PLANEJAR

Associação Brasileira
de Planejamento Financeiro

Guia de Uso das Marcas CFP

Certificação CFP® *Excelência Global em Planejamento Financeiro*

O Financial Planning Standards Board Ltd. é o detentor das marcas CFP®, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER e da logomarca CFP fora dos Estados Unidos, e autoriza seu uso por profissionais qualificados como comprovação de que atenderam às exigências iniciais e em vigor para certificação estabelecidas pela instituição.

© 2011, Financial Planning Standards Board Ltd. Todos os direitos reservados. As informações deste manual foram baseadas ou extraídas parcialmente dos materiais de direitos reservados que pertencem ao Certified Financial Planner Board of Standards Inc. Ver seção de copyrights no site www.fpsb.org para mais informações.

A Planejar – Associação Brasileira de Planejamento Financeiro é a entidade afiliada ao FPSB no Brasil e detém o direito exclusivo de uso das marcas CFP no Brasil.

Índice

1. Regras de uso da marca — 4
2. Especificações gerais para uso das marcas CFP — 5
3. Regras de uso da sigla CFP® — 6
4. Regras de uso da marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER — 8
5. Regras de uso da logomarca CFP — 10
6. Regras para reprodução da logomarca CFP — 12
7. Uso das marcas CFP em materiais promocionais — 14
8. Uso das marcas CFP em documentos de texto — 15
9. Uso das marcas CFP em mídias eletrônicas — 16
10. Questões legais e símbolos de reserva de direitos — 17
11. Perguntas frequentes — 18

1. Regras de uso da marca

1.1 As marcas CFP®, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER e CFP só poderão ser utilizadas de acordo com o previsto neste manual.

1.2 Os profissionais CFP® e todas as partes que se relacionam com a Planejar concordam que o FPSB é o único, absoluto e exclusivo detentor dos direitos, títulos e aspectos referentes às marcas CFP fora dos Estados Unidos.

1.3 Os profissionais CFP® e todas as partes que se relacionam com a Planejar não irão questionar o FPSB como único, absoluto e exclusivo dono de todos os direitos, título e interesse relacionados a marcas CFP fora dos Estados Unidos.

1.4 Os profissionais CFP® e todas as partes que se relacionam com a Planejar não irão questionar o FPSB quanto à autenticidade das marcas CFP.

1.5 Os profissionais CFP® e todas as partes que se relacionam com a Planejar se comprometem a não usar, adotar ou promover nenhuma marca que possa dar margem a confusão com nenhuma das marcas CFP, conforme determinado pelo FPSB.

1.6 Os profissionais CFP® e todas as partes que se relacionam com a Planejar concordam em não assumir, estimular ou participar de nenhum ato que contrarie os direitos do FPSB em relação às marcas CFP ou ao valor associado a elas, nem usar as marcas CFP de modo a criar dificuldades para o FPSB no que se refere à sua propriedade sobre as marcas CFP fora do território norte-americano.

1.7 Os profissionais CFP® aceitam as condições relacionadas ao uso das marcas CFP de acordo com o determinado no Código de Ética e Responsabilidade Profissional da Planejar.

1.8 As marcas CFP devem ser usadas de modo a deixar claro que sua propriedade pertence ao FPSB. Não podem ser utilizadas de maneira a sugerir o apoio do FPSB a uma pessoa ou empresa (mesmo que um ou mais integrantes sejam certificados associados à Planejar para uso das marcas CFP).

1.9 As marcas CFP não podem ser alteradas por meio da modificação do estilo do texto, animação, uso de recursos tridimensionais ou utilização como fundo, marca-d'água ou como parte de um fundo.

1.10 Sempre que possível usar nos materiais que utilizam as marcas CFP o aviso legal que informa sobres os direitos das marcas CFP ou a seguinte advertência:
"O Financial Planning Standards Board Ltd. (FPSB) detém os direitos sobre os logos e marcas CFP®, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER e CFP fora do território norte-americano. A Planejar – Associação Brasileira de Planejamento Financeiro é a entidade autorizada pelo FPSB mediante acordo firmado entre ambas para a concessão e administração destas marcas no território brasileiro."

1.11 A Planejar é a entidade afiliada ao FPSB no Brasil e detém o direito exclusivo de uso das marcas CFP no Brasil.

2. Especificações gerais para uso das marcas CFP

Os profissionais CFP® devem observar as exigências do FPSB e da Planejar quanto ao uso das marcas CFP, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER e em materiais de comunicação e afins. Ao observar três regras gerais que se aplicam a todas as modalidades, o usuário irá auxiliar o FPSB e a Planejar a protegerem as marcas CFP.

2.1 Utilize sempre as marcas CFP na forma de adjetivo.
Embora possa parecer estranho ao usuário comum, não se deve usar as marcas como um substantivo (título), mas sim como um adjetivo, capaz de modificar um nome.

Certo:
Sou um profissional CFP®.

Errado:
Sou um CFP®.
Meu planejador financeiro é um CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.

2.2 Apenas determinadas palavras podem acompanhar as marcas CFP.
Como as marcas CFP identificam os profissionais que atenderam aos padrões para certificação exigidos pelo FPSB e pela Planejar, o seu uso só poderá modificar os nomes que façam referência às pessoas, ao programa de certificação ou às próprias marcas.
O FPSB definiu os seguintes termos que podem acompanhar as marcas CFP: certificando, certificação, credencial, designação, exame, marca, planejador financeiro, profissional e prova.

Certo:
Profissional CFP®
Marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER
Planejador Financeiro CFP®

Errado:
Empresa CFP®
Anúncio CFP®
Meu professor de CFP® era um bom instrutor.
Planejador CFP®

2.3 Uso do símbolo de reserva de direitos
A forma de identificação da reserva de direito das marcas (“®”, “CM”, “TM”) e as questões legais que descrevem seu status em um país ou região variam de acordo com o território no qual as marcas serão usadas (mais detalhes no item 10.0). No Brasil o correto é utilizar o símbolo “®”.

3. Regras de uso da sigla CFP®

- Usar sempre letras maiúsculas.
- Não utilizar pontos (a não ser no final de uma frase, como "Fui orientado por João da Silva, CFP®.").
- Utilizar sempre o símbolo de reserva de direito adequado ao Brasil (ver item 2.3).
- Empregar sempre os termos aprovados pelo FPSB e pela Planejar: certificando, certificação, credencial, designação, exame, marca, planejador financeiro, profissional e prova (exceto no caso do item 3.4).

3.1 A sigla CFP deve ser grafada em letras maiúsculas e sem espaço entre as letras.

Certo:
João da Silva, CFP®
Maria dos Santos, CFP®

Errado:
João da Silva, cfp*
Maria dos Santos, C.F.P.

3.2 Nos materiais impressos, na primeira vez que for mencionada, a sigla CFP deve ser grafada acompanhada do símbolo de reserva de direito adequado ao Brasil que é o "®".

Certo: (primeira citação em materiais impressos)
Maria dos Santos é uma profissional CFP®.

Errado: (primeira citação em materiais impressos)
João da Silva é um profissional CFP especializado na gestão de imóveis.

3.3 A sigla CFP não deve ser usada como uma abreviação para a expressão CERTIFIED FINANCIAL PLANNER (ver item 4.3).

Certo:
Maria dos Santos é uma planejadora financeira CFP® ou CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.

Errado:
João da Silva é um profissional CERTIFIED FINANCIAL PLANNER (CFP).

3.4 A sigla CFP deve ser usada como um adjetivo, não como um substantivo (título) ou verbo, exceto quando empregada em forma de assinatura, papéis timbrados e cartões de visita.

A lei norte-americana de marcas e patentes exige que uma marca seja usada como adjetivo (e não como nome ou verbo), a fim de evitar que se torne um termo genérico. Uma exceção é quando a sigla aparecer na seqüência de um nome próprio, como, por exemplo, João da Silva, CFP®.

Certo:
João da Silva é um profissional CFP®.
Atua como planejador financeiro e possui a certificação CFP®.

Certo: (na seqüência de um nome próprio)
Maria dos Santos, CFP®
Santos Consultores

Errado:
João da Silva é um CFP®.
Atua como planejador financeiro na condição de CFP®.

3.5 A sigla CFP não pode ser usada no plural ou na forma possessiva.

Certo:
Maria dos Santos e João da Silva são profissionais CFP®.
O seminário dos profissionais CFP® lotou.

Errado:
Maria dos Santos e João da Silva são CFPs.
O seminário dos CFPs lotou.

3.6 A sigla CFP só deve ser usada na seqüência dos termos aprovados: certificando, certificação, credencial, designação, exame, marca, planejador financeiro, profissional e prova.

Certo:
João da Silva é um planejador financeiro CFP®.
Maria dos Santos é uma profissional CFP® que conseguiu sua certificação CFP® este ano.

Errado:
João da Silva é um consultor financeiro CFP®.
Maria dos Santos conseguiu sua graduação CFP®.

4. Regras de uso da marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER

- Sempre que possível, usar apenas LETRAS MAIÚSCULAS, estilo VERSAL-VERSALETE ou Letras Maiúsculas no início de cada palavra a fim de diferenciar a expressão do texto no qual está inserida.
- Utilizar sempre o símbolo de reserva de direito adequado ao Brasil. No Brasil a marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER não possui nenhum símbolo de reserva de direito.
- Empregar sempre os termos aprovados pelo FPSB: certificando, certificação, credencial, designação, exame, marca, planejador financeiro, profissional e prova. (exceto no caso do item 4.4).

4.1 A marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER deve ser grafada inteiramente em LETRAS MAIÚSCULAS, em estilo VERSAL-VERSALETE ou com Letras Maiúsculas no início de cada palavra.

Certo: (primeira citação em materiais impressos)
João da Silva é um profissional CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.

Errado: (primeira citação em materiais impressos)
João da Silva é um profissional certified financial planner.

4.2 A marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER não pode ser associada à sigla CFP (ver item 3.3).

Certo:
Maria dos Santos é uma planejadora financeira CFP® ou CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.

Errado:
João da Silva é um profissional CFP (CERTIFIED FINANCIAL PLANNER).

4.3 A marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER deve ser usada como adjetivo, nunca como substantivo (título) ou verbo.

Certo:
João da Silva é um profissional CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.
João da Silva Profissional CERTIFIED FINANCIAL PLANNER
Serviços de Consultoria

Errado:
João da Silva, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER®
Serviços de Consultoria

4.4 A marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER não pode ser usada como plural ou forma possessiva.

Certo:
João da Silva e Maria dos Santos são profissionais CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.

Errado:
Simon e Greta são CERTIFIED FINANCIAL PLANNERS.
O seminário dos CERTIFIED FINANCIAL PLANNERs foi um sucesso.

4.5 A marca CERTIFIED FINANCIAL PLANNER só pode ser usada com os termos aprovados: certificando, certificação, credencial, designação, exame, marca, planejador financeiro, profissional e prova.

Certo:
João da Silva, profissional CERTIFIED FINANCIAL PLANNER
Ele obteve a certificação CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.

Errado:
João da Silva, consultor CERTIFIED FINANCIAL PLANNER
Ele concluiu o curso CERTIFIED FINANCIAL PLANNER.

5. Regras de uso da logomarca

- Utilizar sempre os três elementos da logomarca – o desenho da chama, a sigla e o símbolo de reserva de direito (ver item 10.0) adequado ao Brasil. O símbolo de reserva para a logomarca no Brasil é o "®".
- Reproduzir sempre a logomarca da arte original.
- Não alterar ou modificar a logomarca.

5.1 A logomarca CFP é formada por três elementos: o desenho da chama, a sigla CFP e o símbolo de reserva de direito apropriado para o Brasil. O símbolo de reserva para a logomarca no Brasil é o "®". Os três elementos precisam sempre ser utilizados em conjunto, a fim de garantir a integridade da marca.

Certo:

Errado:
Qualquer alteração na combinação dos elementos citados estará errada e não poderá ser reproduzida.

5.2 Todas as reproduções da logomarca CFP deverão ser feitas a partir da arte original fornecida pela Planejar.

Certo:

Errado:
Não usar a logomarca sem o símbolo de reserva de direito adequado ao país ou região. No Brasil o "®".
Não usar a logomarca sem o desenho da chama.
Não usar apenas o desenho da chama.
Não separar os elementos da logomarca.
Não acrescentar outros elementos.
Não alterar a proporção dos elementos.
Não reproduzir a logomarca em cores diferentes das autorizadas.
Não reproduzir a logomarca sobre fundos que possam gerar confusão.

5.3 Em nenhuma circunstância a logomarca CFP pode ser alterada, modificada, transformada em manuscrita ou em fonte serifada, reproduzida ou escaneada eletronicamente com baixa qualidade, de forma a afetar ou distorcer sua aparência.

Certo:

Errado:
Não usar artes com baixa qualidade de reprodução.
Não tentar recriar a logomarca.
Não distorcer nem tirar a logomarca da proporção.
Não usar apenas o contorno da logomarca.

5.4 A logomarca CFP deve estar sempre claramente associada a um profissional certificado por um afiliado FPSB; no caso do Brasil, a Planejar.

Certo:
João da Silva, CFP®

Errado:
Serviços de consultoria João da Silva

6. Regras para reprodução da logomarca CFP

Para controlar a qualidade visual da logomarca CFP, o FPSB e a Planejar exigem que todas as reproduções sejam feitas a partir da arte original, com leitura nítida, legível e inserida sobre os fundos aprovados, além de obedecer ao padrão de uso de cores. As informações abaixo garantem aos profissionais de artes gráficas todas as informações necessárias para a reprodução correta da logomarca.

6.1 Arte original

Todas as reproduções da logomarca CFP no Brasil devem ser feitar a partir de uma arte original fornecida pela Planejar. Para obter imagens positivas e negativas, entrar em contato com associados@planejar.org.br.

6.2 Proporções

Para garantir uma leitura clara do símbolo de propriedade da marca (ver item 10.0), é preciso observar as proporções gráficas entre a marca e o símbolo, conforme abaixo:

Usar a proporção A quando a logomarca medir mais do que 1,25 cm; a proporção B quando medir entre 1,25cm e 0,6 cm e a proporção C quando a medida for 0,6 cm (tamanho mínimo).

6.3 Legibilidade

A legibilidade e o impacto da logomarca CFP serão comprometidos se houver acréscimo de outros elementos visuais. É preciso prever uma área livre em torno da logomarca, na qual nenhum outro elemento gráfico ou visual deve ser inserido. Como representado a seguir, esta margem corresponde à altura da grafia maiúscula da sigla CFP, elemento tipográfico da logomarca CFP. A única exceção é quando a logomarca aparecer no meio de um texto.

Área livre:

Para garantir que a logomarca CFP fique claramente legível, não deverá ser aplicada em tamanho inferior a 0,6 cm (em medidas menores, a legibilidade e o impacto visual ficarão comprometidos). Se no tamanho mínimo (0,6 cm) a qualidade de reprodução for insatisfatória, é recomendável utilizar uma medida maior. As logomarcas CFP inseridas em trechos de texto nesta página estão no tamanho mínimo (0,6 cm).

6.4 Fundos

A impressão positiva da marca deve ser feita sobre fundos de cor clara, que variem de branco a no máximo 40% de preto. Para a impressão negativa, só pode ser aplicada sobre fundos escuros (variação de 50% a 100% de preto).

6.5 Cores

O uso correto de cores para impressão das marcas é essencial para garantir um reconhecimento imediato dos profissionais certificados pela Planejar. A opção em duas cores (preferencial) utiliza o azul 280 (PANTONE) para o desenho da chama e preto para a sigla CFP e para o símbolo de reserva de direitos específico ao país ou região.

7. Uso das marcas CFP em materiais promocionais

As marcas do FPSB (CFP®, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER e) podem ser usadas em materiais promocionais, desde que as seguintes exigências sejam observadas:

7.1 Utilizar as marcas somente como descritas neste manual. As únicas exceções a essa regra poderão ocorrer em casos de merchandise autorizado pela Planejar.

7.2 O uso das marcas deve associá-las claramente a um profissional ou grupo de pessoas certificadas pela Planejar, ou seja, nenhum material promocional pode conter as marcas CFP isoladamente. As publicações do FPSB e da Planejar, que servem como referência para a certificação CFP® em geral, constituem uma das exceções a essa regra.

7.3 É preciso informar o período da promoção.

7.4 Não é permitido produzir itens promocionais para revenda.

7.5 As marcas só devem ser usadas em materiais promocionais de bom gosto e que não prejudiquem a imagem.

7.6 Para reprodução da logomarca, utilizar sempre a arte original.

8. Uso das marcas CFP em documentos de texto

8.1 Utilizar as marcas somente como descritas neste manual.

8.2 O símbolo de reserva de direitos (ver item 10.0) deve ser inserido somente na primeira vez que cada marca for citada.

Certo:
Maria dos Santos recebeu a certificação CERTIFIED FINANCIAL PLANNER. Maria atua com outro profissional CFP® em São Paulo e ambos consideram a certificação CFP uma referência mundial em planejamento financeiro.

8.3 Utilizar o símbolo de reserva de direito (ver item 10.0) adequado ao Brasil.

8.4 Identificar o FPSB como proprietário das marcas e a Planejar como a entidade autorizada a conceder o direito de uso das marcas no Brasil.

8.5 Jamais modificar ou distorcer as marcas CFP.

9. Uso das marcas CFP em mídias eletrônicas

Sites da internet

9.1 Utilizar as marcas somente como descritas neste manual.

9.2 O símbolo de reserva de direitos (ver item 10.0) deve ser inserido somente na primeira vez que cada marca for citada.

9.3 As marcas CFP® e CERTIFIED FINANCIAL PLANNER devem aparecer apenas uma vez no meta-texto do código de cada página pertencente a um profissional certificado pela Planejar.

Certo:
<META name "keywords" content = "CERTIFIED FINANCIAL PLANNER">

Errado:
<META name "keywords" content = "CFP, CFP, CFP, CFP">
<META name "keywords" content = "CERTIFIED FINANCIAL PLANNER, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER">

9.4 As marcas CFP® e CERTIFIED FINANCIAL PLANNER podem ser usadas como hyperlinks desde que remetam diretamente para o site da Planejar (www.planejar.org.br).

Domínios

9.5 As marcas CFP® e CERTIFIED FINANCIAL PLANNER não podem ser usadas como parte integrante de um domínio. Podem aparecer na forma de texto ou imagem dentro do site, de acordo com as normas estabelecidas pelo FPSB e pela Planejar.

Certo:
www.joaodasilvaplanejadorfinanceiro.com.br

Errado:
www.joaodasilvacfp.com.br

Endereços de e-mail

9.6 As marcas CFP® e CERTIFIED FINANCIAL PLANNER não podem ser usadas como parte de um endereço de e-mail, exceto mediante aprovação da Planejar.

Certo:
joao@hotmail.com.br

Errado:
joao_silva@CFP_VC.com.br

10. Questões legais, símbolos de reserva de direitos e Tag Line

Em cada país ou região, o FPSB firma acordos de filiação e licenciamento que permitem a gestão do programa de certificação CFP®. O uso ou registro das marcas CFP em cada região ou país obedecem às leis de reserva de direitos vigentes localmente.

No caso do Brasil

(Tag line)
As marcas CFP®, CERTIFIED FINANCIAL PLANNER e CFP pertencem ao Financial Planning Standards Board Ltd. para uso fora do território norte-americano. A Planejar – Associação Brasileira de Planejamento Financeiro é a entidade autorizada pelo FPSB mediante acordo firmado entre ambas para a concessão e administração destas marcas no território brasileiro.

<u>Uso dos símbolos de reserva de direitos:</u>

CFP®

CFP

CERTIFIED FINANCIAL PLANNER

11. Perguntas mais frequentes

(1) Por que o guia usa marcas no plural?

Porque o FPSB tem 3 marcas registradas distintas.

(2) Qual das marcas CFP o profissional deve usar?

O profissional CFP® pode escolher uma das 3 marcas para usar.

(3) O profissional pode usar as marcas CFP fora do Brasil?

Em países onde a certificação não está presente, o profissional pode usar desde que faça a ressalva de que a certificação foi obtida no Brasil através da Planejar. Em países onde a certificação CFP® está presente através de um dos afiliados do FPSB, o profissional não pode usar a marca CFP. Nestes casos, o profissional deve procurar o Instituto detentor da marca CFP e verificar qual é o procedimento necessário para fazer a adequação de sua certificação tirada no Brasil para a certificação daquele país (cross boarder).

(4) O profissional que perdeu sua certificação CFP® pode continuar a usar as marcas CFP?

Não. O uso das marcas CFP está condicionado ao profissional estar em dia com sua certificação.

(5) O uso das marcas CFP é obrigatório para os profissionais certificados CFP®?

Não. Contudo a Planejar incentiva fortemente o uso das marcas pelos profissionais certificados CFP®. Além de ajudar a divulgar as marcas CFP, ela diferencia o profissional que a possui.

(6) Na dúvida sobre como utilizar uma das marcas CFP corretamente, quem devo procurar?

Qualquer dúvida sobre a utilização das marcas CFP deve ser encaminhada à Planejar pelo e-mail: associados@planejar.org.br.