

GUÍA DE MARCA Y COMUNICACIÓN

#TierradeOportunidades



ÍNDICE

01

PUNTO DE PARTIDA

¿Qué es Tierra de Oportunidades?	04
¿Para qué este manual?	04

02

MARCA Y APLICACIONES

Marca y logotipos	06
Convivencia con otras marcas	07
Imágenes	08

03

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RRSS

Notas de prensa: circuito y enfoques	12
Radio y TV	16
Redes Sociales	17

04

EVENTOS

Organización	19
Soportes y aplicación de marca	22

*Todas las imágenes que se contemplan en este manual son fotografías de emprendedores reales del Programa Tierra de Oportunidades (edición 2022) que mediante sus acciones luchan contra el éxodo rural.

01



PUNTO DE PARTIDA

¿QUÉ ES TIERRA DE OPORTUNIDADES?

CaixaBank refuerza su compromiso rural con el **programa Tierra de Oportunidades** enfocado a apoyar a quienes deciden emprender o generar empleo en el entorno rural, así como a fijar población.

Mediante alianzas, apoyamos a los emprendedores para que diseñen su proyecto, lo enraícen y sean capaces de generar empleo, servicios y riqueza en municipios pequeños.

Nos sumamos al *Reto Demográfico* del país: luchar contra la pérdida continua de población en los pueblos: en España hay 8.131 municipios y casi la mitad de ellos tienen menos de 500 habitantes y el 84% menos de 5.000 personas censadas.

¿PARA QUÉ ESTE MANUAL?

Esta guía pretende ser una ayuda y acompañamiento que fomente e impulse la difusión de los proyectos rurales para que se conozcan y crezcan. Creemos que, tan importante como lanzar los diferentes negocios, es ponerlos en valor y darlos a conocer.

Este manual se **dirige a las entidades y emprendedores** que deseen comunicar los proyectos que desarrollan en colaboración con CaixaBank en el marco del programa Tierra de Oportunidades proporcionándoles además orientaciones, pautas y recomendaciones para el correcto y homogéneo uso de las marcas.



02



MARCA Y APLICACIONES

MARCA Y LOGOTIPOS

Tierra de Oportunidades es un programa de CaixaBank Acción Social. En la elaboración de cualquier tipo de soporte o creatividad siempre tienen que reflejarse los siguientes 3 elementos:

1. LOGOTIPO CAIXABANK [\(descargar\)](#)



2. HASHTAG #CABKAcciónSocial [\(descargar\)](#)

#CABKAcciónSocial

3. HASHTAG #TierradeOportunidades [\(descargar\)](#)

#TierradeOportunidades

Circuito de validación

El diseño debe ser compartido y validado por el responsable de Acción Social de la Comunidad Autónoma correspondiente*

*Tabla interlocutores por CCAA reflejados en la [pagina 11](#).



Logo CaixaBank

Logo AccióSocial

Logo Programa

CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

La red de alianzas con los actores locales es una de las claves del **programa Tierra de Oportunidades** y uno de los objetivos de esta guía es que todas las marcas colaboradoras queden perfectamente reflejadas.

Desde CaixaBank Acción Social solicitamos que en esta convivencia los logotipos CaixaBank y #CABKAcciónSocial tengan un mayor preponderancia en cuanto a tamaño y ubicación.

Recomendamos que el resto de marcas sean reflejadas con el mismo tamaño y jerarquía preferentemente sobre el fondo blanco como se simula en el modelo de ejemplo.





#CABKAcciónSocial

Título del evento



Tenemos el placer de invitarte a la presentación del programa **Tierra de Oportunidades y del [NOMBRE EVENTO]**, que se celebrará el día **[DÍA Y MES]** a las **[HORA]**, en **[LUGAR EVENTO]**, **[DIRECCIÓN EXACTA]** ¡TE ESPERAMOS!

#TierradeOportunidades

IMÁGENES DEL PROGRAMA

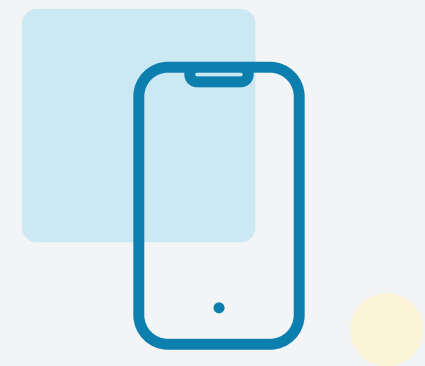
El programa #TierradeOportunidades cuenta con una imagen oficial y, siempre que se pueda, será recomendable el uso de esta fotografía.

En caso de querer utilizar otras imágenes del programa, ofrecemos 3 opciones más.

[\(descargar imágenes\)](#)



03



MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RRSS

NOTAS DE PRENSA: CIRCUITO Y ENFOQUES



















Una de las **finalidades** de esta guía es **facilitar la difusión e impulsar la visibilidad** de vuestros proyectos y el programa #TierradeOportunidades. En este capítulo os proporcionamos unas pautas, así como el **círculo de validación**, para que las comunicaciones que realicéis tengan la mayor repercusión en los medios de comunicación.

Círculo de validación

Si las entidades y emprendedores deciden realizar una comunicación o nota de prensa, será necesario ponerlo en conocimiento del Responsable de Acción Social CaixaBank de la Comunidad Autónoma, (tienes la relación de interlocutores en la tabla adjunta) así como a la responsable del Programa #TierradeOportunidades **Isabel Moreno**.

Nuestro objetivo es que ellos puedan acompañaros y, a través de nuestro departamento de Comunicación, ir coordinados y ser lo más eficientes y ágiles en la gestión.

RESPONSABLES DE ACCIÓN SOCIAL RELACIÓN DE INTERLOCUTORES POR CCAA

 <p>ANDALUCÍA Córdoba, Málaga, Almería, Jaén, Granada</p>	 <p>CANARIAS</p>	 <p>COMUNIDAD VALENCIANA</p>	 <p>LA RIOJA</p>	 <p>NAVARRA</p>
<p>Yolanda Solero Bautista ysolero@caixabank.com</p>	<p>Olga María Del Pino Lopez omdelpino@caixabank.com</p>	<p>Encarnación Alcaide Soler ealcaide@caixabank.com</p>	<p>Jorge García Cabanes jorge.garcia.c@caixabank.com</p>	<p>Jorge García Cabanes jorge.garcia.c@caixabank.com</p>
 <p>ANDALUCÍA Sevilla, Huelva y Cádiz</p>	 <p>CASTILLA LA MANCHA</p>	 <p>EXTREMADURA</p>	 <p>MADRID</p>	 <p>PAÍS VASCO</p>
<p>María del Carmen Martín Salinas mcmartin@caixabank.com</p>	<p>César Jimeno López cjimeno@caixabank.com</p>	<p>César Jimeno López cjimeno@caixabank.com</p>	<p>Vanesa González Carralero vanesa.gonzalez.c@caixabank.com</p>	<p>Ana Garibi Saenz de Buruaga agaribi@caixabank.com</p>
 <p>ARAGÓN</p>	 <p>CASTILLA Y LEÓN</p>	 <p>GALICIA</p>	 <p>MADRID</p>	
<p>Jorge García Cabanes jorge.garcia.c@caixabank.com</p>	<p>Natalia Díez Simancas natalia.diez@caixabank.com</p>	<p>Ana Garibi Saenz de Buruaga agaribi@caixabank.com</p>	<p>Abraham Cerecedo Martín acerecedo@caixabank.com</p>	
 <p>ASTURIAS</p>	 <p>CATALUNYA</p>	 <p>ILLES BALEARS</p>	 <p>MURCIA</p>	
<p>Ana Garibi Saenz de Buruaga agaribi@caixabank.com</p>	<p>Mireia Gorchs Boixadera mgorchs@caixabank.com</p>	<p>Diego Miguel Riera Navarro dmriera@caixabank.com</p>	<p>Rosa Santa Cruz Andreo rmsantacruz@caixabank.com</p>	

NOTAS DE PRENSA: CIRCUITO Y ENFOQUE

NOTAS DE PRENSA

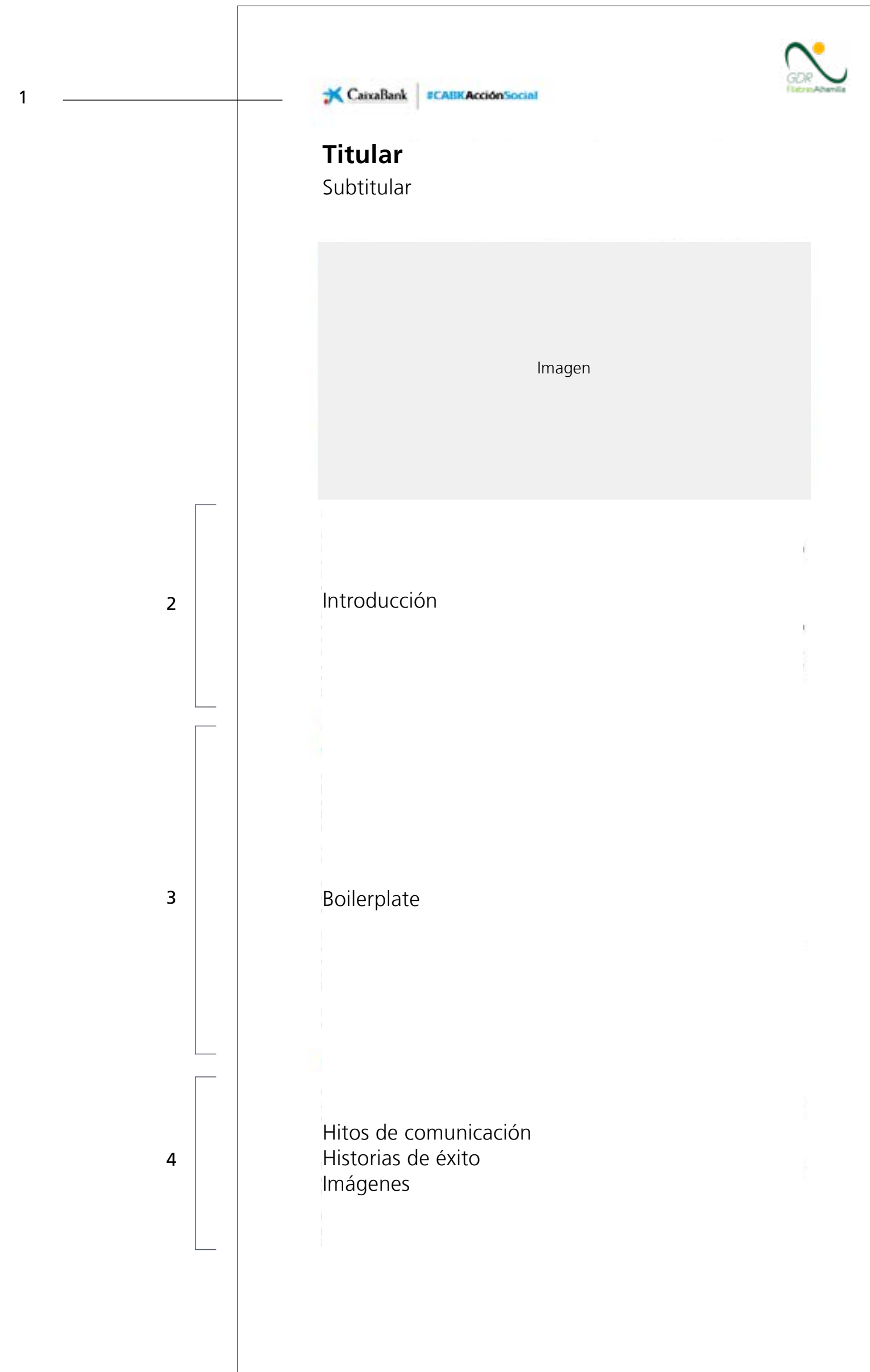
Con el objetivo de facilitarte al máximo esta gestión, ponemos a vuestra disposición, que puede ser utilizada de forma completamente opcional y voluntaria por vuestra parte, un modelo de nota de prensa sobre el que preparar la comunicación y añadir la información deseada así como las marcas de la entidad social y otras que puedan aplicar. Puedes descargarla [aquí](#).

En el caso de que la nota sea elaborada por la entidad social solicitamos en ella la inclusión de los siguientes elementos:

1. Cabecera: Logotipo en la cabecera de CaixaBank / #CABKAcciónSocial que se sumarán los de la EESS correspondiente.

2. Introducción: Mención a CaixaBank y el programa #TierradeOportunidades.

3. Boilerplate de Tierra de Oportunidades que te será proporcionado por nuestra área de Comunicación.



(Descarga la plantilla)

NOTAS DE PRENSA: CIRCUITO Y ENFOQUE

Argumentario de hitos de comunicación

En su desarrollo, el programa #TierradeOportunidades tiene cuatro momentos claves susceptibles de ser comunicados. En las siguientes páginas os proporcionamos algunas ideas y argumentarios que os pueden servir como referencia a la hora de elaborar vuestras comunicaciones:

1. Firma de convenio
2. Lanzamiento de convocatoria
3. Fallo de los premiados
4. Eventos de reconocimiento

Menciones

Tanto en los destacados “si los hubiere” como en el cuerpo de la nota de prensa se agradece la mención a la colaboración con CaixaBank en el marco del programa Tierra de Oportunidades.

Mostramos ejemplos de enfoques para los diferentes hitos de comunicación del programa.

Puedes seleccionar y copiar el texto para completar y modificar con la información correspondiente.



Firma del convenio

CaixaBank y **[NOMBRE DEL GDR]*** firman un convenio para impulsar el emprendimiento rural en el marco de Tierra de Oportunidades en **[MUNICIPIO]**.

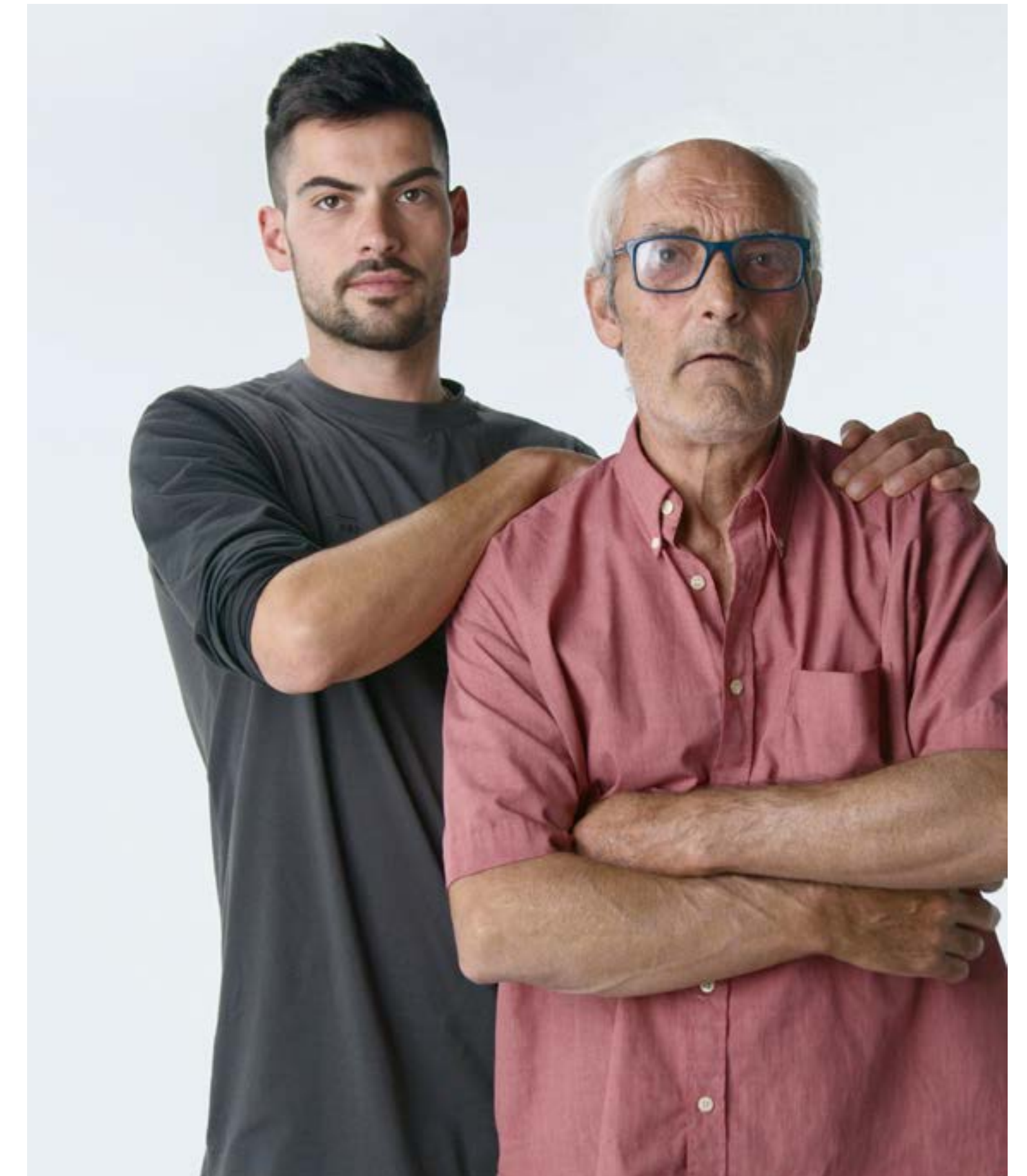
La entidad financiera firma un acuerdo con **[NOMBRE DEL GDR]** para fomentar la creación de empleo en la comarca...EL GDR **[NOMBRE]** lanzará una convocatoria para premiar a los 4 mejores proyectos de emprendimiento, con ayudas de 1.000 euros para cada uno y la incorporación a una comunidad de emprendedores.

Además, ofrecerán programas de formación, para detectar las necesidades de los emprendedores e impulsar sus proyectos. CaixaBank y **[NOMBRE GAL/GDR]** han llegado a un acuerdo para fomentar el emprendimiento rural en la comarca de **[NOMBRE COMARCA]** y, de esta manera, impulsar la actividad económica, el empleo y la fijación de población en municipios de menos de 5.000 habitantes.

El convenio de colaboración, por 10.000 euros, contempla el lanzamiento de una convocatoria a emprendedores de la comarca, entre los que se elegirán los proyectos con un mayor potencial de crecimiento y de creación de empleo rural, capacidad de innovación y viabilidad económica y técnica. Las iniciativas seleccionadas se incorporarán a una comunidad de emprendedores online con Rural Talent, lanzada con el impulso de CaixaBank.

El Grupo de Desarrollo Rural pondrá en marcha, además, un programa formativo, con el apoyo de CaixaBank, y con el objetivo de **[RESUMIR OBJETIVOS Y ACCIONES PRINCIPALES]**.

EJEMPLOS DE DIFERENTES MOMENTOS DEL PROGRAMA



*Los espacios azules deberán ser rellenados por parte del GDR o responsable.



Lanzamiento de la convocatoria

CaixaBank y **[NOMBRE DEL GDR]** lanzan una convocatoria para emprendedores de la comarca **[NOMBRE COMARCA]**.

Se seleccionarán los 4 mejores proyectos de emprendimiento con ayudas de 1.000 euros para cada uno y la incorporación a una comunidad de emprendedores.

Se valorará el potencial de crecimiento y de creación de empleo rural, la innovación y la viabilidad de las iniciativas

[Aquí](#) se pueden consultar en detalle las bases del programa.

El GDR/GAL **[NOMBRE]** organiza una convocatoria de emprendimiento rural para apoyar iniciativas y proyectos en la comarca de **[NOMBRE COMARCA]** y así favorecer la creación de empleo, la fijación de población en el territorio y potenciar la cultura emprendedora. Esta iniciativa está impulsada por CaixaBank que, con su programa Tierra de Oportunidades, quiere reforzar su compromiso con los entornos rurales, a través de la colaboración con los Grupos de Desarrollo Rural.

La convocatoria se dirige a proyectos de emprendimiento con un modelo de negocio sostenible, que se hayan establecido o vayan a establecerse en la comarca de **[NOMBRE COMARCA]**, a través de la venta de bienes o la prestación de servicios. Estos proyectos deberán tener actividad en una población inferior a 5.000 habitantes, facturar menos de 150.000 euros y haber iniciado su actividad con posterioridad al 1 de enero de 2020. La convocatoria también admite ideas de negocio pendientes de implementar, siempre que se registren, den de alta y comiencen la actividad antes del 31 de diciembre de 2023.



Fallo de los premiados

CaixaBank y **[NOMBRE DEL GDR]** premian cuatro iniciativas emprendedoras en la comarca .

El GDR **[NOMBRE]** ha resuelto la convocatoria de emprendimiento rural con la selección de cuatro iniciativas ubicadas en los municipios de **[NOMBRE MUNICIPIOS]**. Cada una de ellas recibirá una ayuda de 1.000 euros, además de su incorporación a una plataforma nacional de emprendedores rurales donde continuarán con su formación y darán a conocer su proyecto. Esta iniciativa está impulsada por CaixaBank que, con su programa Tierra de Oportunidades, quiere reforzar su compromiso con los entornos rurales, a través de la colaboración con los Grupos de Desarrollo Rural.

Los proyectos ganadores han sido seleccionados por la Junta directiva del GAL/GDR **[NOMBRE]**, entre las **[NÚMERO]** candidaturas presentadas, con criterios de capacidad de crecimiento y generación de empleo, innovación y viabilidad económica y técnica.

Los proyectos son: **[ENUMERAR Y DESCRIBIR PROYECTOS, ADEMÁS DE INCORPORAR DECLARACIONES SI ES POSIBLE Y ALGUNA FOTO]**.





Eventos de reconocimiento

CaixaBank y **[NOMBRE DEL GDR]** celebran una jornada sobre emprendimiento rural en **[MUNICIPIO]**.

Más de **[NÚMERO]** emprendedores y representantes económicos, sociales e institucionales de la comarca se han reunido hoy en **[MUNICIPIO]** para hablar del futuro emprendedor de nuestra comarca, así como para reconocer las cuatro mejores iniciativas premiadas por el GDR **[NOMBRE]** y CaixaBank en su convocatoria lanzada en el mes de **[MES]** y fallada recientemente.

Los protagonistas del evento fueron los cuatro proyectos ganadores que compartieron la historia de su proyecto y también las diferentes vicisitudes por las que han pasado para comenzar su actividad, o su nueva línea de negocio, enraizada en nuestra comarca. El objetivo de esta convocatoria es impulsar la actividad económica en la comarca, y generar empleo y fijar población en los municipios de escasa población.

Los proyectos premiados fueron: **[PROYECTO]** que ha puesto en marcha la iniciativa **[NOMBRE INICIATIVA]** y que comentó que **[EXPLICACIÓN]**.

En el evento, celebrado en el **[LUGAR CONCRETO]** de **[MUNICIPIO]**, también estuvieron presentes **[NOMBRES Y CARGOS]** en representación del GDR, **[NOMBRES Y CARGOS]** por parte de CaixaBank, además **[NOMBRES Y CARGOS]** por el Ayuntamiento y...

El **[NOMBRE O CARGO]** del GDR, **[NOMBRE O CARGO]**, aseguró que ... Por su parte, **[NOMBRE O CARGO]** de CaixaBank, explicó el compromiso de la entidad con el mundo rural por...



OTRAS RECOMENDACIONES

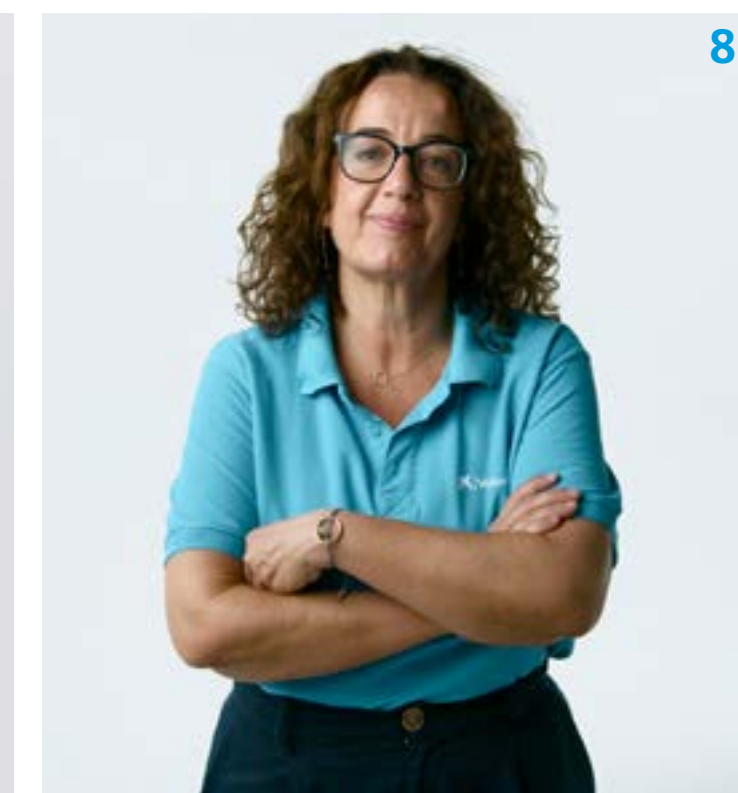
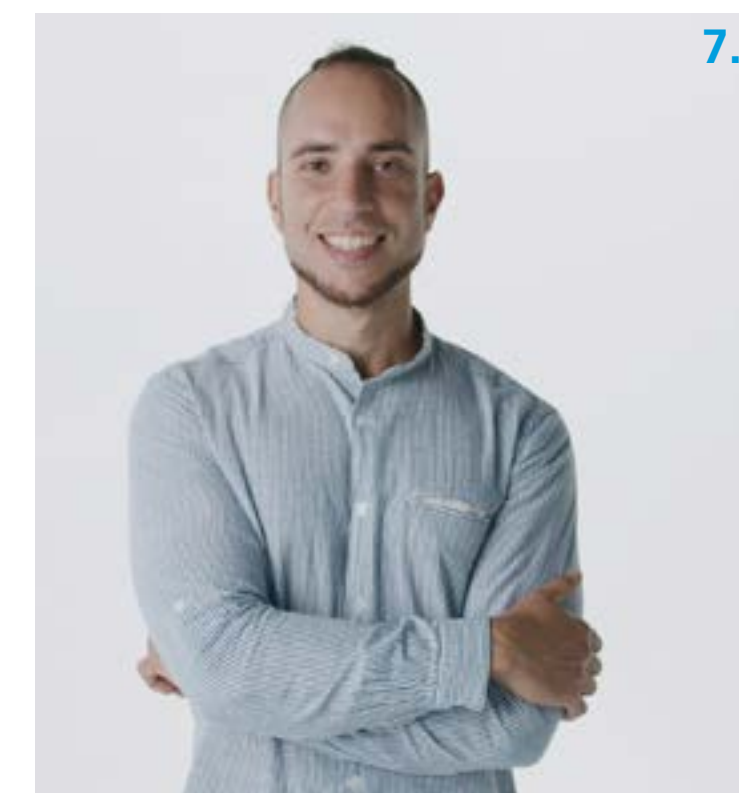
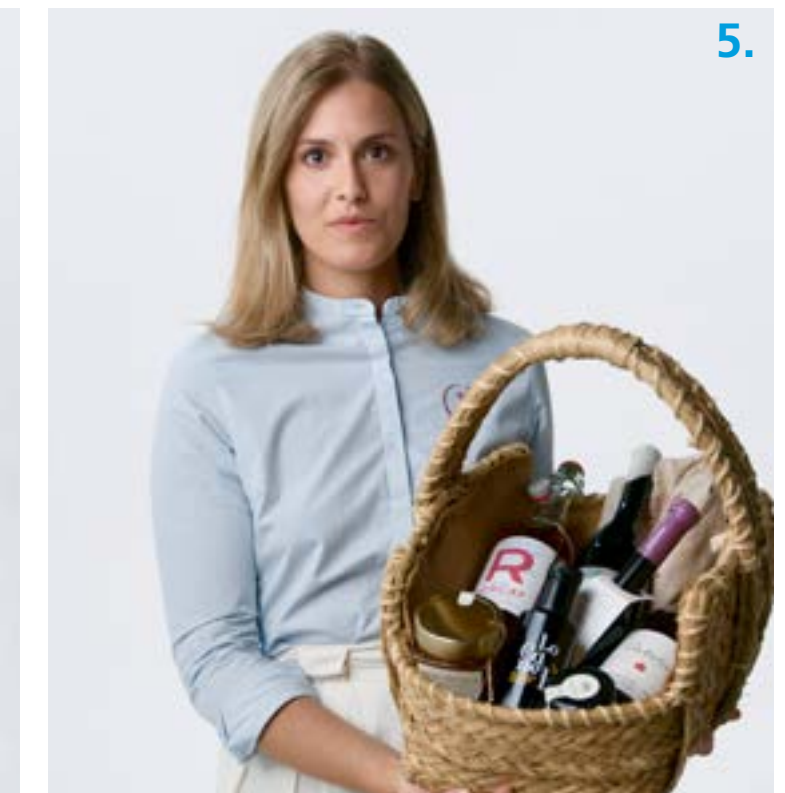
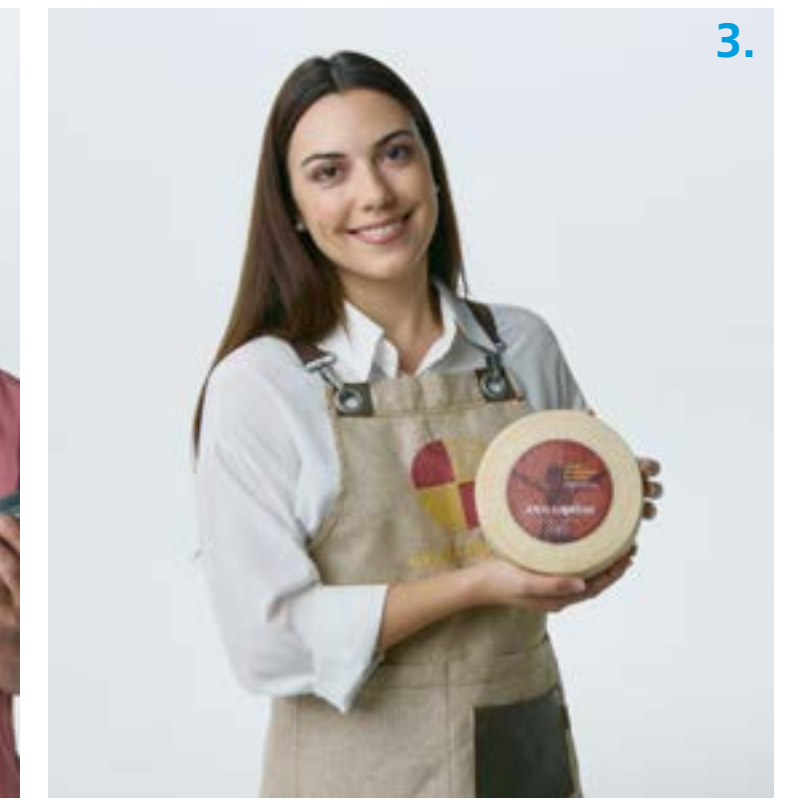
Para que la nota de prensa despierte el máximo interés por parte de los medios de comunicación recomendamos la inclusión de:

Buenas prácticas y/o historias de éxito

Para los medios de comunicación siempre es más interesante el **reflejar historias reales que aterricen los proyectos de las entidades**. Por ello recomendamos incluir, siempre consensuadas con el emprendedor, explicaciones de alguno de los proyectos, fotografías, citas y referencias que ilustren y complementen la comunicación.

Imágenes

Envío al medio de imágenes ilustrativas que acompañen la nota de prensa bien del programa o del caso real contemplado. Estas últimas **deben contar con la autorización o derechos**. La entidad colaboradora se responsabiliza de que las imágenes utilizadas cuenten con todos los permisos y derechos de los protagonistas de las mismas. Se recomienda que las fotografías tengan una calidad mínima de 500 Kb.



1. Ponç y Miguel Ángel Cloquell (Algaida, Mallorca).
Flor de Figa: comercialización de higos.
2. David y Francesc Esplugas (Santa Coloma de Queralt, Tarragona).
Esbó: empresa de herramientas.
3. Cintia García (Vélez Rubio, Almería).
Joya Caprina: fábrica de quesos artesanales.
4. May González y Grisela Carretero (Leciñena, Zaragoza).
Territorio Asha: casa rural.
5. Raquel Camarero (Torresandino, Burgos).
Naturfera: proyecto fertilizantes.
6. Carla Centelles (Vall d'Alba, Castellón).
Terrenae: consumo de proximidad.
7. David Otero (A Fonsagrada, Lugo).
Proyecto ganadería regenerativa.
8. Mª Ángeles Cebrián.
Mentora voluntaria.

RADIO Y TV

La difusión de los proyectos en medios de comunicación, especialmente radios y televisiones de carácter local, es clave para que nuestro compromiso con el medio rural y la difusión de los proyectos de los emprendedores sea percibido por la sociedad de una forma más clara, cercana y pedagógica.

Aquí os ofrecemos unas **pautas y sugerencias** que os pueden ser de ayuda a la hora de afrontar con éxito una entrevista.



Aspectos generales

Ofrece historias. El periodismo busca historias: es importante **explicar las experiencias desde el punto de vista personal** para reflejar la parte más humana y cualitativa del programa y los proyectos, que sirva al periodista para componer o explicar un relato a los lectores.

Cita ejemplos. Nuestro objetivo principal es **dar visibilidad al programa y los proyectos** que lo nutren.

Menciona los aliados. Es importante **hacer referencia al espíritu colaborativo #Tierra-deOportunidades y mencionar a todos los actores** que lo hacen posible entre los que se encuentra Acción Social CaixaBank.

Contextualiza y ofrece datos. Para aportar más valor a vuestras declaraciones, es aconsejable **contextualizarlas en el ámbito del Reto Demográfico** ofreciendo datos extrapolables a la región, provincia o comarca e información concreta del programa y proyecto.

Humanízala. La experiencia **personal enriquece** y marca la diferencia que ayuda a los lectores a “poner cara” al proyecto y sus protagonistas.



Entrevistas para radio/TV

Directo o grabadas, idéntica estrategia. En el caso de la radio la mayoría suelen realizarse por vía telefónica y en ambos casos es aconsejable llevar preparados las **ideas clave** que se desee transmitir **ofreciendo respuestas concisas, frases cortas y directas** que hace que el mensaje se fije en la audiencia de una forma más clara.

Cita el nombre del programa y colaboradores. Es recomendable iniciar las declaraciones **mencionando el nombre del programa #TierradeOportunidades, y los colaboradores**, entre ellos, CaixaBank. Con esto nos aseguramos que en la posible edición posterior se mencione a todos los actores implicados.

Ajustar el mensaje al tiempo y formato de la intervención. Las entrevistas suele tener una **duración aproximada de entre 5 y 10 minutos**, y puede darse también la modalidad de participación en mesas redondas o debates con otros participantes. En este caso, el director del programa irá alternando preguntas a unos y otros, moderando el coloquio. Prepara tus mensajes clave.



REDES SOCIALES

Las redes sociales son el mejor altavoz de vuestros proyectos y os invitamos a realizar la máxima difusión en ellas. Con la finalidad de que puedan ser visualizadas por el mayor número de personas y que vuestras iniciativas tengan mayor repercusión y alcance os agradecemos que implementéis en vuestros posts los siguientes elementos:

Mención: [@CaixaBank](#)

Hashtags:

[#CaixaBankAccionSocial](#)
[#CABKAcciónSocial](#)
[#TierraDeOportunidades](#)

Mostramos ejemplos de posts para cada uno de los momentos de comunicación del programa.

Puedes seleccionar y copiar los textos de los posts de ejemplo.



Difusión de la firma de convenio



Lanzamiento de convocatoria



Fallo/resolución de la convocatoria



Celebración de eventos



Difusión en profundidad de proyectos concretos



04 EVENTOS

RECOMENDACIONES Y GUÍA PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS


Contexto


Creemos que es muy positivo **realizar un acto con los emprendedores seleccionados** en vuestras comarcas. Además de ayudar a conocer la filosofía de programa impulsa la difusión y visualización de los proyectos de los verdaderos protagonistas de Tierra de Oportunidades: los emprendedores de vuestros territorios.

La filosofía de estos encuentros, además de ser altavoz de las iniciativas, es que sean un **punto de encuentro para el reconocimiento, el debate y la generación de sinergias**.


Os invitamos a que nos hagáis partícipes de la celebración de estos encuentros a través de los Responsables de Acción Social CaixaBank con el objetivo de que podamos acompañaros y apoyaros en la organización y difusión de los mismos.

Os ofrecemos una serie de **sugerencias que pueden ayudar en la organización y puesta en marcha los eventos**:

 **¿CUÁNDO REALIZARLOS?** Tras el fallo, comunicación y publicación del resultado de la convocatoria de los cuatro proyectos seleccionados.

 **FORMATO:** Encuentro cercano y sencillo en el que los emprendedores puedan compartir con el público asistente su historia personal y su día a día en el marco de emprendimiento rural.

 **DURACIÓN:** 1h y ½ máximo.

 **ASISTENTES E INVITADOS:** Por supuesto como organizadores que sois de estos encuentros el perímetro de asistentes lo marcáis vosotros.

Nosotros os sugerimos una relación de invitados cuya asistencia consideramos enriquecedora:

- Representantes institucionales locales, comarcales y regionales.
- Tejido social de la comarca: entidades sociales, centros de emprendimiento...
- Emprendedores y empresas de la comarca
- Medios de comunicación locales
- Representantes de CaixaBank: a determinar por el Responsable de Acción Social.

Sugerencia de formatos para el bloque de contenido en el desarrollo del acto/orden del día:

- **Ponencias**
- **Mesa de debate**
- Testimonios y exposición de casos de éxito:
- **Testimonios, entrevista**
- **Momento de reconocimiento a los emprendedores seleccionados**

Otras recomendaciones

Es muy recomendable contar con la presencia de un **fotógrafo** para la difusión posterior de la nota de prensa o post en RRSS.

Una vez celebrado el evento es muy recomendable realizar la **difusión** del mismo según lo desarrollado en el bloque 3 de la presente guía.



RECOMENDACIONES Y GUÍA PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Invitación

Se recomienda enviar con una anticipación mínima de 15 días.

[\(Descargar plantilla invitación\)](#)

The image shows a template for an invitation card. At the top left is the CaixaBank logo. To its right is the logo for GDR Filabres Alhambra and the hashtag #CABKAcciónSocial. Below these is the placeholder text 'Título del evento'. The main body of the card features a photograph of a narrow, cobblestone street in a historic town with stone buildings and white window shutters. Overlaid on the photo are white line-art figures of people. Below the photo is a white text box containing the invitation message: 'Tenemos el placer de invitarte a la presentación del programa **Tierra de Oportunidades** y del **[NOMBRE EVENTO]**, que se celebrará el día **[DÍA Y MES]** a las **[HORA]**, en **[LUGAR EVENTO]**, **[DIRECCIÓN EXACTA]** ¡TE ESPERAMOS!'. At the bottom center of the card is the hashtag #TierradeOportunidades.

Programa de mano/orden del día

Se recomienda enviar con una anticipación mínima de 15 días.

[\(Descargar plantilla programa\)](#)



Título del Programa



#CABKAcciónSocial

<h3>Programa</h3>	<h3>[FECHA]</h3>
<p>09:00 - 09:30 h RECEPCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES [LUGAR]</p> <p>09:30 - 11:00 h TALLER VALIDACIÓN DE NEGOCIOS [NOMBRE Y CARGO] [LUGAR]</p> <p>11:00 - 11:30 h CAFÉ CON SABOR FINANCIERO [NOMBRE Y CARGO]</p>	<p>11:30 - 13:00 h TALLER DE MARKETING [NOMBRE Y CARGO]</p> <p>13:00 - 13:30 h PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL [NOMBRE Y CARGO] [NOMBRE Y CARGO]</p> <p>PRESIDENTES DE GRUPOS DE DESARROLLO RURAL NOMBRE Y CARGO] [NOMBRE Y CARGO] [NOMBRE Y CARGO] [NOMBRE Y CARGO]</p>
<p>LUGAR DEL EVENTO: [LUGAR, CORREO]</p>	

#TierradeOportunidades

OBSEQUIOS O RECONOCIMIENTOS

En el caso de que contempléis hacer esta entrega os damos una idea.

[\(Descargar plantilla diploma\)](#)



MATERIALES Y APLICACIÓN DE MARCA:

En el caso de que queráis producir cualquier soporte o elemento de imagen (photocall, roll up, trasera, folleto divulgativo, etc.) es necesaria la aplicación de la marca tal y como aparece recogido en el bloque 2 del presente manual y consensuar siempre con el Responsable de Acción Social para su aprobación. Os damos algunas ideas de buenas prácticas:

Recomendaciones

- ✓ Asegurar la legibilidad del texto sobre la imagen.
- ✓ Medidas recomendadas: 200x200 cm
- ✓ Asegurar la visibilidad a la hora de hacer fotografías



Roll-up

- ✓ Asegurar la legibilidad del texto sobre la imagen.
- ✓ Medidas recomendadas: 150 x 200 cm
- ✓ Asegurar la visibilidad a la hora de hacer las fotografías.



Bolígrafo

- ✓ Asegurar la legibilidad del texto sobre la imagen.
- ✓ Medidas logo: 50 mm



Cuaderno espiral

- ✓ Asegurar la legibilidad del texto sobre la imagen.
- ✓ Medidas recomendadas: 21 x 28 mm



 CaixaBank | **#CABKAcciónSocial**

#TierradeOportunidades