el negro y el gris Pantone DS 325-4 C.

COLORES PRIMARIOS



PANTONE
DS 126-1 C
#9E004F
R 158 | C 0
G 0 | M 100
B 79 | Y 40
K 20



PANTONE
DS 46-1 C
#C3700E
R 195 | C 10
G 112 | M 70
B 14 | Y 100
K 0



PANTONE
DS 22-1 C
#E1A800
R 225 | C 0
G 168 | M 40
B 0 | Y 100
K 0



PANTONE
DS 325-4 C
#868589
R 134 | C 0
G 133 | M 0
B 137 | Y 0
K 60

II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Colores secundarios

- Los colores secundarios están especificados para designarlos a diferentes productos del Indecopi.

COLORES SECUNDARIOS FRÍOS



PANTONE
S 250-1
#0094A1

R 0	C 100
G 149	M 0
B 162	Y 40
K 0	



PANTONE
S 286-1
7BAB39

R 123	C 70
G 172	M 0
B 57	Y 100
K 0	



PANTONE
S 184-3
5D589B

R 93	C 75
G 88	M 75
B 156	Y 0
K 0	



PANTONE
S 229-4
79B6DF

R 121	C 70
G 182	M 5
B 224	Y 5
K 0	



PANTONE
S 298-2
BFCE59

R 192	C 35
G 207	M 0
B 90	Y 85
K 0	



PANTONE
S 279-1
40923D

R 65	C 90
G 146	M 0
B 62	Y 100
K 10	



PANTONE
S 223-3
2E78AD

R 47	C 90
G 120	M 25
B 174	Y 0
K 20	



PANTONE
S 200-2
395781

R 58	C 90
G 87	M 70
B 130	Y 30
K 0	

COLORES SECUNDARIOS CÁLIDOS



PANTONE
S 5-1
FOCE00

R 241	C 0
G 207	M 20
B 0	Y 100
K 0	



PANTONE
S 18-2
E8BC00

R 233	C 0
G 188	M 30
B 0	Y 100
K 0	



PANTONE
S 36-1
D58500

R 214	C 0
G 133	M 60
B 0	Y 100
K 0	



PANTONE
S 107-1
BD0048

R 189	C 0
G 0	M 100
B 72	Y 60
K 0	



PANTONE
S 141-3
BA0075

R 186	C 0
G 0	M 100
B 118	Y 10
K 0	



PANTONE
S 164-1
7B047D

R 123	C 50
G 5	M 100
B 126	Y 0
K 0	



PANTONE
S 156-4
AA609D

R 171	C 25
G 97	M 80
B 157	Y 0
K 0	



PANTONE
S 141-4
CC6F95

R 204	C 0
G 112	M 75
B 149	Y 15
K 0	

II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipo oficial, fondos

- El fondo oficial del imagotipo del Indecopi es el color blanco. También se puede usar el gris Pantone DS 325-4 C o negro.
- El imagotipo en su versión en negro se puede usar en fondos blancos. También se puede usar la versión en blanco sobre fondo negro. Igualmente, se puede usar el color gris Pantone DS 325-4 C en el imagotipo o también como fondo.
- Un color secundario de fondo es el Pantone DS 126-1 C del Indecopi. Elegir siempre que se necesite usar un color de fondo.
- Se ha diseñado un imagotipo para cuando aparezca en blanco sobre negro o colores oscuros. Emplear solamente este imagotipo cuando tenga que ser usado conjuntamente con otros logotipos y que tengan un color de fondo oscuro. Ejemplo: páginas web en las que la marca sea participante o en casos de formar parte como auspiciador. (*)
- Cuando el imagotipo del Indecopi aparezca en blanco sobre fondo negro, rojo, gris o cualquier imagen, existirá un arte especial para estas ocasiones, ya que está especialmente elaborado para estos fondos.

IMAGOTIPO EN COLOR SOBRE FONDO BLANCO



IMAGOTIPO EN GRIS 424C (PANTONE) SOBRE BLANCO



IMAGOTIPO EN NEGRO SOBRE FONDO BLANCO



IMAGOTIPO EN NEGRO SOBRE FONDO GRIS 10% NEGRO



IMAGOTIPO EN BLANCO SOBRE FONDO PANTONE 424 C



IMAGOTIPO EN BLANCO SOBRE FONDO NEGRO



IMAGOTIPO EN BLANCO SOBRE FONDO ROJO 207C



(*) IMAGOTIPO EN BLANCO PARA OTRO COLOR



(*) SOLO SI FUERA NECESARIO. (EJEMPLO: USO DEL IMAGOTIPO PARA ACOMPAÑAR EN OTRAS PÁGINAS WEB, CON DIFERENTES COLORES DE FONDO).

II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Usos errados del imagotipo

- El imagotipo del Indecopi está diseñado para que trabaje como una unidad. Se deben respetar los parámetros de este manual, evitando variaciones en su proporción, dirección o color.

NO ROTAR NI ALTERAR EL IMAGOTIPO



NO ROTAR NI PRESCINDIR DEL LOGOTIPO



NO ALTERAR LA UBICACIÓN DEL LOGOTIPO



NO ALTERAR EL ESQUEMA DE COLORES



NO USAR OTRO COLOR DEL ESQUEMA DE COLORES



NO ALTERAR EL TAMAÑO DEL LOGOTIPO





II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipos institucionales representativos adicionales

- Son los imagotipos institucionales que apoyan la imagen del Indecopi. Estos logotipos representan a las distintas actividades que el Indecopi desarrolla en sus diferentes áreas. Estas son un apoyo a la página web, así como también la imagen que representa a la institución.

IMAGOTIPO DE CANALES DE COMUNICACIÓN DEL INDECOPI



IMAGOTIPO DE LA ESCUELA NACIONAL DEL INDECOPI



IMAGOTIPOS DE APLICACIONES DEL INDECOPI



IMAGOTIPO DE LA AUTORIDAD NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Imagotipos institucionales representativos adicionales

IMAGOTIPOS DE CAMPAÑAS DEL INDECOPI



ISÓLOGO ALERTAS INFORMATIVAS DEL INDECOPI



IMAGOTIPOS DE CONCURSOS DEL INDECOPI



IMAGOTIPO DE EVENTO DEL INDECOPI



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Tipografía del logotipo

- La tipografía oficial para el logotipo del Indecopi es la Bliss en toda su familia.

TIPOGRAFÍA PRIMARIA

BLISS LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

BLISS CAPS LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

BLISS CAPS MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

BLISS CAPS HEAVY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

BLISS MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

BLISS BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

BLISS BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz





II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Tipografía primaria y secundaria

- Como tipografía oficial para todo el material de la entidad se ha elegido la Gill Sans, ya que en los medios digitales es muy difícil usar tipografías que no son de sistema.
- Se puede emplear en los textos o para acompañar a la tipografía Gill Sans, la familia Myriad Pro, la familia Bliss Caps o Helvetica en toda su familia.

GILL SANS STD LIGTH

Aa 54 pts

GILL SANS STD REGULAR

Aa 36 pts

GILL SANS EXTRA BOLD

Aa 36 pts

GILL SANS ULTRA BOLD

Aa 36 pts

TIPOGRAFÍA PRIMARIA GILL SANS STDYWMT

GILL SANS STD LIGTH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

GILL SANS STD LIGTH ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

GILL SANS STD REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

GILL SANS STD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

GILL SANS STD BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

GILL SANS EXTRA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

GILL SANS ULTRA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Tipografía primaria

- Se puede emplear en los textos o para acompañar a la tipografía Gill Sans, la familia Myriad Pro, o Helvetica en toda su familia, así como Arial en todas sus variantes Arial, Arial Black, Arial Narrow y Arial Rounded MT Bold.
- Se recomienda no usar más de tres tipografías diferentes o variantes de una misma familia.

MYRIAD PRO CONDENSED

Aa 54 pts

MYRIAD PRO REGULAR

Aa 36 pts

MYRIAD PRO SEMIBOLD

Aa 36 pts

MYRIAD PRO BOLD

Aa 36 pts

TIPOGRAFÍA MYRIAD PRO

MYRIAD PRO CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO CONDENSED ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO BOLD CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO BOLD CONDENSED ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO SEMIBOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

MYRIAD PRO BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Tipografía secundaria

- Aquí otra opción tipográfica para utilizar en los anuncios, avisos publicitarios, u otras aplicaciones, la tipografía Arial en toda su familia y sus variantes Arial, Arial Black, Arial Narrow y Arial Rounded MT Bold.
- Se recomienda no usar más de tres tipografías diferentes o variantes de una misma familia.

ARIAL REGULAR

Aa 54 pts

ARIAL BOLD

Aa 40 pts

ARIAL NARROW REGULAR

Aa 40 pts

ARIAL ROUNDED MT BOLD

Aa 40 pts

TIPOGRAFÍA ARIAL, ARIAL NARROW Y ARIAL ROUNDED MT

ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL REGULAR ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNabcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL BLACK

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL NARROW REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL NARROW REGULAR ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL NARROW BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL NARROW BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy

ARIAL ROUNDED BLACK

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Tipografía adicional

- Una última opción tipográfica para utilizar en los anuncios, avisos publicitarios, u otras aplicaciones, es la tipografía Roboto en toda su familia y sus variantes Roboto Thin, Roboto Thin Italic, Roboto Light, Roboto Light Italic, Roboto Regular, Roboto Medium, Roboto Medium Italic, Roboto Bold, Roboto Bold Italic, Roboto Black y Roboto Black Italic.
- Se recomienda no usar más de tres tipografías diferentes o variantes de una misma familia.

ROBOTO REGULAR

Aa 54 pts

ROBOTO THIN

Aa 40 pts

ROBOTO BOLD

Aa 40 pts

ROBOTO BLACK

Aa 40 pts

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA ROBOTO

ROBOTO THIN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO THIN ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

ROBOTO LIGTH

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO LIGTH ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO MEDIUM ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ROBOTO BLACK ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Estilo fotográfico

- Transmitir la idea de un equipo que escucha y soluciona problemas es importante. Se debe comunicar esta idea a través de la inclusión de imágenes que proyecten este concepto.
- Se debe mostrar personas en su lugar de trabajo, mirando a la cámara.
- Las imágenes deben transmitir seguridad y seriedad. De manera simultánea deben dialogar y conectarse con el consumidor.



II IDENTIDAD VISUAL DE LA MARCA

Estilo fotográfico

- Mostrar imágenes con consumidores que dialoguen con la cámara.



III MATERIALES INSTITUCIONALES

Papelería institucional

- Las hojas y sobres membretados oficiales mantienen el esquema oficial y solo mantienen la dirección con la tipografía del Indecopi.

TEXTO 0,7 CM. DE LA BASE DE LA TIPOGRAFÍA AL BORDE DEL PAPEL.
(ALDINE 721 LIGHT ITALIC BT 7.8 PTS.
COLOR NEGRO)

Calle De la Prosa 104
San Borja
Lima 41 - Perú

TEXTO CON JUSTIFICACIÓN AL MEDIO
1.8 CM. DE LA BASE DE LA TIPOGRAFÍA AL BORDE DEL PAPEL.
PRIMERA LINEA
(ALDINE721 BT BOLD ITALIC 7.8 PTS. COLOR NEGRO).
SEGUNDA Y TERCERA LINEA
(ALDINE 721 LIGHT ITALIC BT 7.8 PTS. COLOR NEGRO)

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Tel.: 224 7800
e-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

4 CM. DE CIRCUNFERENCIA
(1,6 CM. DEL BORDE DEL PAPEL A LA BASE DE LOGOTIPO
1,2 DEL BORDE DEL PAPEL AL BORDE DEL LOGOTIPO)



III MATERIALES INSTITUCIONALES

Papelería, tarjetas de presentación

- Las tarjetas deben ser impresas a cuatro colores especiales en el frente y rojo 207 C en el dorso. Las especificaciones de su diagramación y arquitectura deben ser tomadas según especificaciones. Por un tema de escala, la leyenda debajo del imago tipo está diseñada en dos líneas.
- Papel de impresión:
Opalina blanca de 250/270 grs.



III MATERIALES INSTITUCIONALES

Papelería, fólder

- Las carpetas deben ser impresas a cuatro colores especiales. Imprimir en cartulina mate blanca de 320 grs. tamaño de 32 cm. de alto x 23.5 cm. de ancho.

ESTRUCTURA DEL FÓLDER



III MATERIALES INSTITUCIONALES

CD presentación

- Los CD's cuentan con el espacio correspondiente en el diseño para ubicar su título.

ESTUCHE PARA CD



CD



III MATERIALES INSTITUCIONALES

Plantilla de presentación

- Las plantillas están diseñadas para presentaciones de PowerPoint (PPT), pero pueden ser adaptadas a cualquier aplicación.



PRESENTACIÓN

The slide features the Indecopi logo in the top left corner. The main title, "Comunicación Externa en el Indecopi", is centered in a large, bold, dark red font. There is a decorative orange square in the top right corner and a thin L-shaped line in the bottom left corner.

DIAPOSITIVA DE CAMBIO DE TEMA

The slide features the Indecopi logo in the top left corner. The main title, "Comunicación Externa en el Indecopi", is centered in a large, bold, dark red font. Below the title is a flowchart with three orange rounded rectangular boxes. The top box contains the question "¿Cómo se gestiona la Comunicación Externa del Indecopi?". Two lines descend from this box and branch out to two lower boxes: "Plan de Comunicación Externa" on the left and "Política de Comunicación Externa" on the right. In the bottom left corner, the text "Plan de Comunicación Externa" is written in bold, with "2013 – 2016" below it. The Indecopi logo is in the bottom right corner.

III MATERIALES INSTITUCIONALES

Plantilla de presentación



DIAPOSITIVA DE CAMBIO DE TEMA

Metodología de investigación

El estudio utilizó una metodología cuantitativa y otra cualitativa. Las actividades realizadas fueron las siguientes:

Investigación Cuantitativa:



Investigación Cualitativa:



AGRADECIMIENTO, FINAL DE LA DIAPOSITIVA



WWW.INDECOPI.GOB.PE

III MATERIALES INSTITUCIONALES

Fotocheck para colaboradores

- El fotocheck es un elemento que debe reflejar la imagen del Indecopi, teniendo en consideración lo indicado en la "Directiva para Control y Monitoreo de Accesos Físicos en la Sede Lima Sur del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)".

MODELO DE FOTOCHECK PARA COLABORADORES O PERSONAL (ANVERSO Y REVERSO)



COLORES DE AUTORIZACIÓN DE ACCESOS ASIGNADOS A LOS COLABORADORES



	VERDE	EDIFICIO A Y B
	ROJO	EDIFICIO C
	AMARILLO	EDIFICIO D
	CELESTE	EDIFICIO E
	MORADO	RESTO DE ÁREAS (MÓDULOS PRE FABRICADOS)
	NEGRO	ACCESO A TODAS LAS ÁREAS DEL INDECOPI
	PLOMO	OFICINAS REGIONALES

III MATERIALES INSTITUCIONALES

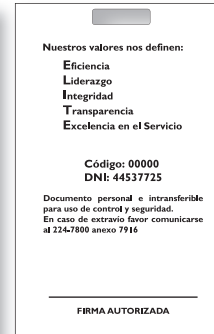
Fotocheck para colaboradores

MODELO DE FOTOCHECK PARA COLABORADORES

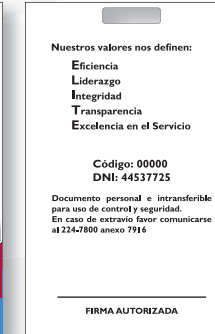


COLOR DE AUTORIZACIÓN DE ACCESOS ASIGNADOS A LOS COLABORADORES DE SEDES LOCALES Y REGIONALES

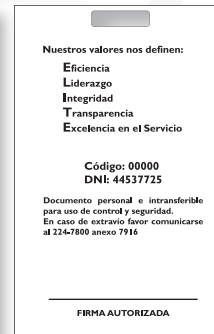
MODELO DE FOTOCHECK PARA COLABORADORES O PERSONAL (ANVERSO Y REVERSO)



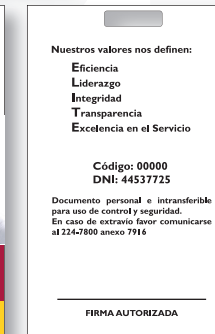
EDIFICIO A Y B



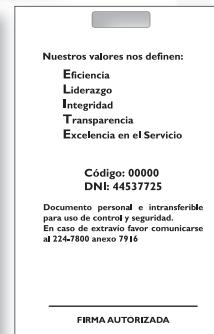
EDIFICIO E



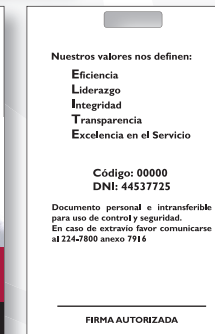
EDIFICIO C



EDIFICIO D



RESTO DE ÁREAS MÓDULOS PRE FABRICADOS



ACCESO A TODAS LAS ÁREAS DEL INDECOPÍ



III MATERIALES INSTITUCIONALES

Fotocheck para externos






- El fotocheck del visitante es un elemento que debe reflejar la imagen del Indecopi, teniendo en consideración lo indicado en la "Directiva para Control y Monitoreo de Accesos Físicos en la Sede Lima Sur del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)".

FOTOCHECK PARA VISITANTE
(ANVERSO)



IDENTIFICACIÓN DE COLORES DEL FOTOCHECK PARA PROVEEDORES, CONTRATISTAS, USUARIOS Y VISITANTES DEL INDECOPI



	VERDE	EDIFICIO A Y B
	ROJO	EDIFICIO C
	AMARILLO	EDIFICIO D
	CELESTE	EDIFICIO E
	MORADO	RESTO DE ÁREAS (MÓDULOS PRE FABRICADOS)

III MATERIALES INSTITUCIONALES

Pase vehicular

- El trabajador deberá presentar este pase vehicular como identificación al ingresar y al retirarse del estacionamiento de la institución. Esta pieza gráfica cuenta con los colores institucionales y el diseño contempla las responsabilidades de los trabajadores sobre el uso de la playa de estacionamiento.



III MATERIALES INSTITUCIONALES

Corpóreo

- La finalidad del corpóreo es contar con el material publicitario necesario para poder afrontar los diversos eventos y/o campañas de difusión institucional que logren fortalecer y afianzar la imagen y presencia institucional en los distintos públicos de interés.
- La imagen de Justino tendrá el tamaño de 172 cm. de alto con un contorno blanco de 2,5 cm. de grosor
- La nube de diálogo tiene 38,5 cm. de alto con un ancho de 73,5 cm. con un contorno blanco de 3 cm. de grosor.
- Incluye base de fierro de color negro.



IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Lapiceros y otros

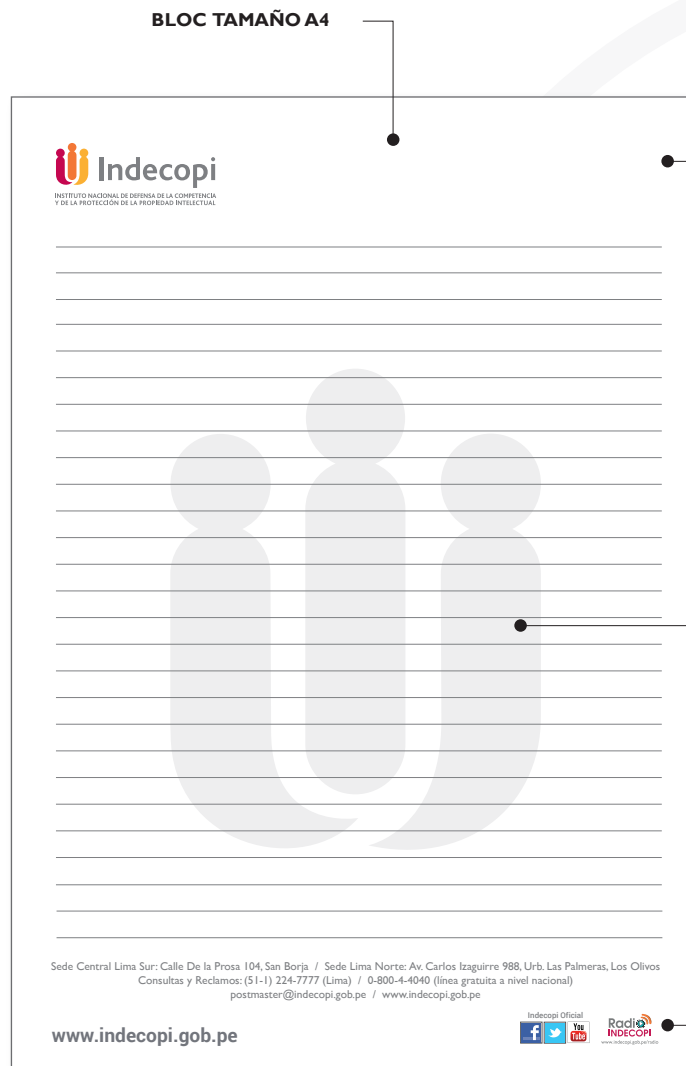
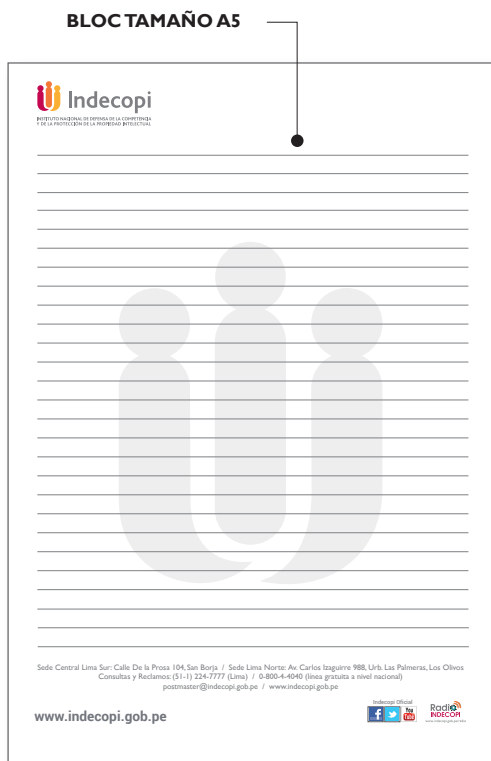
- El material de merchandising respeta los colores oficiales del Indecopi. Los fondos deben ser blancos o grises. También se puede utilizar fondo rojo usando el imago tipo a un solo color, blanco. El acabado es en serigrafiado (taza, USB, lapiceros).
- En el caso del taco de papel, es impreso a cuatro colores y encolado.



IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Bloc

- Este material se actualizará según las campañas que se estén realizando.
- La actualización de datos se dará únicamente colocando los logotipos de las campañas en la parte superior derecha.



EN LA PARTE SUPERIOR DERECHA, SE PUEDEN COLOCAR LOS LOGOS SEGÚN LAS CAMPAÑAS QUE SE ESTÁ REALIZANDO.

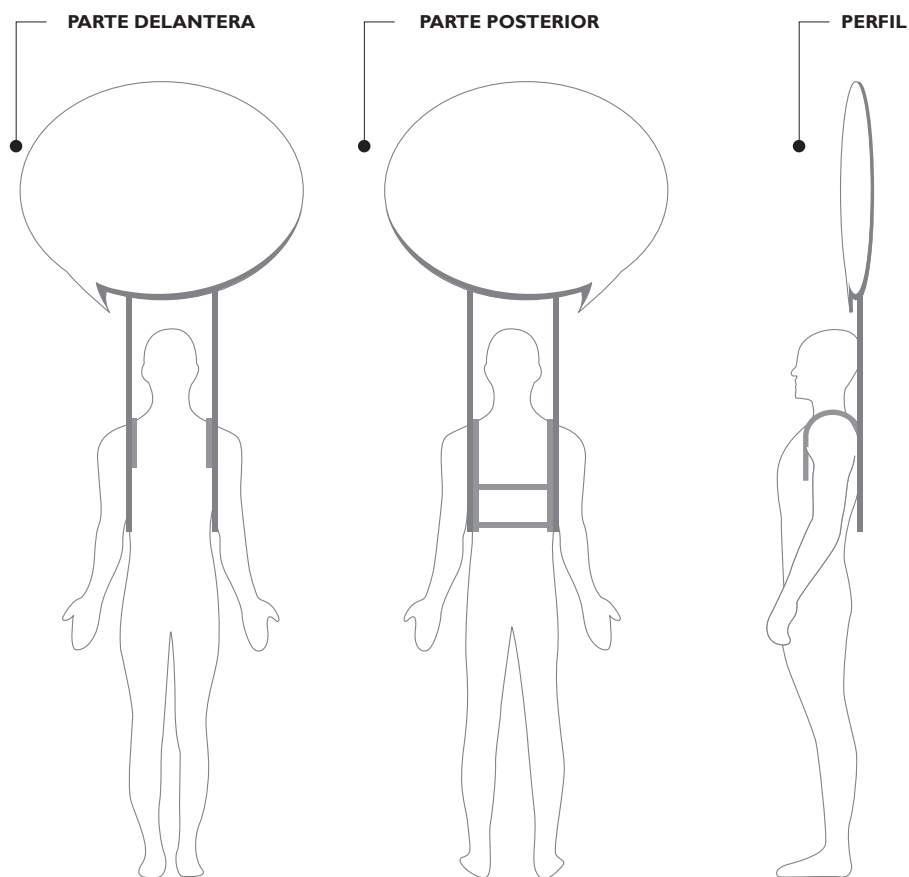
ISOTIPO GRIS 7%

**GILL SANS REGULAR 10
PTS. (A4)
GILL SANS REGULAR 7 PTS.
(A5)**

IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Display mochila

- Este display mochila se utilizará para campañas en exteriores o campo abierto, como las campañas "Indecopi a tu alcance".



IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Polos

- Los polos pueden ser confeccionados en dos modelos: en cuello redondo y cuello modelo camisero de material algodón 30/1 y algodón piqué respectivamente, acabado bordado o impreso, de preferencia blanco y rojo institucional o en su versión en gris. Pueden ser en manga corta o manga larga de acuerdo a la estación.
- Se sugiere no mostrar diferentes modelos en un mismo evento.
- Para el polo manga larga, se tomarán como referencia los polos de manga corta.



IV

IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Gorras tipo jockey y safari

- Se sugiere no mostrar diferentes colores de los modelos en un mismo evento.
- Las gorras modelos safari son exclusivas para las campañas regionales.

GORRA DE FRENTE, PARTE
POSTERIOR Y DE PERFIL TIPO
JOCKEY



GORRA DE FRENTE, PARTE
POSTERIOR Y DE PERFIL TIPO
JOCKEY



GORRA DE FRENTE, PARTE
POSTERIOR SAFARI



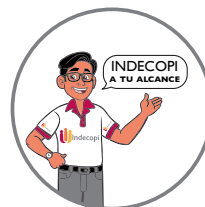
IV

IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Chalecos para campañas

- Los chalecos son de color magenta institucional (aproximación).
- Existe un diseño distinto para cada oficina regional, consignando sus números de contacto.
- Los chalecos de "Indecopi en tu ciudad" son exclusivos para las campañas en el interior del país.

"INDECOPI A TU ALCANCE" E "INDECOPI EN TU CIUDAD"



IV



PARTE DELANTERA



PARTE DE POSTERIOR



SE ACTUALIZARÁ ESTOS DATOS SEGÚN LAS OFICINAS REGIONALES

IV PIEZAS DE MERCHANDISING

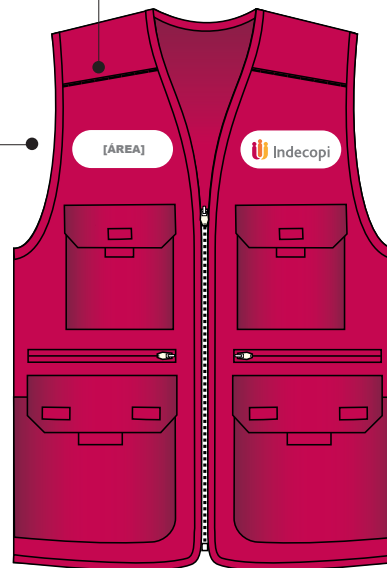
Chalecos por áreas

- Los chalecos serán actualizados con el nombre bordado en la parte delantera y en la parte posterior:



SE COLOCARÁ EL NOMBRE DEL ÁREA RESPECTIVA

PARTE DELANTERA



SE ACTUALIZARÁN
ESTOS DATOS
SEGÚN LAS ÁREAS

PARTE DE POSTERIOR



SE ACTUALIZARÁN
ESTOS DATOS
SEGÚN LAS ÁREAS

IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Bolsa

- El diseño de las bolsas debe contener los logotipos de Radio Indecopi y nuestras redes sociales, teniendo en cuenta que este producto está destinado para el público externo.



IV



IV PIEZAS DE MERCHANDISING

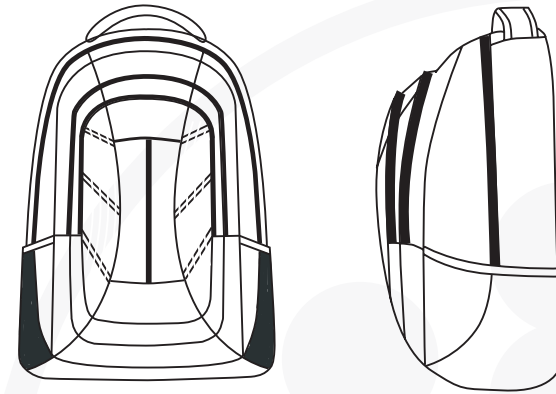
Mochila

- La mochila tiene como bordado el logotipo en la parte delantera y el isotipo en el tirante derecho.

LOGOTIPO FULL
COLOR, BORDADO



ESTRUCTURA PARA
LA CONFECCIÓN DE
LA MOCHILA



ISOTIPO FULL COLOR,
BORDADO



IV

IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Botones y pines

- Los botones deben emplear fondos blancos. Los pines metálicos pueden elaborarse en bajo o alto relieve, combinando un terminado mate y brillante.

BOTÓN INSTITUCIONAL



BOTÓN INSTITUCIONAL A COLOR



PIN METÁLICO BLANCO



PIN METÁLICO BLANCO



PIN METÁLICO DORADO BAÑO DE ORO



PIN METÁLICO PLATEADO BAÑADO EN PLATA

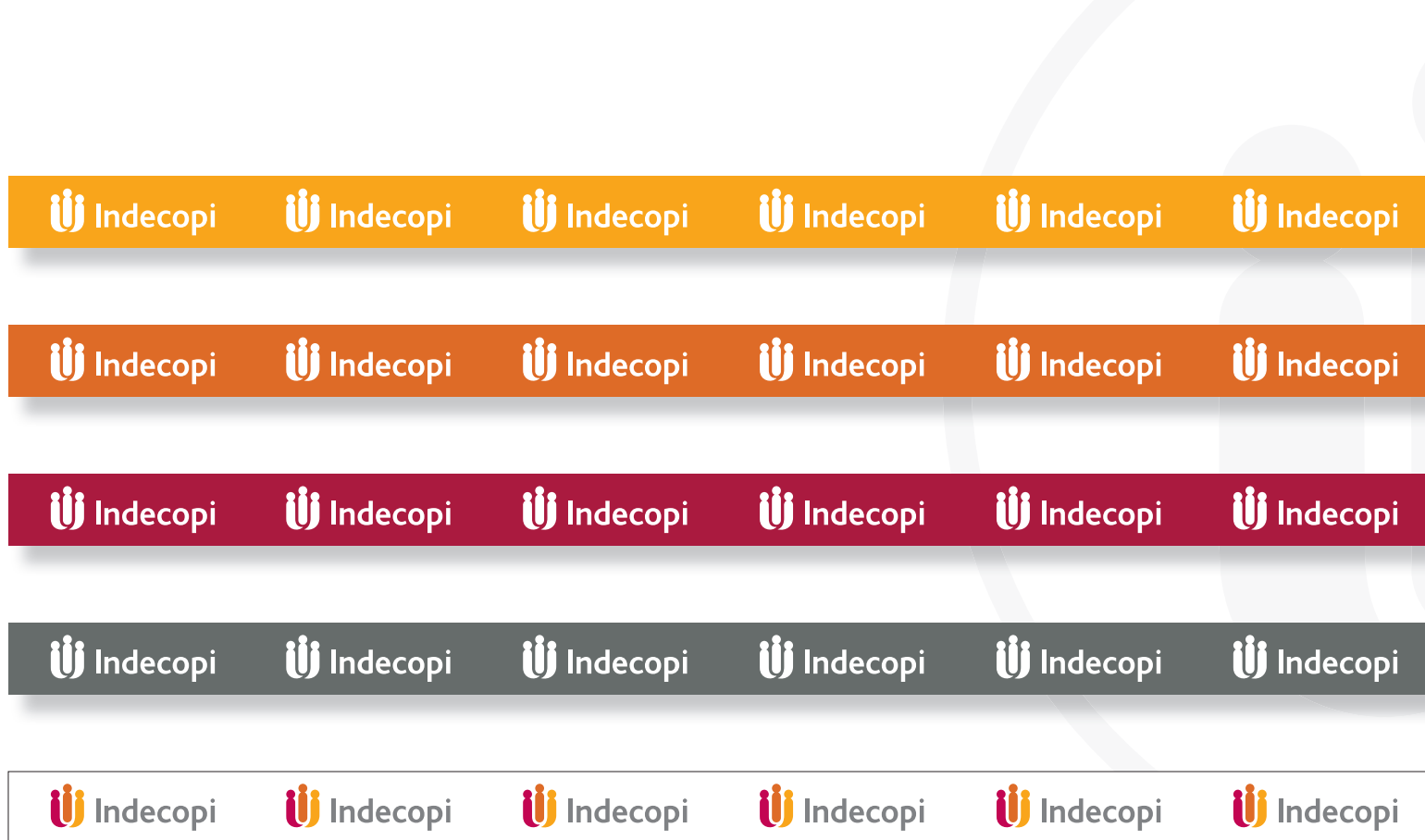


IV

IV PIEZAS DE MERCHANDISING

Texturas, cintas


- Las texturas sirven para paredes, empapelados o telas.



V PIEZAS DE PROMOCIÓN

Afiches

- Los afiches deben culminarse siempre de la misma manera, guardando el lugar designado para el imagotipo y sus proporciones.
- Se deben utilizar imágenes cercanas que miren a la cámara. Comunicar franqueza y un solo mensaje en los titulares.
- Los afiches son de tamaño A3, pero también tienen variaciones de tamaños, según coordinación de las áreas.



LIBROS Y REVISTAS ESPECIALIZADAS


Impresos y a texto completo disponible para consultas

Teléfono: 224-7800 anexos: 5063
Correo electrónico: cid@indecopi.glob.pe

Indecopi

Indecopi Oficial
Radio INDECOPI

www.indecopi.gob.pe o síguenos por:



BÚSQUEDA BIBLIOGRÁFICA

Servicio gratuito de búsqueda, selección y recuperación de información

Teléfono: 224-7800 anexos: 5063
Correo electrónico: cid@indecopi.glob.pe

Indecopi

Indecopi Oficial
Radio INDECOPI

www.indecopi.gob.pe o síguenos por:

42 CM.

29.7 CM.



SERVICIOS GRATUITOS

- Biblioteca Virtual
- Lectura en Sala
- Alerta y Actualización de Normas Técnicas
- Búsquedas Especializadas en Normalización

Teléfono: 224-7800 anexos: 5063
Correo electrónico: cid@indecopi.glob.pe

Indecopi

Indecopi Oficial
Radio INDECOPI

www.indecopi.gob.pe o síguenos por:



V PIEZAS DE PROMOCIÓN

Banderolas o roller screen

- Los banners o banderolas deben diagramarse como en el ejemplo. Es importante respetar la ubicación del imagotipo del Indecopi.

Indecopi
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

CONOCE TUS DERECHOS ANTE:

- Servicios bancarios y financieros.
- Compañías de seguros.
- Empresas de transporte terrestre, aéreo y fluvial.
- Empresas que ofertan electrodomésticos, equipos de cómputo, artículos del hogar, vehículos, equipos celulares, entre otros.
- Hoteles y agencias de viaje.
- Restaurantes.
- Servicios médicos particulares.
- Colegios, institutos y universidades particulares.
- Farmacias y boticas.
- Libro de Reclamaciones.

Haz tus consultas y reclamos de forma gratuita

Av. Los Cocos 268, Urb. Club Grau, Piura

Horario de Atención:
Lunes a viernes de 08h30 a 16h30
Telf.: 073-308549

Indecopi Oficial
f t You Tube
www.indecopi.gob.pe
Radio INDECOPI
www.indecopi.gob.pe/radio

200 CM.

100 CM.

V PIEZAS DE PROMOCIÓN

Brochure, tríptico

- Los folletos, ya sean dípticos, trípticos o volantes, deben ser simples en su diagramación. Se deben emplear bandas de color como en la muestra para resaltar las secciones de información.
- Para las sedes regionales, será modificada la columna de contacto que se encuentra en el adverso del diseño.

FOLLETO TRÍPTICO ANVERSO

La Ley General del Sistema Concursal – Ley N° 27809, regula dos clases de procedimientos concursales.

I. Ordinario (Antes conocido como Insolvencia):

Aplicable a aquellos sujetos inmersos en una situación de crisis manifiesta. En el marco de este procedimiento, los acreedores reunidos en junta podrán optar por la reestructuración patrimonial del deudor, o caso contrario, podrán aprobar su liquidación, si consideran que es la decisión más conveniente a sus intereses.

II. Preventivo:

Se aplica a aquellos agentes que anticipan la situación de crisis inminente que podría afectarlos. En este procedimiento, la junta de acreedores podrá optar por la refinanciación de obligaciones formulada por el deudor, como solución a eventuales incumplimientos que podrían derivar en la manifestación de una situación de crisis.

Las Oficinas Regionales del Indecopi de Arequipa, Loreto y Cusco, así como la sede de Lima Norte, cuentan con delegación en materia de procedimientos concursales.

Contáctanos
Lima
224 7777

Provincias (Línea gratuita)
0 800 44040

Sede Central
Calle De la Prosa 104, San Borja

Horario de atención
Lunes a viernes de **08:30 a 16:30**

www.indecopi.gob.pe

Indecopi Oficial
f t y

Radio INDECOPI
www.indecopi.gob.pe/radio

CCO Comisión de Procedimientos Concursales

Indecopi
INSTITUCIÓN NACIONAL DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL



FOLLETO TRÍPTICO REVERSO

¿Qué es la Comisión de Procedimientos Concursales?

La Comisión de Procedimientos Concursales (CCO) es el órgano encargado de tramitar los distintos procedimientos destinados a afrontar la crisis de un deudor, ya sea por incumplimiento de pagos o por pérdida de patrimonio.

Funciones de la CCO

A través de un procedimiento concursal se busca generar un ambiente idóneo para que, bajo la supervisión del Indecopi, se lleve a cabo una negociación entre los acreedores y el deudor. Así se pueden alcanzar soluciones orientadas a conseguir el máximo valor del patrimonio en crisis y por tanto las soluciones más eficientes para la extinción de las deudas.




V PIEZAS DE PROMOCIÓN

Volantes

- El lenguaje debe ser simple y claro; su intencionalidad es generar confianza. Las imágenes deben ser de personas en primer plano, amables y dispuestas a ayudar.
- Para las sedes regionales, será modificado el adverso del diseño.

VOLANTE REVERSO

Llámanos:
224 7777

Desde Provincia (Línea gratuita)
0 800 44040

Horario de Atención: Lunes a viernes de 08:30 a 16:30

Contáctanos:
www.indecopi.gob.pe

Sede Central
Calle De la Prosa 104, San Borja

Sede Lima Norte
Av. Carlos Izaguirre 988
Urb. Palmeras, Los Olivos

Indecopi Oficial
  

Radi
INDECOPI
www.indecopi.gob.pe/radio

VOLANTE ANVERSO



¿Qué es Indecopi a tu Alcance?

Es la campaña de orientación y difusión más emblemática del Indecopi. Con ello se busca empoderar al ciudadano en temas relacionados a la defensa y protección de sus derechos como consumidor y en propiedad intelectual. Empleamos módulos itinerantes para acercarnos a las personas y atenderlas de manera directa.

VI PIEZAS DE DIFUSIÓN

Nota de prensa para Lima

- El modelo de nota de prensa, que puede ser informativa y de convocatoria, mantendrá el mismo formato que el papel membretado. La imagen del Indecopi debe ser siempre diagramada de la misma manera. Se incluyen en el modelo los logotipos de los enlaces de las distintas plataformas de comunicación.

2.5 CM.
DE MARGEN

2 CM. DE
MARGEN



INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

INDECOPI sanciona a Banco Falabella por discriminar a cliente con discapacidad

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), sancionó al Banco Falabella Perú S.A. con una multa de 70 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), equivalentes a S/. 266 000, por haber negado la contratación de una tarjeta de crédito a una persona con discapacidad, y por no aplicar su protocolo para atender solicitudes de crédito de estas personas, en dos de sus sucursales.

La Comisión de Protección al Consumidor N° 1, halló responsable al Banco Falabella porque con estas acciones incurrió en prácticas discriminatorias, pues negó, en dos oportunidades, la contratación de una tarjeta de crédito a un cliente, quien por su discapacidad no podía firmar los documentos.

Se verificó, además, que en las sucursales de Banco Falabella ubicadas en el Cercado de Lima y en el distrito de Surquillo, el personal a cargo de la contratación de tarjetas de crédito omitió aplicar correctamente el protocolo interno para atender las solicitudes presentadas por personas con discapacidad, infringiendo el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Por ello, además de la multa impuesta, la Comisión ordenó al banco que cumpla con las siguientes medidas correctivas: publicar en su página web y en un lugar visible de todas sus agencias y sucursales, un aviso con el siguiente texto:

"Banco Falabella Perú S.A. informa al público en general que en este establecimiento se encuentran prohibidas todas las prácticas discriminatorias a consumidores por cualquier motivo, incluyendo distinciones injustificadas por origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica, opción sexual, discapacidad o cualquier otro motivo".

Asimismo, ordenó capacitar a todo su personal para que eviten conductas discriminatorias similares a la verificada en el presente procedimiento, debiendo acreditar dicha capacitación ante el INDECOPI, y abstenerse de realizar prácticas discriminatorias de cualquier índole que impliquen una vulneración a los derechos de los consumidores.

Lima, 29 de enero de 2014.

prensa@indecopi.gob.pe 2247800 anexos: 5011 / 5016



2 CM. DE
MARGEN

2.5 CM.
DE MARGEN

VI

VI PIEZAS DE DIFUSIÓN

Nota de prensa para regiones

- El modelo de nota de prensa regional tiene como diferencia llevar la dirección, el teléfono y correo electrónico de cada oficina regional.

2.5 CM.
DE MARGEN

2 CM. DE
MARGEN



En Huánuco el 90 % de los reclamos presentados por los consumidores fueron conciliados

El consumidor huanuqueño toma cada día mayor conciencia de sus derechos, según reflejan las estadísticas de reclamos presentados ante la Oficina Regional de INDECOPI (ORI) en Huánuco, porque el 90 % de estos fueron conciliados, es decir llegaron a una solución del problema entre consumidor y proveedor.

Entre enero a julio de presente año, la ORI Huánuco recibió 281 reclamos por parte de consumidores que no se sintieron satisfechos por los productos adquiridos o los servicios contratados, pero la mayoría de los reclamos fueron resueltos a la brevedad posible.

La jefa de dicha oficina, Jina Troyes, explicó que los reclamos se solucionaron algunos a través de una llamada telefónica con el proveedor, propuesta de solución por escrito por parte del proveedor y a través de la conciliación entre la empresa y el consumidor.

De esta cifra de reclamos, el rubro de servicios bancario y financiero encabeza la lista con 61%, seguros 7%, servicios de transporte 4%, electrodomésticos 3%, entre otros.

En dicho periodo de tiempo, solo 32 denuncias fueron presentadas por los usuarios y 41 denuncias de oficio es decir iniciados por la misma ORI. Cabe recordar que la denuncia se resuelve en un proceso administrativo (una especie de juicio) que concluye con una resolución en que se emite un veredicto.

También se presentaron, 18 trámites de propiedad intelectual (invenciones, derecho de autor y registro de marcas), 49 búsquedas de antecedentes de marcas, entre otros servicios que brinda dicha entidad estatal.

Además se realizan constantemente distintas actividades, como módulos informativos, charlas y capacitaciones con la finalidad que todos los ciudadanos de dicha localidad conozcan el Código de Protección y Defensa del Consumidor y sus derechos como consumidores.

Recordó a la población huanuqueña que pueden presentar sus reclamos o solicitar la asesoría que necesiten de manera gratuita, acudiendo a la Oficina Regional del INDECOPI, ubicada en Jirón Bolívar N° 337, Huánuco. Asimismo, pueden comunicarse al teléfono 062-517201 o a la línea gratuita 0-800-4-4040.

Huánuco, 21 de abril de 2013

prensa@indecopi.gob.pe 2247800 anexos: 5011 / 5016



2 CM. DE
MARGEN

2.5 CM.
DE MARGEN


VI

VII PIEZAS PUBLICITARIAS

Avisos de prensa

- En cualquier aviso de prensa, la imagen del Indecopi debe ser siempre diagramada de la misma manera. La tipografía puede variar dentro de la misma familia, de acuerdo con el tono del mensaje. La imagen debe ser simple e impactante en lo posible y en tonos grises.
- Se presentan dos formatos para la publicación de avisos, uno para medios impresos, el cual va a colores, y otro para medios digitales (página web), en blanco y negro.

AVISO DE PRENSA



¿Tiene Ud. observaciones a estos Proyectos de Normas Técnicas Peruanas?


La Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales no Arancelarias del Indecopi, Organismo Nacional de Normalización, pone a Discusión Pública 14 Proyectos de Normas Técnicas Peruanas (PNTP), que han sido elaborados por los Comités Técnicos de Normalización: Gestión ambiental (03), Mejores prácticas logísticas (02), Cereales, leguminosas y productos derivados (01), Petróleo y derivados. Combustibles líquidos (04), Productos forestales maderables transformados (02), Conductores eléctricos (01) y Tecnología química (01).

El detalle de esta información se encuentra disponible en la página web del Indecopi:

<http://www.indecopi.gob.pe>

Los interesados, pueden formular observaciones, siguiendo las indicaciones que aparecen en la página web mencionada.

AVISO DE PRENSA



Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Informados Avanzamos

INDECOPI inicia procedimiento sancionador a 19 empresas comercializadoras de GLP por presunta concertación de precios

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), a través de la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (ST) inició un procedimiento administrativo sancionador contra 19 empresas comercializadoras del Gas Licuado de Petróleo (GLP) vehicular, por un presunto acuerdo para fijar el precio del referido producto.

Esta situación se habría presentado en las ciudades de Chimbote y Chiclayo, lo que fue identificado mediante las constantes acciones de fiscalización que realiza el INDECOPI a nivel nacional, a través de la ST, para velar por el correcto desenvolvimiento de la competencia en los mercados.

En este sentido, la ST realizó inspecciones y requerimientos de información a diversas empresas comercializadoras del GLP vehicular. Al encontrarse indicios razonables sobre una presunta concertación para fijar el precio de dicho combustible en las ciudades de Chimbote y Chiclayo, la ST decidió abrir investigación.

Las empresas involucradas en esta presunta práctica en la ciudad de Chimbote son: Chimbote Corp S.A.C.; Servicentro Casuarinas S.A.C.; JEL Servicentro S.R.L.; Servicentro UNR S.A.; Grifos Espinoza S.A.; Corporación Dino S.A.C.; Energigas S.A.C.; Estación y Servicios Grefaan S.A.C. y Compañía General de Combustibles S.A.C.

Mientras que en la ciudad de Chiclayo, las empresas investigadas son: Coesti S.A.; Compañía General de Combustibles S.A.C.; Corporación Lumar S.A.C.; GLP Granel S.A.C.; Grupo de Gestión C S.A.; Novo Gas S.A.C.; Repsol Comercial S.A.C.; Energigas S.A.C.; Estación de Servicios Romar S.A.C.; Grifo San Antonio E.I.R.L.; Gaspetroleo S.A.C. y Llama Gas S.A.

Al amparo del artículo 21.5 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, aprobada mediante Decreto Legislativo N° 1034, se convoca a los que tengan interés legítimo para que puedan apersonarse al procedimiento o aportar información para el desarrollo de la investigación.

Lima, 4 de junio de 2014

www.indecopi.gob.pe

AVISO PARA WEB



¿Tiene Ud. observaciones a estos Proyectos de Normas Técnicas Peruanas?

Informados Avanzamos

El INDECOPI, a través de la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias, en su calidad de Organismo Nacional de Normalización, convoca a los interesados a formular observaciones y propuestas (adjuntando el sustento técnico debido) a los Proyectos de Normas Técnicas Peruanas que han elaborado los siguientes Comités:

COMITÉ TÉCNICO DE NORMALIZACIÓN DE CONDUCTORES ELÉCTRICOS

- * PNTP-IEC 60811-412:2014 Cables eléctricos y de fibra óptica – Métodos de ensayo para materiales no metálicos - Parte 412: Ensayos varios – Métodos de envejecimiento térmico – Envejecimiento en bomba de aire
- * PNTP-IEC 60245-2:2014 CABLES AISLADOS CON GOMA. Tensiones nominales hasta e inclusive 450/750 V . Parte 2: Métodos de ensayo
- * PNTP-IEC 60245-3:2014 CABLES AISLADOS CON GOMA. Tensiones nominales de hasta 450/750 V . Parte 3: Cables con aislamiento de silicona resistente al calor

COMITÉ TÉCNICO DE NORMALIZACIÓN DE TUBOS, VALVULAS Y ACCESORIOS DE MATERIAL PLÁSTICO PARA EL TRANSPORTE DE FLUIDOS

- ** PNTP 399.186:2014 ABRAZADERAS CON JUNTAS ELASTOMÉRICAS PARA TUBERÍAS PLÁSTICAS DE DRENAJE Y ALCANTARILLADO SUBTERRÁNEO

COMITÉ TÉCNICO DE NORMALIZACIÓN DE PRODUCTOS FORESTALES MADERABLES TRANSFORMADOS

- * PNTP-ISO 16978:2014 PANELES A BASE DE MADERA. Determinación del módulo de elasticidad en flexión y de la resistencia a la flexión
- ** PNTP 251.109:2014 TABLEROS DE PARTÍCULAS. Rotulado

COMITÉ TÉCNICO DE NORMALIZACIÓN DE FIBRA DE ALPACA Y SUS SUBPRODUCTOS

- ** PNTP 231.300:2014 FIBRA DE ALPACA EN VELLÓN. Definiciones, categorización, requisitos y rotulado
- ** PNTP 231.301:2014 FIBRA DE ALPACA CLASIFICADA. Definiciones, clasificación por grupos de calidades, requisitos y rotulado
- ** PNTP 231.302:2014 FIBRA DE ALPACA EN VELLÓN. Procedimiento de categorización y muestreo

COMITÉ TÉCNICO DE NORMALIZACIÓN DE PESCADOS, MARISCOS Y PRODUCTOS DERIVADOS

- * PNTP-CODEX STAN 166:2014 Barritas, porciones y filetes de pescado empanizados o rebosados congelados rápidamente

Estos proyectos estarán a disposición del público interesado para su revisión en el Centro de Información y Documentación del Indecopi de 8:30 a 16:30 horas por un periodo de (*) 30 y (**) 60 días calendario contados a partir de la fecha de publicación de este aviso.

Durante el citado período, las observaciones se podrán entregar en la mesa de partes de Indecopi, en sobre cerrado dirigido a la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias, indicando el código del Proyecto de Norma Técnica Peruana (Calle de la Prosa 104, San Borja). Para mayor información, llamar al teléfono 224-7600 anexo 5066.

CNB Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias


viernes, 13 de junio de 2014

M-NOR-641C

VII PIEZAS PUBLICITARIAS

Avisos de prensa institucional

- Para los avisos de prensa institucionales, se debe usar membrete oficial designado. Si hubiera que emplear el imagotipo del Indecopi en blanco y negro en algún aviso, usarlo en versión de grises.



Se ha iniciado un procedimiento administrativo sancionador contra 14 personas naturales y jurídicas asociadas y no asociadas a la Asociación de Propietarios Industriales Panificadores de la Provincia de Piura – ASIPAN por existir indicios de prácticas colusorias horizontales para incrementar el precio del pan en Piura.


Mediante Resolución 035-2013/ST-CLC-INDECOPI del 27 de diciembre de 2013, la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia decidió iniciar de oficio un procedimiento administrativo sancionador contra las siguientes 14 personas naturales y jurídicas asociadas y no asociadas a la Asociación de Propietarios Industriales Panificadores de la Provincia de Piura – ASIPAN, por presuntas prácticas colusorias horizontales en la modalidad de acuerdo concertado para incrementar el precio del pan en la provincia de Piura a partir del 30 de marzo de 2011:

- La señora María Elena Pella Granda.
- El señor Louis Arnaldo Pulache Herrera.
- El señor Ernesto Felizardo Ocampos Ocaña.
- La señora Marcela Victoria Cotos Cruz.
- El señor Juan Carlos Velásquez Sánchez.
- El señor Augusto Gregorio Suárez Rodríguez.
- La señora Lucía Angélica Acosta de Suárez.
- El señor Luis Alberto Sandoval Murguía.
- La señora María Gregoria Chero Pacheco.
- La señora Sunciona Ordínola Gallardo.
- El señor Segundo Enrique Baca Huiman.
- La señora Zóila del Milagro Herrera Curay.
- Inversiones Norbla's S.R.L.
- Panadería DC E.I.R.L.

La prohibición de estas conductas se encuentra tipificada como infracción administrativa en los artículos 1 y 11 del Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 21.5 del Decreto Legislativo 1034, cualquier persona con interés legítimo puede acudir a la Secretaría Técnica para apersonarse al procedimiento o aportar información que ayude a la investigación.

**Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia
Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI**
Dirección: Calle de la Prosa 104, San Borja, Lima. Perú
Teléfono: (51)(1) 2247800, anexo 1211



Se ha iniciado un procedimiento administrativo sancionador contra 132 agentes económicos peruanos y chilenos por existir indicios de prácticas colusorias horizontales para fijar el precio del servicio de transporte terrestre internacional de pasajeros en Taxi Colectivo entre las ciudades de Tacna y Arica.

Mediante Resolución 037-2013/ST-CLC-INDECOPI del 27 de diciembre de 2013, la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia decidió iniciar de oficio un procedimiento administrativo sancionador contra los siguientes 132 agentes económicos peruanos y chilenos, por presuntas prácticas colusorias horizontales en la modalidad de acuerdo concertado para fijar el precio del servicio de transporte terrestre internacional de pasajeros en Taxi Colectivo entre las ciudades de Tacna y Arica, desde el año 2009:

Empresas

1. Empresa de Transporte Espinoza Hnos. S.R.L.
2. Empresa de Transporte Uruchi S.R.L.
3. Empresa de Transporte Perú Express S.R.L.
4. Empresa de Transporte Valdivia S.R.L.
5. Empresa de Transporte Los Angeles S.R.L.
6. Empresa de Transporte Turístico Chasquiter S.R.L.
7. Empresa de Transporte La Alameda S.R.L.
8. Empresa de Transporte Oliver S.R.L.
9. Empresa de Transporte Perú S.A.
10. Empresa de Transporte Incatur S.R.L.
11. Empresa de Transporte Turístico Internacional Tacna S.C.R.L.
12. Empresa de Transporte San Antonio S.R.L.
13. Empresa de Transporte San Marcos S.C.R.L.
14. Empresa de Transporte Santa Rosa S.R.L.
15. Empresa de Transporte Takana S.R.L.
16. Empresa de Transporte Yawar S.A.C.
17. Empresa de Transporte Choferes Unidos S.R.L.
18. Empresa de Transporte El Chaski S.R.L.
19. Cooperativa de Transporte Perú 242
20. Empresa de Transporte de Pasajeros San Salvador S.R.L.
21. Empresa de Transporte El Rápido S.R.L.
22. Empresa de Transporte Mayk Tours E.I.R.L.
23. Transporte Turismo Águila S.A.C.
24. Empresa de Transporte Pacífico del Sur S.R.L.
25. Empresa de Transporte Internacional Ciro S.A.C.
26. Empresa de Transporte Internacional Yacos S.C.R.L.
27. Empresa de Transporte Rosario E.I.R.L.
28. Turismo Meriba S.A.C.
29. Empresa de Transporte Turismo Hospicio S.A.C.
30. Empresa de Transporte Edu Express S.R.L.
31. Oviedo Hermanos LTDA.
32. San Lorenzo LTDA.
33. By LTDA.

Personas naturales (apellidos y nombres)

34. Aguirre Carmona, Olga Ernestina
35. Alarcón Espinoza, Nieves Hortencia
36. Alay Linares Juan Manuel
37. Álvarez Rocha, Nora
38. Andía Plaza, Luis Fidel Armando
39. Apablaza Torres, Julieta de las Mercedes
40. Arancena Valdovinos, Anselmo Leonardo
41. Araya Alvarez, Juana Rosa
42. Arriagada Paredes, Gabriela Ana de Lourdes
43. Ascuña López, Luis Iván
44. Barbieri Cáceres, Fernando Manuel

VII PIEZAS PUBLICITARIAS

Publicidad para revistas

- El Indecopi debe mostrar una imagen sólida. Se debe respetar la diagramación y recurrir a los elementos mostrados en este manual con sus respectivas variantes, para elaborar la inserción de texto sobre las imágenes.
- La ubicación de los gráficos y sus tamaños pueden variar según los requerimientos específicos.

9 Buenas Prácticas en Gestión Pública
Reconocidas por Ciudadanos al Día

Indecopi
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Servicios de excelencia para más peruanos

XII Concurso Nacional de Inventiones 2013

Premios obtenidos por las prácticas:

- **Indecopi 2.0: Conexión con los Ciudadanos**
- **"Alóbanco": Atención de Reclamos Bancarios** En alianza con Asbanc

Buenas Prácticas en Gestión Pública:

- **Eficiencia en las contrataciones:** Mejores procedimientos, mejores resultados
- **Indecopi y la ecoeficiencia:** Un ejemplo para la consolidación de la gestión ambiental efectiva
- **Campañas de formalización de software en las pymes**
- **Cálculo automático de sanciones a quien impone barreras burocráticas ilegales:** Desarmabarreras
- **Conocimientos colectivos:** Promoviendo el respeto a la cultura e identidad de los pueblos indígenas del Perú
- **Concurso Nacional de Inventiones:** Estimulando la cultura y registro de patentes
- **Mira a quién te compras:** Herramienta que nos ayuda a tomar buenas decisiones de compra

[Logotipo Oficial del Gobierno]

www.indecopi.gob.pe

9 Buenas Prácticas en Gestión Pública
Reconocidas por Ciudadanos al Día

Indecopi
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Servicios de excelencia para más peruanos

XII Concurso Nacional de Inventiones 2013

Premios Obtenidos por las Prácticas:

- **Indecopi 2.0: Conexión con los Ciudadanos**
- **Alóbanco: Atención de Reclamos Bancarios** En alianza con Asbanc

Buenas Prácticas en Gestión Pública:

- **Eficiencia en las Contrataciones:** Mejores Procedimientos Mejores Resultados
- **Indecopi y la Ecoeficiencia:** Un ejemplo para la consolidación de la gestión ambiental efectiva
- **Campañas de Formalización de Software en las Pymes**
- **Cálculo Automático de Sanciones a quién impone Barreras Burocráticas Ilegales:** Desarma Barreras
- **Conocimientos Colectivos:** Promoviendo el respeto a la cultura e identidad de los pueblos indígenas del Perú
- **Concurso Nacional de Inventiones:** Estimulando la Cultura y Registro de Patentes
- **Mira a Quién le Compras:** Herramienta que nos ayuda a tomar buenas decisiones de compra

[Logotipo Oficial del Gobierno]

www.indecopi.gob.pe

VII

VII PIEZAS PUBLICITARIAS

Vía pública, vallas

- Las piezas publicitarias son importantes para reflejar la imagen del Indecopi. Los mensajes deben ser simples y claros.
- El tamaño de las vallas publicitarias en la vía pública (espacio gráfico), es de 4.52 metros de largo por 2.28 metros de alto y el espacio, incluyendo el marco, es de 4.72 metros por 2.48 metros.

ANCHO DE MARCO 10 CM.

TAMAÑO DEL ALTO 2.28 MTS.

ANCHO DE MARCO 10 CM.

Un ciudadano informado escucha

Radió INDECOPI

www.indecopi.gob.pe/radio

Indecopi
siguenos
Indecopi Oficial
Radió INDECOPI
www.indecopi.gob.pe/radio
Logotipo Oficial del Gobierno

ANCHO DE MARCO 10 CM.

ANCHO DE MARCO 10 CM.

TAMAÑO DEL ESPACIO GRÁFICO 4.52 MTS.

TAMAÑO DE LARGO TOTAL 4.72 MTS.

VII

TAMAÑO DEL ESPACIO GRÁFICO 4.52 MTS.

VII PIEZAS PUBLICITARIAS

Vía pública, vallas

ANCHO DE MARCO 10 CM.

TAMAÑO DEL ALTO 2.28 MTS.

ANCHO DE MARCO 10 CM.

Un ciudadano informado escucha

Radio INDECOPI

www.indecopi.gob.pe/radio

Indecopi **siguenos** **Radio INDECOPI** www.indecopi.gob.pe/radio

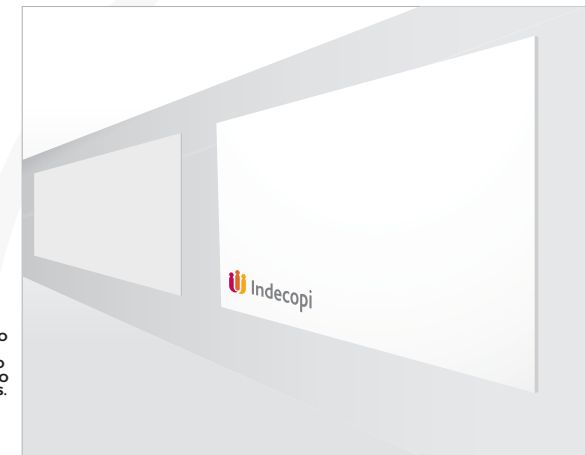
ANCHO DE MARCO 10 CM.

ANCHO DE MARCO 10 CM.

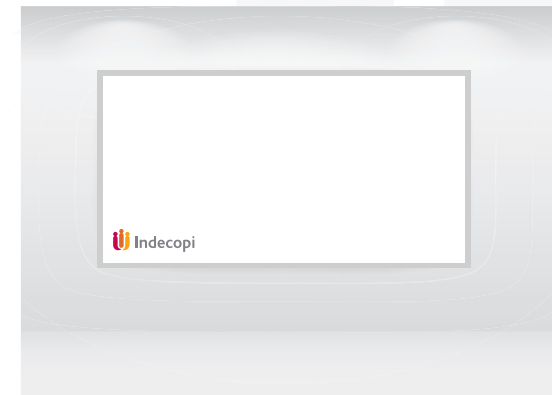
TAMAÑO DEL ESPACIO GRÁFICO 4.52 MTS.

TAMAÑO DE LARGO TOTAL 4.72 MTS.

VISTA EN PERSPECTIVA DEL VINIL ENVÍA PÚBLICA



VISTA FRONTAL DEL VINIL



VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Certificado


- Cuando haya que ubicar logotipos de otras entidades, el imago tipo del Indecopi se desplaza hacia la izquierda, siendo el primero en lectura.





VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Invitación

- Las invitaciones están diseñadas con los colores institucionales del Indecopi.
- Diagramar la invitación en cualquier formato que se necesite. Usar solo los colores del Indecopi y negro o gris 85% para la tipografía.



 **Indecopi**

 **Concurso Nacional
de Periodismo**
Promocionando la Propiedad Intelectual

*El presidente del Consejo Directivo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la
Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPÍ – tiene el agrado de invitar a la*

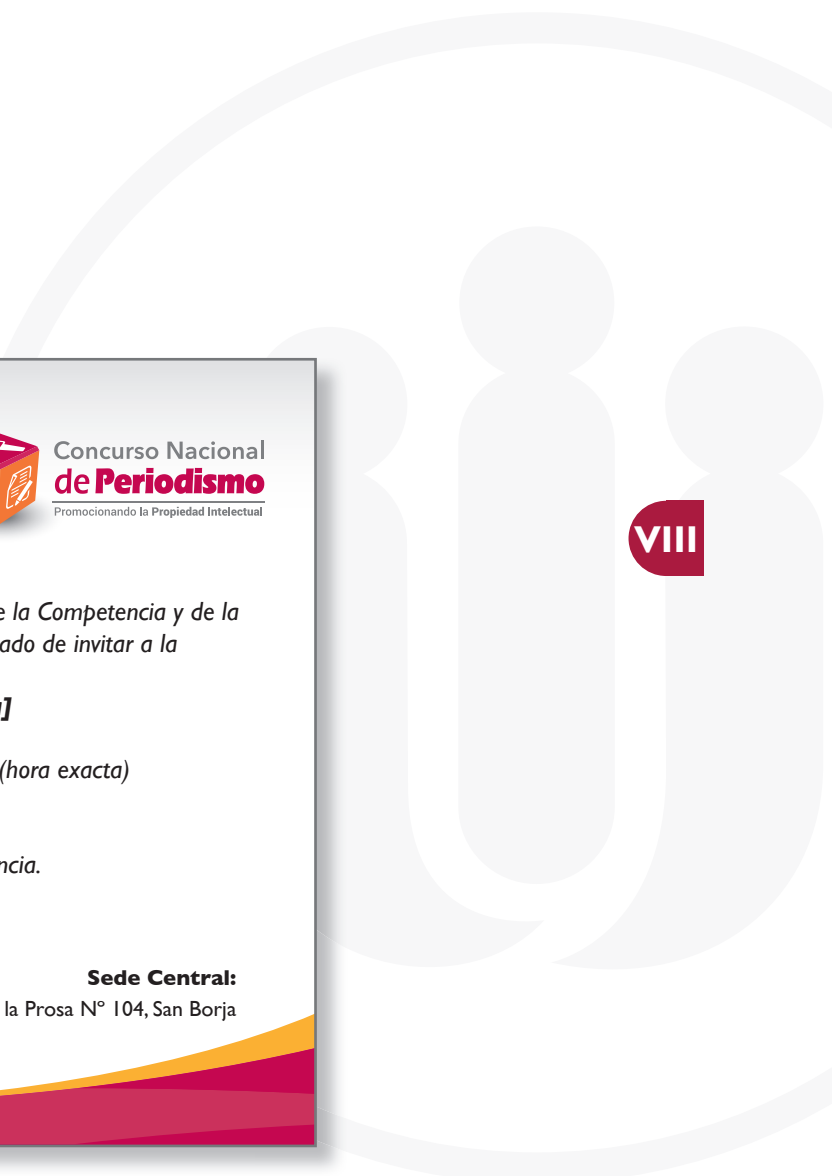
Premiación a los ganadores del [Tema]

*a realizarse el día [Fecha acordada] a las [Hora acordada] (hora exacta)
en la Sede Central del Indecopi.*

[Nombre del funcionario] agradece su gentil asistencia.

R.S.V.P
2247800 Anexo 5011
[correo]@indecopi.gob.pe

Sede Central:
Calle De la Prosa N° 104, San Borja



VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Backing

- El backing sirve para identificar a la entidad en alguna conferencia de prensa, entrevista o evento.
- El backing puede ser, como en este ejemplo, el fondo en forma curva envolvente con el imagotipo del Indecopi en el fondo.



VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Backing

- Otro ejemplo de backing. En este caso, el fondo plano con el imagotipo intercalado con los colores institucionales. Se puede usar también el fondo rojo Pantone 207C con el imagotipo del Indecopi en blanco.



VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Backing

- Otro ejemplo de backing. En este caso, el fondo plano con los imagotipos intercalados, uno a colores sobre fondo blanco y el otro en fondo rojo Pantone 207C con el imagotipo en blanco, creando un contraste y una secuencia.

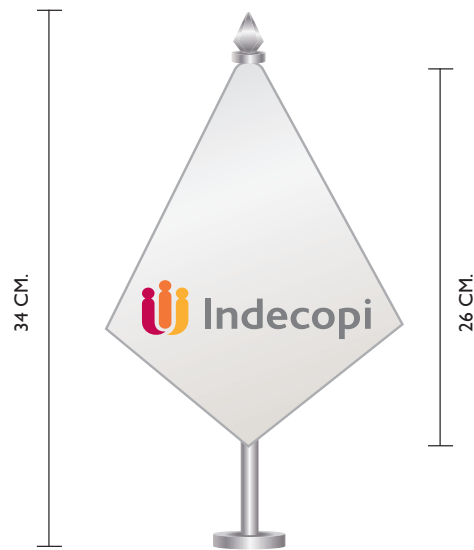


VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Sistema de banderas

- Las banderas institucionales deben tener el fondo blanco y el imago tipo a color.



VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Sistema de banderas

- El sistema de banderas o banners puede variar en tamaño dependiendo de la necesidad.

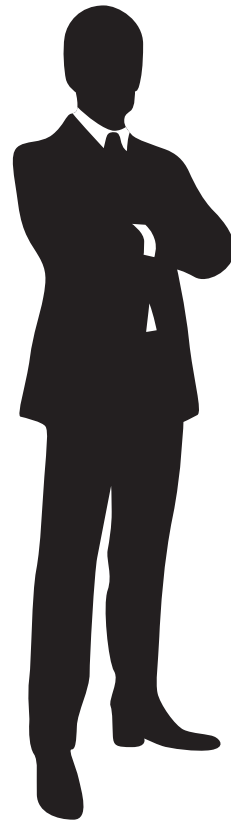
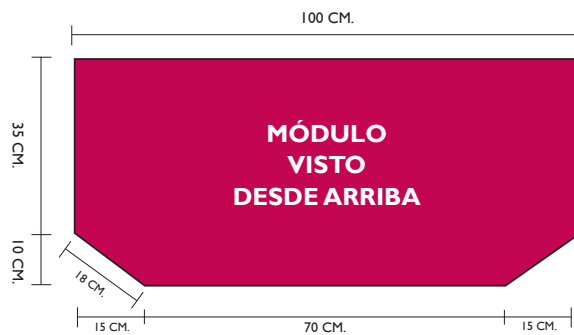


VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Módulo stand

- El stand deberá elaborarse en color blanco con toques del color Pantone DS 126-1 C. Deben respetarse los colores institucionales.

MÓDULO MALETA DE STAND



200 CM.



25 CM.

85 CM.

90 CM.

15 CM.

70 CM.

15 CM.

100 CM.

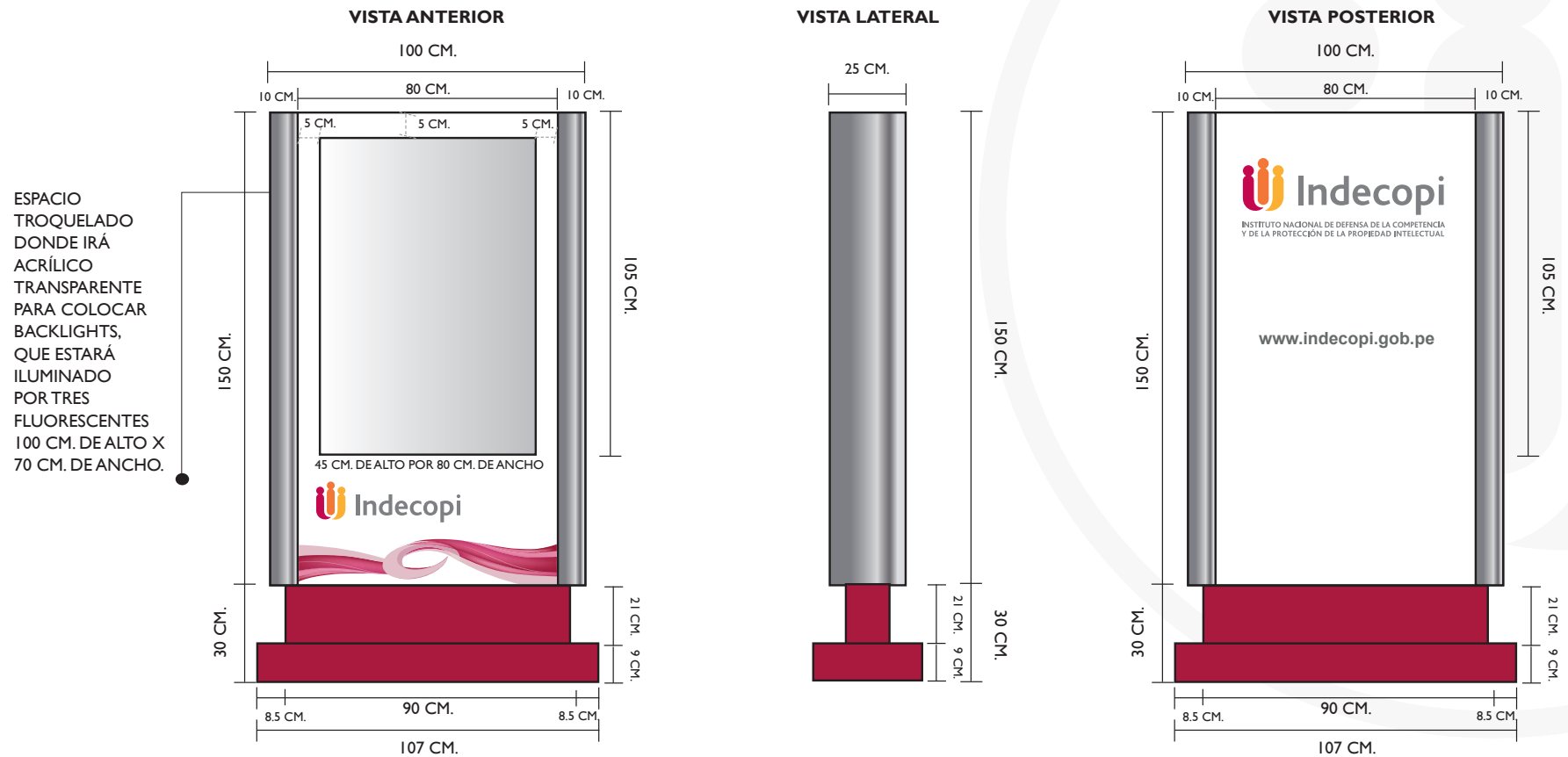


VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Tótem

- El tótem estará ubicado en interiores para su visibilidad y difusión.
- Esta pieza tiene un arte para las gráficas consideradas, tanto en la parte anterior como para la parte posterior:
- Deberá elaborarse en color blanco con toques del color Pantone DS 126-1 C. Debe respetar los colores institucionales.



VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Credenciales

- Las credenciales se otorgarán en campañas donde haya participantes y/o expositores.
- El imago tipo del Indecopi es el único elemento inamovible, los demás se modificarán de acuerdo al evento a realizar.



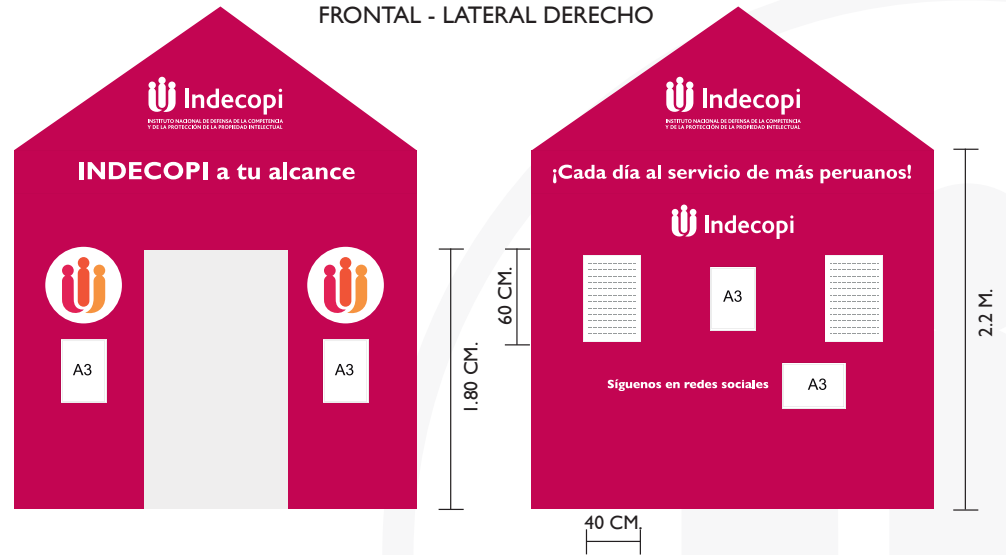
VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Carpas

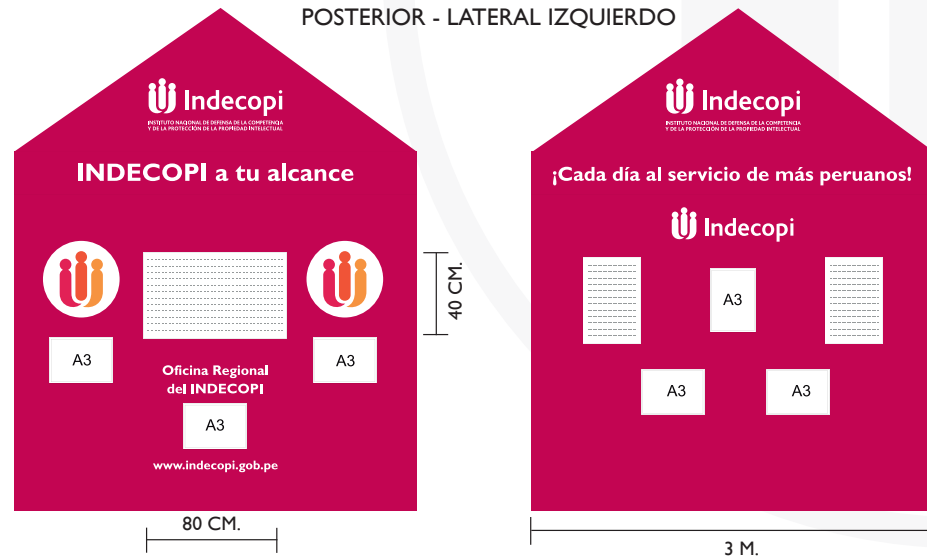
- Los colores, los tamaños y posición de los isotipos, así como el tamaño de las carpas, se deberán respetar para el uso de todas las oficinas regionales.



FRONTAL - LATERAL DERECHO



POSTERIOR - LATERAL IZQUIERDO



VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Cenefas, banderines y globos

- La cenefa decorativa o los banderines pueden servir en eventos o reuniones para decorar los ambientes.
- En los globos, solamente se utilizarán los colores institucionales.



VIII



VIII PIEZAS PARA EVENTOS

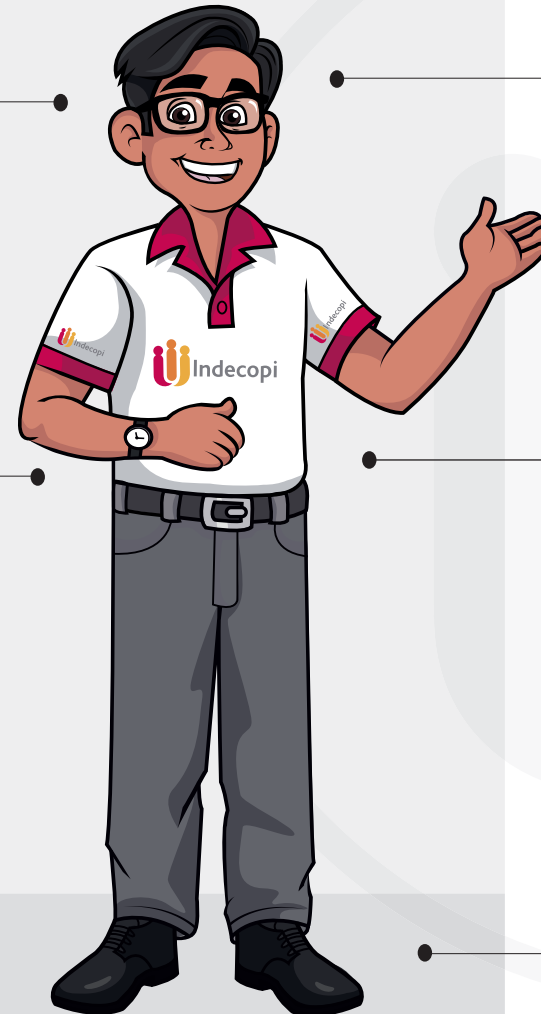
Muñeco institucional

- El muñeco institucional del Indecopi está representado por un personaje animado llamado Justino. Es el personaje encargado de educar, informar, orientar, proteger y defender al público consumidor y en general, como representante del Indecopi.
- Justino no está solo, cuenta con una familia que lo apoya en las distintas tareas que se le encomiendan.

INTELIGENTE, INVESTIGADOR
Y ANALÍTICO
(SUS LENTES LO REFLEJAN)

USA RELOJ
PORQUE ESTÁ
ATENTO A LOS
PLAZOS LEGALES

JUSTINO CARACTERÍSTICAS



JOVEN Y
DINÁMICO
(30 AÑOS DE
EDAD)

PROACTIVO,
COMPROMETIDO,
ATENTO,
DETALLISTA Y
SOLIDARIO

SU VESTIMENTA ES SPORT
ELEGANTE.
USA POLO PIQUÉ
PORQUE ESTÁ LISTO PARA
TRABAJAR EN OFICINA Y
EN CAMPO

VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Uniforme de Justino, muñeco institucional

“Justino” está compuesto por las siguientes partes y en orden de colocación:

- Chaleco refrigerante, que incluye cinco bolsas que deberán ser colocadas antes del uso del muñeco en un refrigerador.
- La segunda pieza en colocarse es la piel y luego los brazos.



ESTA ES LA PRIMERA
PIEZA QUE DEBERÁ
COLOCARSE



ESTA INDUMENTARIA
SE UTILIZA SOBRE EL
CHALECO REFRIGERANTE.
EN ESTE CASO, EL
PROVEEDOR DEBERÁ
RECIBIR APOYO PARA SU
COLOCACIÓN

VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Uniforme de Justino, muñeco institucional

- Luego, se deberá proceder a colocar el polo emblema de Justino.
- Una vez colocada la parte superior, se deberá proceder a poner el pantalón. No lleva basta, por lo cual, si sobrara tela, solo se tendría que dar un doblez hacia adentro, tipo basta



DEBE COLOCARSE
CON AYUDA DE UN
TERCERO PARA EVITAR
ROMPERLO O JALARLO
INNECESARIAMENTE

VIII

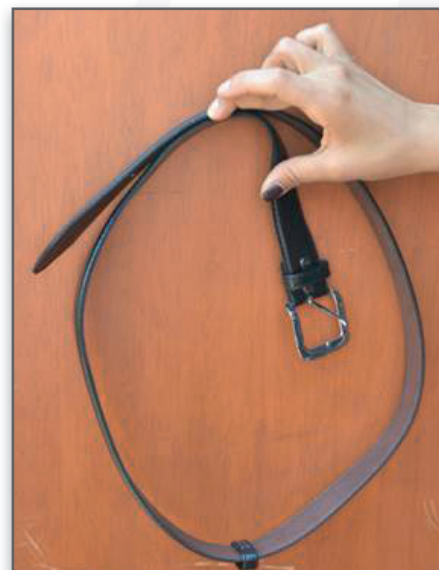
EL PANTALÓN ESTÁ
DISEÑADO PARA UNA
PERSONA DE 1.70 M.
COMO MÍNIMO

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Uniforme de Justino, muñeco institucional

- Una vez colocado el pantalón, se procede a colocar los zapatos. Fijarse bien el lado del zapato, es decir, izquierda o derecha.
- Puesta la parte superior e inferior; recién colocar la correa en el pantalón.

SE DEBE TENER CUIDADO
AL MOMENTO DE
UTILIZARSE; NO
MOJARLOS, NO PASAR POR
PIEDRAS Y/O VIDRIOS, ETC



DEBERÁ AJUSTARSE SOLO
CUANDO SE TENGA EL
POLO EMBLEMA PUESTO
HACIA DENTRO DEL
PANTALÓN

VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Uniforme de Justino, muñeco institucional

- Luego, se deberá colocar el reloj; es indistinto el lado, puede ir a la izquierda o a la derecha.
- Finalmente, lo último en colocarse es la cabeza de Justino.

EL RELOJ SE COLOCA
INDISTINTAMENTE EN
CUALQUIERA DE LOS
BRAZOS



LA CABEZA ES EL PIEZA
FINAL DE COLOCARSE

VIII

VIII PIEZAS PARA EVENTOS

Familia peruana

- Los personajes que acompañan a Justino conforman una familia de cuatro integrantes. Representa a la familia peruana y aparecen junto al muñeco institucional como actores de reparto para la presentación de consejos y/o campañas institucionales. Sus características son:

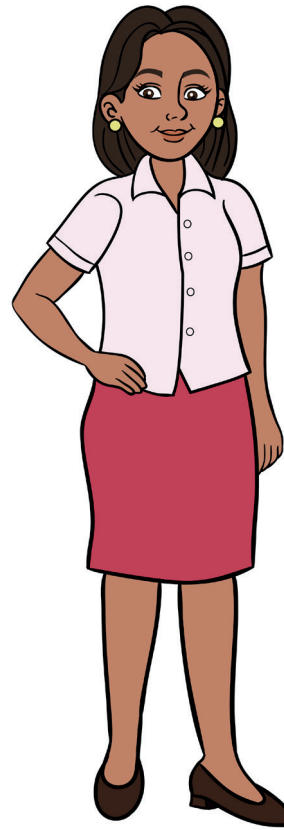
FAMILIA PERUANA

PAPÁ
HOMBRE ADULTO
GÉNERO: MASCULINO
EDAD: 28-35
ESTILO DE VIDA:
EMPRENDEDOR
ROLES Y ACCIONES: PADRE
DE FAMILIA, EMPRESARIO,
ENTRE OTROS



MAMÁ

MUJER ADULTA
GÉNERO: FEMENINO
EDAD: 25-35
ESTILO DE VIDA: EMPRENDEDORA
ROLES Y ACCIONES: MADRE
DE FAMILIA, EMPRESARIA, ENTRE
OTRAS FUNCIONES



HIJO
ADOLESCENTE
GÉNERO: MASCULINO
EDAD: 13-15
ACTITUD: ENTUSIASTA
ROLES Y ACCIONES: NIÑO EN
EDAD ESCOLAR, JUGUETÓN, VIVAZ,
ENTRE OTROS



HIJA

NIÑA
GÉNERO: FEMENINO
EDAD: 6 -9
ACTITUD: ENTUSIASTA
ROLES Y ACCIONES:
NIÑA EN EDAD
ESCOLAR, JUGUETONA,
VIVAZ, ENTRE OTROS



VIII

IX MEDIOS VIRTUALES

Página web

- La página web es, sin duda, un elemento importante para la comunicación institucional del Indecopi.
- El enlace virtual de la página principal es: www.indecopi.gob.pe

IMAGEN REFERENCIAL

Indecopi
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

miércoles, 14 de agosto del 2014

Agregar a favoritos | Recomendar la página

Indecopi a tu servicio
Síguenos en redes sociales
#IndecopiOficial

Quiénes Somos	DEFENSA DE LA COMPETENCIA	PROPIEDAD INTELECTUAL	PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	INFRAESTRUCTURA DE LA CALIDAD	OTROS SERVICIOS
Quiénes Somos	• Competencia Desleal • Dumping y	• Derecho de Autor • Invenções y Nuevas	• Protección al Consumidor • Presenta tu	• Acreditación • Metrología • Normalización	• Atención al Ciudadano • Azucareras

IX

IX MEDIOS VIRTUALES

Banner web

- Estos banners se encontrarán publicados en la página web de la institución.
- El enlace virtual de la página principal es: www.indecopi.gob.pe



TEXT
INFORMATIVO

IMAGEN
REGRENCIAL

BOTÓN INTERFAZ
DE BANNERS

IX MEDIOS VIRTUALES

Boletín mensual electrónico

- Este es un ejemplo gráfico de cómo diagramar los boletines. Las imágenes pueden ser las que distingan al producto o contenido.



IX MEDIOS VIRTUALES

Redes sociales, Facebook

- Ejemplo de la imagen del Indecopi en Facebook.
- Esta es la página principal. Su enlace virtual es: www.facebook.com/IndecopiOficial

Indecopi Oficial

Indecopi Oficial
Organización gubernamental

47 356 Me gusta
2660 visitas

A **Atena Bardales, Eva María Verástegui** y 43 amigos más les gusta esto o estuvieron aquí.

Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

Indecopi Oficial hace 3 horas

¿Necesitas orientación para el registro de tus obras? Entonces ingresa al siguiente enlace: <http://goo.gl/6DCmUH>

► Para más información, comunícate con nuestra Dirección de Derecho de Autor llamando al 2247800 anexo 3701.

Un creador informado protege
sus obras

Nuevo Mundo Viajes
¡CYBER SHOPPING! Miami a un Precio Increíble, por tiempo limitado! compra en www.nuevomund...

Tecsap Virtual
tecsup.edu.pe
En cualquier momento, en cualquier lugar ¡No hay excusas, estudia a distancia!
A Tinoco Julio le gusta esto

IX MEDIOS VIRTUALES

Redes sociales, Twitter

- Página oficial de Indecopi en redes sociales como Twitter
- Esta es la página principal. Su enlace virtual es: www.twitter.com/IndecopiOficial

Llámanos
224 - 7777
(Lima)
0 800 44040
(Provincia)

Infórmate | Reclama | Comparte

Síguenos en: Indecopi Oficial

TWEETS 5 128 FOTOS/VIDEOS 567 SIGUIENDO 156 SEGUIDORES 76,8K Más ▾

Indecopi Oficial
@IndecopiOficial

Somos una entidad estatal que propicia el buen funcionamiento del mercado, defiende a los consumidores, y protege la propiedad intelectual en el Perú.

indecopi.gob.pe
Se unió en enero de 2012

Twitter a Indecopi Oficial

1 Seguidor que conoces

567 fotos y videos

Tweets Tweets y respuestas

Indecopi Oficial @IndecopiOficial · 3 h

¿Necesitas orientación para el registro de tus obras? Entonces ingresa al siguiente enlace: goo.gl/6DCmUH

Un **creador** informado protege sus **obras** registrándolas

Lima **224 7777**
sacreclamo@indecopi.gob.pe

A quién seguir · Refrescar · Ver todos

- Claro Perú** @ClaroPeru Seguido por Rossanna Victoria Seguir Promocionado
- Alvarez Rodrich** @alvar... Seguido por Lamulaenvivo... Seguir
- AldoMiyashiro** @EIMiyashiro Seguido por MARIA VICTO... Seguir

Cuentas populares · Encontrar amigos

Tendencias · Cambiar

#PeruDecide

IX

IX MEDIOS VIRTUALES

Redes sociales, YouTube

- Página oficial del Indecopi en redes sociales como YouTube.
- Esta es la página principal. Su enlace virtual es: www.youtube.com/user/IndecopiOficial

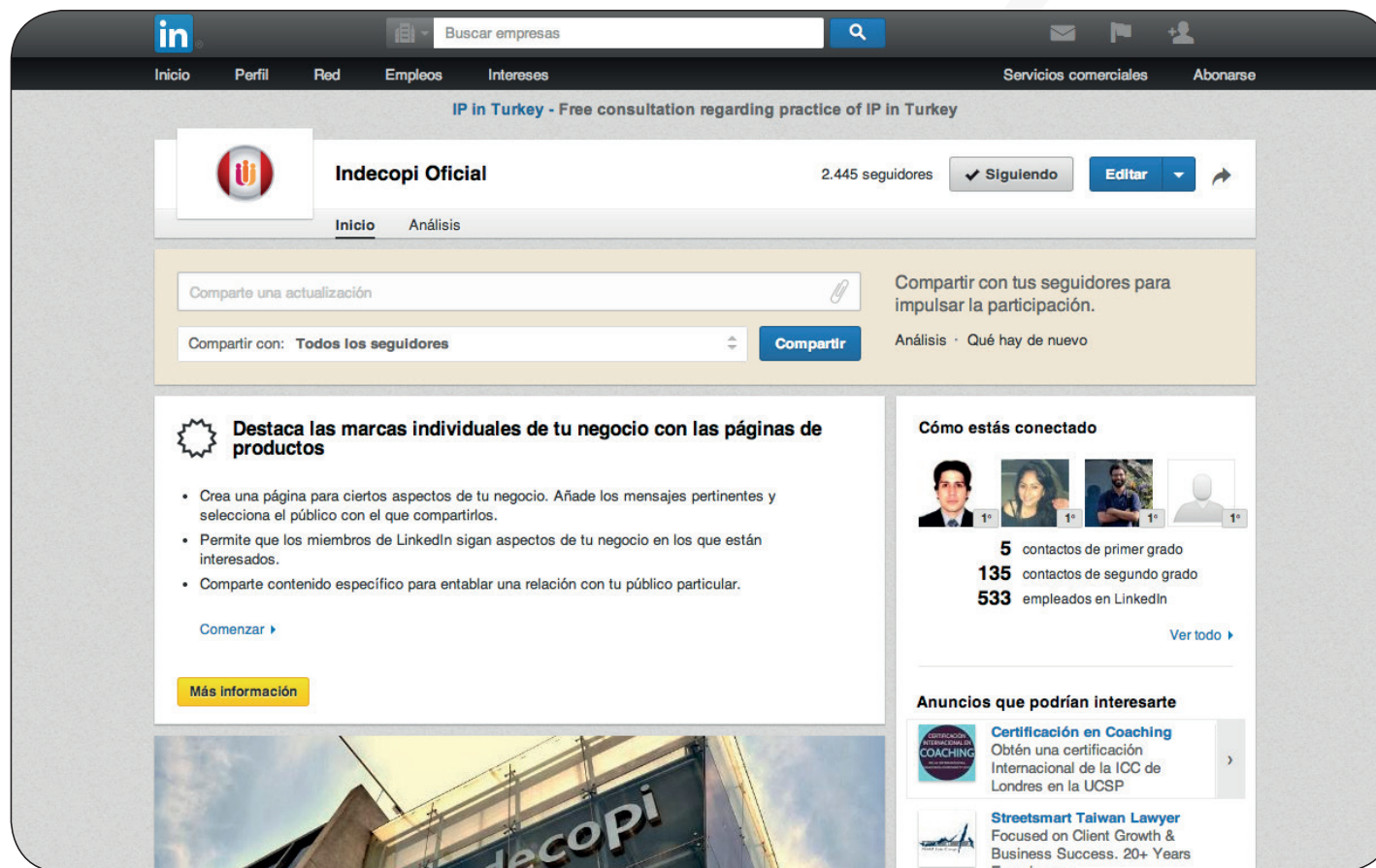


IX

IX MEDIOS VIRTUALES

Redes sociales, LinkedIn

- Página oficial del Indecopi en redes sociales como LinkedIn.
- Esta es la página principal. Su enlace virtual es: www.linkedin.com/company/IndecopiOficial



IX

IX MEDIOS VIRTUALES

Redes sociales, Foursquare

- Página oficial del Indecopi en redes sociales como Foursquare.
- Esta es la página principal. Su enlace virtual es: **es.foursquare.com/v/IndecopiOficial**

FOURSQUARE Estoy buscando... Lima, PE Entrar Registrarse

Indecopi
Edificio gubernamental y Oficina
Ca. De La Prosa 104 (Avenida del Aire), San Borja, 41, Perú

Direcciones +51 1 2247800 @indecopioficial IndecopiOficial indecopi.gob.pe

Horas: Cerrado hasta la(s) 8:30, mañana (Mostrar más)

¡Bienvenidos al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual!

Aquí Ahora	Total de visita...	Total de visitas
1	867	6.662

GUARDAR <http://4sq.com/cELbp> COMPARTIR

Mira lo que tus amigos están diciendo acerca de Indecopi.

Señora Lupas, Steeving Barzola y 30 amigos más usan Foursquare

Regístrate con Facebook Regístrate con tu email

Más como Indecopi

- SUNARP**
Av. Edgardo Rebagliatti 561
- OSIPTEL**
Ca. De la Prosa 136
- SUNAT**
Ca. Juan de Arona 887

Lugares a los que la gente va después de Indecopi

- McDonald's**
6.5 Av. Javier Prado Este 1790 (Esq. Gua...)
- CC La Rambla**
7.3 Av. Javier Prado Este 2050
- Jockey Plaza**
8.5 Av. Javier Prado Este 4200, Santiago ...

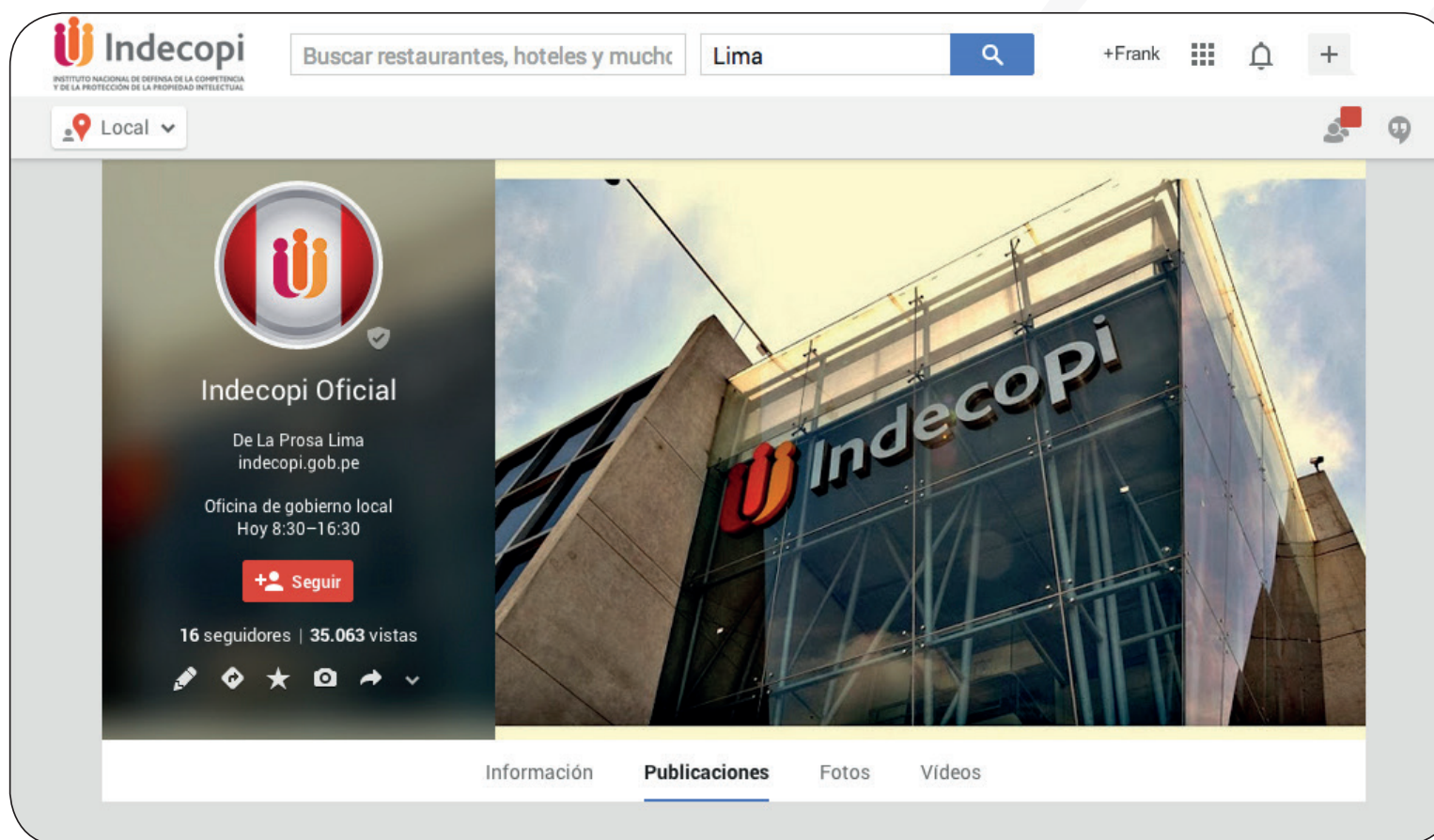
Aparece en 2 listas

IX

IX MEDIOS VIRTUALES

Redes sociales, Google+

- Página oficial del Indecopi en redes sociales como Google+
- Esta es la página principal. Su enlace virtual es: plus.google.com/102005460431554710322/posts



IX

IX MEDIOS VIRTUALES

Redes sociales, Pinterest

- Página oficial del Indecopi en redes sociales como Pinterest
- Esta es la página principal. Su enlace virtual es: www.pinterest.com/IndecopiOficial



X COMUNICACIÓN INTERNA

Banner informativo para comunicación interna

- Este es un ejemplo gráfico de cómo diagramar los boletines informativos internos.

Inscríbete
Tarde de
TALENTOS

octubre
16h30
25

Puedes inscribirte hasta el **16 de octubre** en las siguientes categorías:

- ★ Canto individual
- ★ Sketch Amateur o Senior
- ★ Canto grupal
- ★ Baile

Revisa las bases que están publicadas en la **intranet de la SGH**.

 Indecopi

X

X COMUNICACIÓN INTERNA

Merchandising cuadernos

- Cuadernos tamaño Carta que resalten en su portada los nuevos valores institucionales que rigen, desde el 2014, en la institución.
- Los colores institucionales son los únicos que aparecerán en la portada y contraportada.
- Los diseños que se muestran en este manual no son permanentes, pues deben ser actualizados periódicamente, según los requerimientos solicitados por la Subgerencia de Gestión Humana.



DISEÑO REFERENCIAL



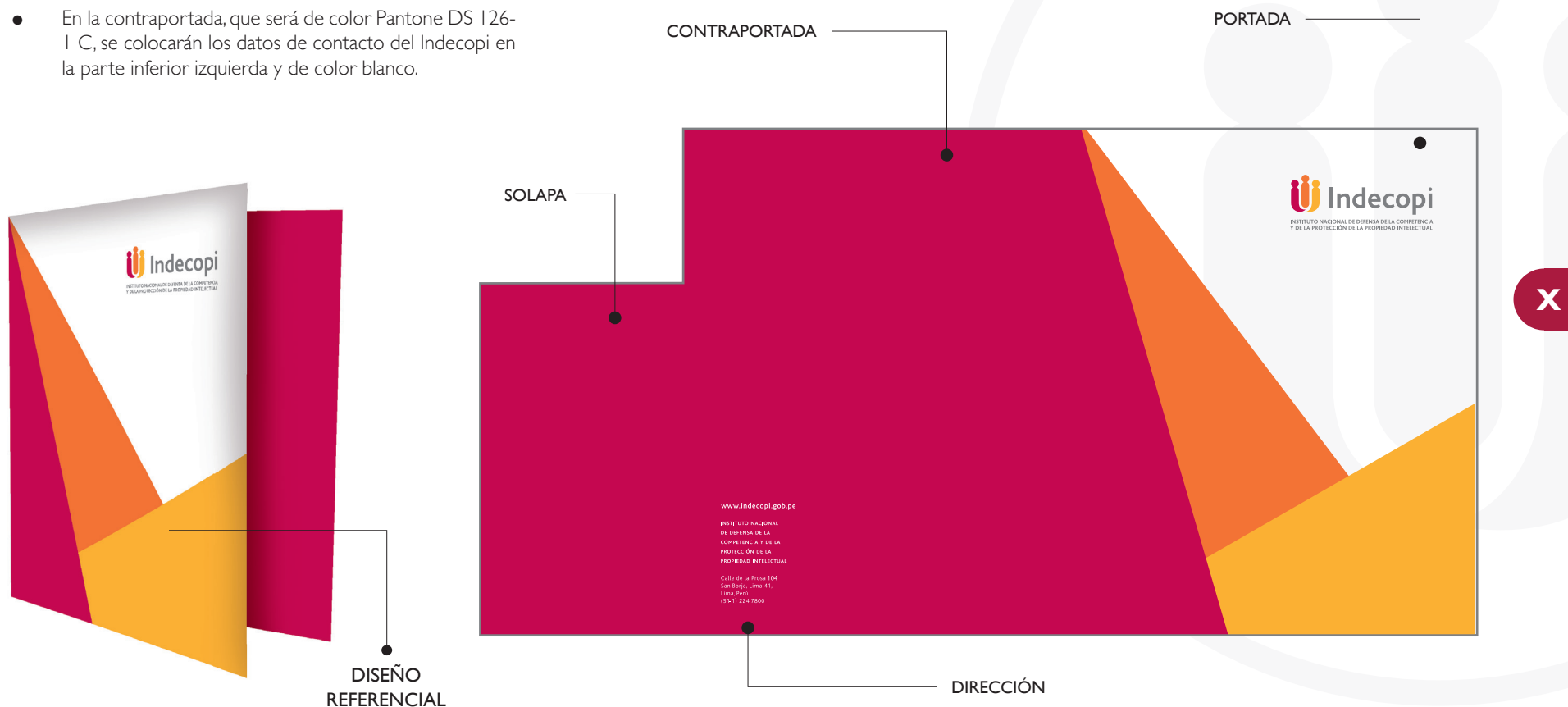
CONTRAPORTADA

PORTADA

X COMUNICACIÓN INTERNA

Merchandising f6lder

- Este dise1o debe contener los colores institucionales
- En la portada, el logotipo de la instituci3n puede aparecer en la parte superior derecha. De preferencia no se debera permitir ning6n otro elemento gr6fico.
- En la contraportada, que ser6 de color Pantone DS 126-1 C, se colocaran los datos de contacto del Indecopi en la parte inferior izquierda y de color blanco.



X COMUNICACIÓN INTERNA

Merchandising bolsa

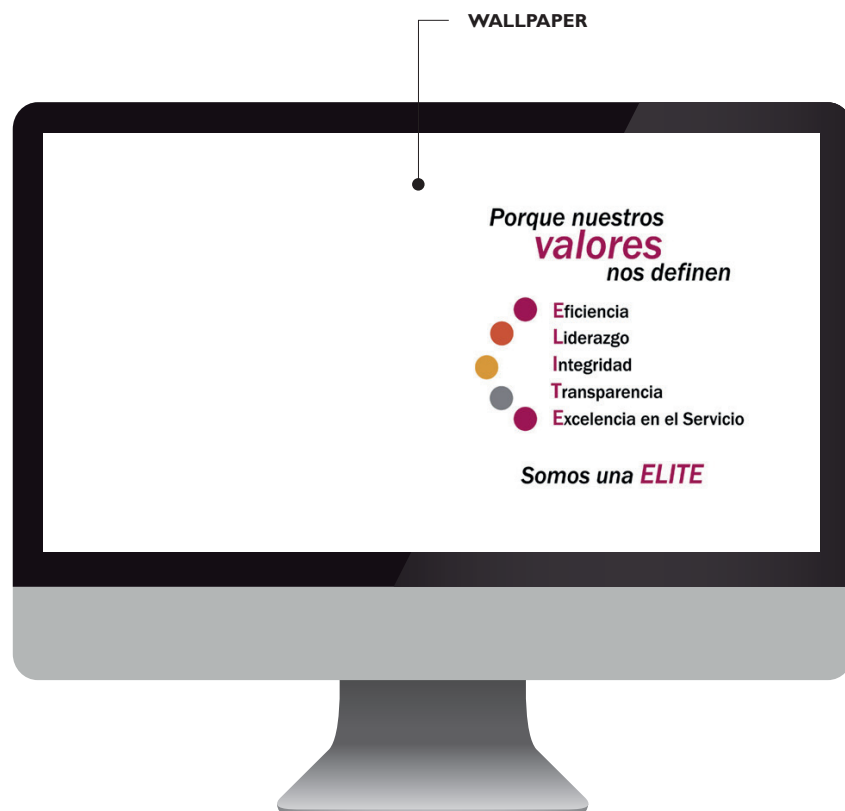
- Este diseño debe contener los colores institucionales (Pantone DS 126-1 C; Pantone DS 46-1 C; Pantone 22-1 C).
- En el diseño de la bolsa, se deberá utilizar el logotipo sin leyenda.
- Los diseños que se muestran en este manual no son permanentes, pues deben ser actualizados periódicamente, según los requerimientos solicitados por la Subgerencia de Gestión Humana.



X COMUNICACIÓN INTERNA

Wallpaper o protector de pantalla

- Los protectores de pantalla de todas las computadoras utilizadas por el personal de la institución, tendrán siempre un diseño definido, el cual se basa en los valores institucionales del Indecopi.
- El diseño de los protectores de pantalla podrá cambiar según se de el caso de campañas de comunicación interna que promuevan actividades de integración o temáticas definidas por la Subgerencia de Gestión Humana (SGH).



X COMUNICACIÓN INTERNA

Artículos de oficina

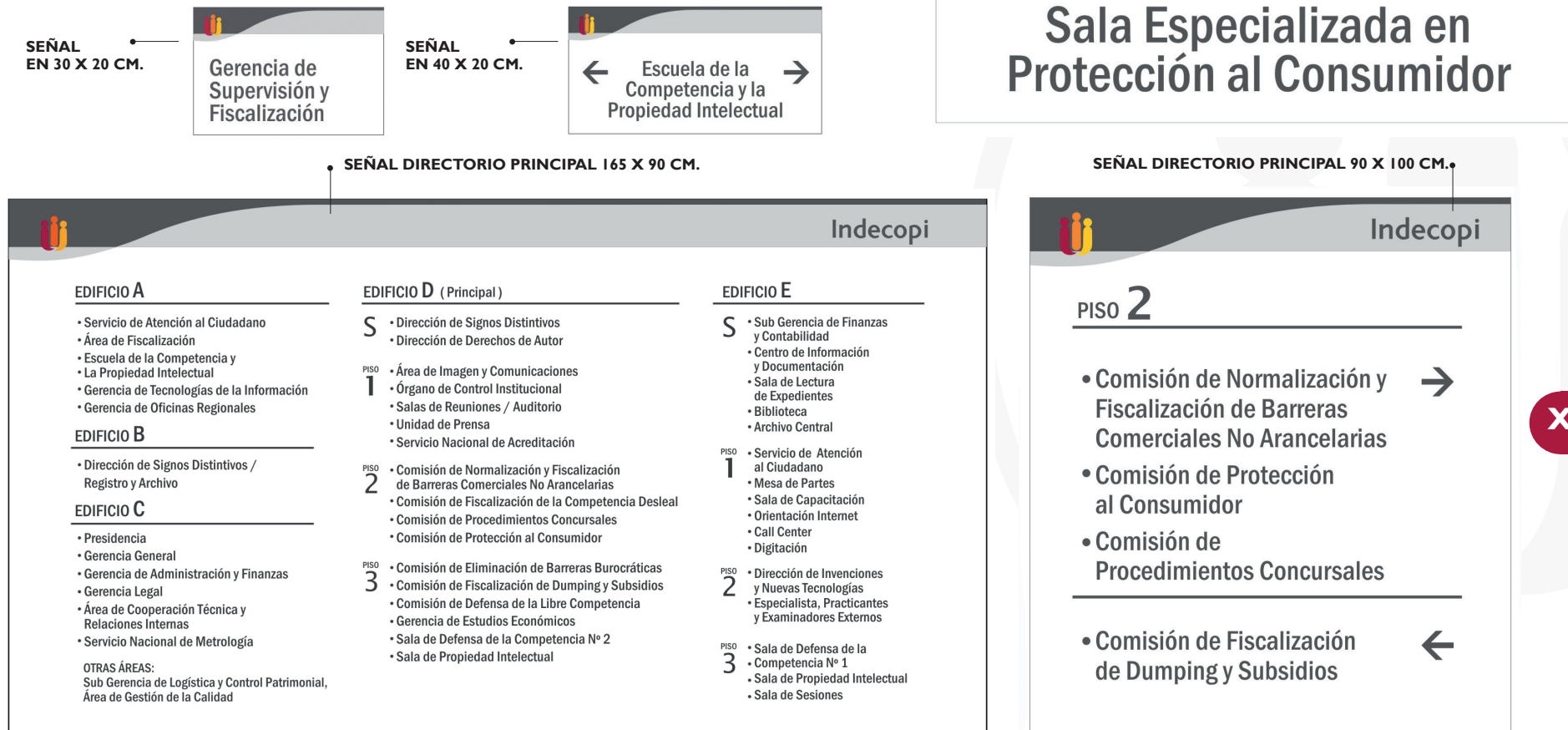
- Los lomos archivadores están definidos según los cuatro tamaños que existen y, en todos los casos, deben contar con los mismo espacios para rellenar con la información pertinente.
- El modelo a seguir es uno solo, en el cual se consigna, debajo del logotipo del Indecopi, el nombre de la oficina, el título referente al contenido del archivador; el año o periodo que comprende a los archivos almacenados, el tipo de uso y las siglas de la oficina.



XI SEDES DEL INDECOPI

Sistema de señalética

- La señalética sigue un sistema gráfico. Para implementarlo, se deben tener en cuenta las siguientes artes. (Ejemplos de algunos tamaños usados).



XI

XI SEDES DEL INDECOPÍ

Carteles de interiores

- Los carteles del Indecopi deben respetar esta diagramación. Es preferible usar el color rojo del Indecopi para los fondos.

**Disculpe la molestia,
en el Indecopi estamos
trabajando para usted.**



XI

XI SEDES DEL INDECOPI

Carteles de sedes

- Los carteles pueden variar en el largo según el local.
- Los carteles para las sedes deben ser siempre iguales, alargando el espacio.

ESQUEMA DE SEÑALÉTICA DE SEDES



XI

XI SEDES INDECOPI

Señalética de sede principal

- Para la sede principal se plantea un sistema de señalética aplicado sobre el edificio. El imago tipo debe ir, en este caso, en blanco para mayor visibilidad.
- Hay secciones del edificio que están indicadas en color Pantone DS 126-1 C. Usar su equivalente en pintura mate.



XI



©Indecopi 2014

Diseño y diagramación: Gerencia de Promoción y Difusión

Este material ha sido elaborado para su consulta por parte de colaboradores del Indecopi y proveedores, así como para la producción e impresión de productos gráficos institucionales.