

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 RR.SS.

---

Notas de prensa: circuito y enfoque	12
Radio y TV	16
Redes sociales	17

### 04

#### EVENTOS

---

Organización	19
Soportes y aplicación de marca	22

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 crear 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, la mitad de ellos tienen menos de 500 habitantes y el 84 % tiene 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 dentro 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 tres elementos:

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



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

#CABKAcciónSocial

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

#TierradeOportunidades

## Circuito de validación

El diseño debe ser compartido con el responsable de Acción Social de la comunidad autónoma correspondiente, quien tiene que validarlo.\*

\*Tabla de interlocutores por CC. AA., en la [página 10](#).

**CONVERTIR  
NUESTRO TRABAJO  
EN PROYECTOS DE FUTURO  
PARA EL MUNDO RURAL  
NOS CONVIERTE  
EN CAIXABANK**



**#CABKAcciónSocial**



Logo de CaixaBank

Logo de  
Acción Social

Logo del 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.

En CaixaBank Acción Social solicitamos que, en esta convivencia, los logotipos de CaixaBank y #CABKAcciónSocial tengan preponderancia en cuanto a tamaño y ubicación.

Recomendamos que el resto de marcas sean reflejadas con el mismo tamaño y, preferentemente sobre fondo, 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 DEL EVENTO]**, que se celebrará el día **[DÍA Y MES]**, a las **[HORA]**, en **[LUGAR EVENTO]**, **[DIRECCIÓN EXACTA]**. ¡Te esperamos!

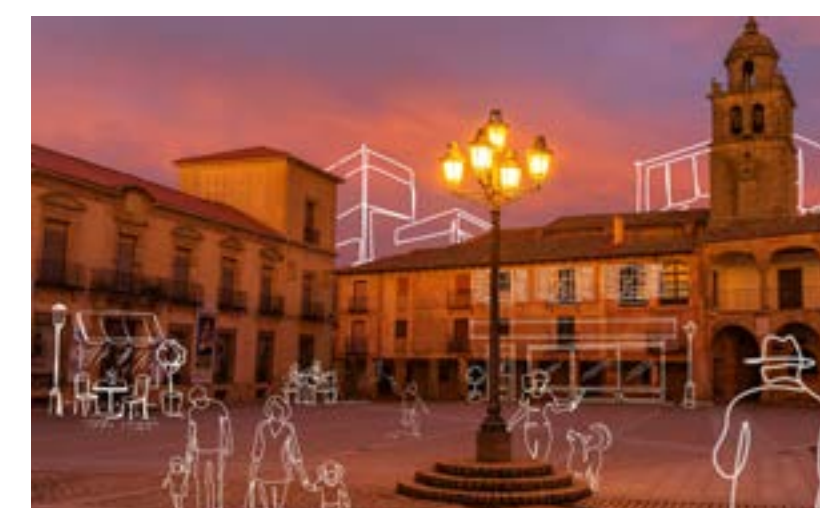
#TierradeOportunidades

## IMÁGENES DEL PROGRAMA

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

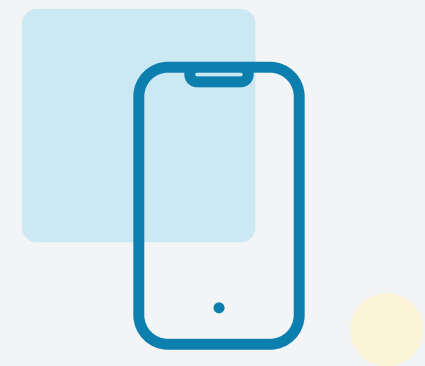
En caso de querer utilizar otras imágenes del programa, ofrecemos tres opciones más.

[\(descargar imágenes\)](#)





03



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RR.SS.

## NOTAS DE PRENSA: CIRCUITO Y ENFOQUE


















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 decidís realizar una comunicación o nota de prensa, será necesario ponerlo en conocimiento del responsable de Acción Social CaixaBank de la comunidad autónoma (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 CC. AA.

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

## NOTAS DE PRENSA: CIRCUITO Y ENFOQUE

### NOTAS DE PRENSA



Con el objetivo de facilitaros al máximo la gestión, ponemos a vuestra disposición 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 ser de aplicación. Podéis descargar [aquí](#) este modelo, que podéis utilizar de forma completamente opcional y voluntaria por vuestra parte.

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

**1. Cabecera:** logotipo en la cabecera de CaixaBank | #CABKAcciónSocial, que se sumará los de la entidad social correspondiente.

**2. Introducción:** mención a CaixaBank y el programa #TierradeOportunidades.

**3. Boilerplate** de Tierra de oportunidades que os será proporcionado por nuestra Área de Comunicación.

Logo GDR

NOTA DE PRENSA

---

**CaixaBank y XXX impulsan el emprendimiento rural en XXX con el programa Tierra de Oportunidades**

- En colaboración con el Grupo de Desarrollo Rural (GDR) XXXXXX, la entidad financiera reconoce los XXX mejores proyectos de emprendimiento con ayudas directas.
- Además, los emprendedores rurales se incorporarán a una comunidad de emprendimiento y realizarán programas de formación para detectar sus necesidades e impulsar sus proyectos.

**Ciudad, XXX de XXX de 2023**

CaixaBank, en colaboración con XXX, ha puesto en marcha en la provincia de XXX el programa Tierra de Oportunidades, una iniciativa con la que apoya e impulsa el emprendimiento rural y la creación de empleo, al mismo tiempo que contribuye a detener la creciente despoblación de los núcleos rurales.


La entidad financiera ha firmado un acuerdo con el Grupo de Desarrollo Rural (GDR) XXXXX con el objetivo de impulsar la creación de empleo a través de dos líneas de actuación: ayudas directas a emprendedores rurales, que también se incorporarán a una comunidad de emprendedores, y programas de formación y acompañamiento para detectar sus necesidades e impulsar sus proyectos.

En el acto en el que se ha firmado el convenio, que ha tenido lugar XXXX, han participado XXXXXX y XXXXXX.



“CaixaBank está profundamente comprometido con la inclusión financiera de las zonas rurales de este país; un compromiso que demuestra cada día con la implantación de oficinas en pequeñas poblaciones, su promesa de no abandonar ninguna localidad en la que sea la única entidad, el apoyo al sector agroalimentario a través de su línea de negocio AgroBank y a los emprendedores a través de MicroBank y, ahora, también gracias al programa Tierra de Oportunidades. Estamos convencidos de que el emprendimiento y la creación de empleo son las claves para que las zonas rurales puedan desarrollarse y ofrecer un futuro de bienestar a sus habitantes”, ha subrayado XX cargo de CaixaBank XX, XXX nombre XXX.

El convenio de colaboración, dotado con XXX euros, contempla el lanzamiento de una convocatoria a emprendedores de la comarca, entre los que se elegirán los proyectos con

Dirección Territorial Castilla y León  
CaixaBank Comunicación y  
Patrocinios Cyl  
Isabel Ibáñez: 660734457  
imibanez@caixabank.com  
[www.caixabank.com/comunicacion/index.es.h](http://www.caixabank.com/comunicacion/index.es.h)



1

Logo GDR

NOTA DE PRENSA

---

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 *on-line* de emprendedores con Rural Talent, Incubatio, lanzada con el impulso de CaixaBank. El Grupo de Desarrollo Rural pondrá en marcha, además, un programa formativo con el apoyo de CaixaBank.

**Sobre Tierra de Oportunidades CaixaBank**

Tierra de Oportunidades es un programa de Acción Social CaixaBank que impulsa la creación de empleo, el emprendimiento y la fijación de población en el entorno rural con el objetivo de aportar soluciones al reto demográfico del país, ya que más del 80 % de los 8.131 municipios tienen menos de 5.000 habitantes y la pérdida de población es continua.

El foco principal del programa es el emprendedor rural como vía de dinamización del entorno rural y como protagonista de proyectos con futuro, bien por tener una idea a punto de lanzarse, bien por crear una nueva línea de negocio en una pequeña empresa que está en proceso de crecimiento.


Para llegar a estas iniciativas de emprendimiento, las direcciones territoriales de CaixaBank han buscado una alianza con los Grupos de Desarrollo Rural (GDR), conocedores del tejido económico de las comarcas, para ayudar directamente al emprendedor rural, detectar sus necesidades y ofrecerle formación y ayudas económicas a través de estos GDR.

Tierra de Oportunidades es un programa colaborativo en el que se implican diferentes áreas de CaixaBank con acompañamiento y mentorización (Voluntariado CaixaBank), con financiación (MicroBank y AgroBank) y con la creación de una comunidad de emprendedores de todo el país (en la incubadora ideada por Rural Talent, con el impulso del banco).

**Sobre el Grupo de Desarrollo Local**

**(Ampliar información sobre el GDR)**

Dirección Territorial Castilla y León  
CaixaBank Comunicación y  
Patrocinios Cyl  
Isabel Ibáñez: 660734457  
imibanez@caixabank.com  
[www.caixabank.com/comunicacion/index.es.h](http://www.caixabank.com/comunicacion/index.es.h)



2

## NOTAS DE PRENSA: CIRCUITO Y ENFOQUE

### Argumentario de hitos de comunicación

En su desarrollo, el programa #TierradeOportunidades tiene cuatro momentos clave 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 hubiera, como en el cuerpo de la nota de prensa se agradece la mención a la colaboración con CaixaBank dentro del programa Tierra de Oportunidades.

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

*Se puede seleccionar y copiar el texto para completarlo y modificarlo con la información correspondiente.*



### Firma del convenio

CaixaBank y **[NOMBRE DEL GDR]\*** firman un convenio para impulsar el emprendimiento rural dentro del 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 **[NOMBRE 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 *on-line* 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.

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 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, se 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 **[NOMBRE 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 los siguientes: **[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 han sido los cuatro proyectos ganadores, que han compartido 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, generar empleo y fijar población en los municipios de escasa población.

Los proyectos premiados han sido: **[PROYECTO]**, que ha puesto en marcha la iniciativa **[NOMBRE INICIATIVA]** y que ha comentado que **[EXPLICACIÓN]**.

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

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



## OTRAS RECOMENDACIONES

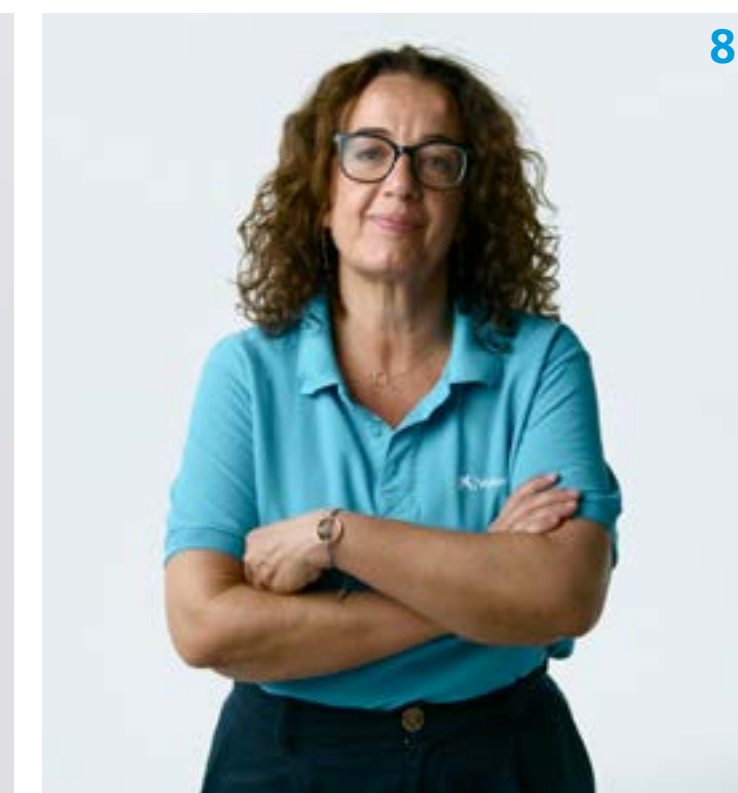
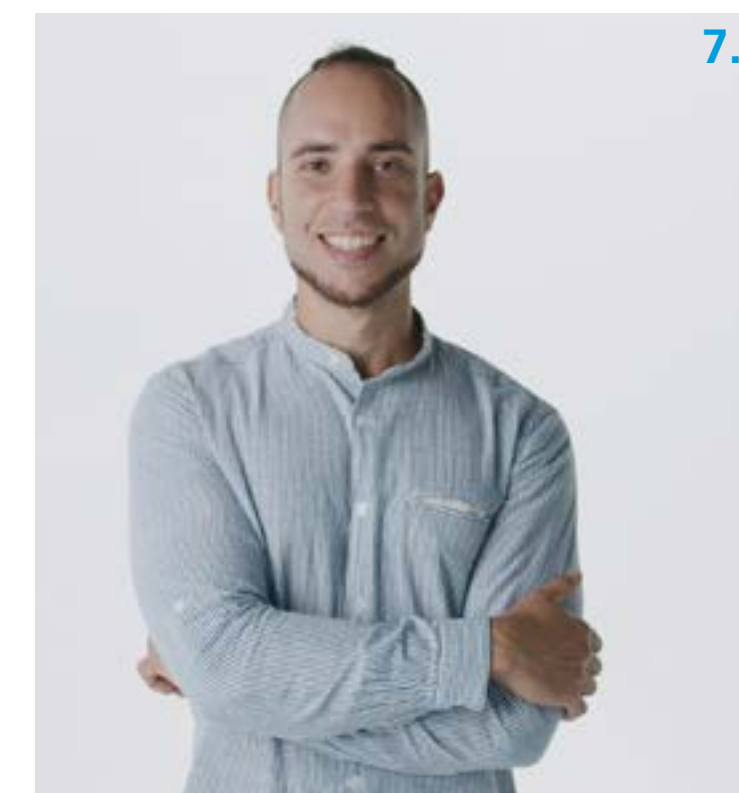
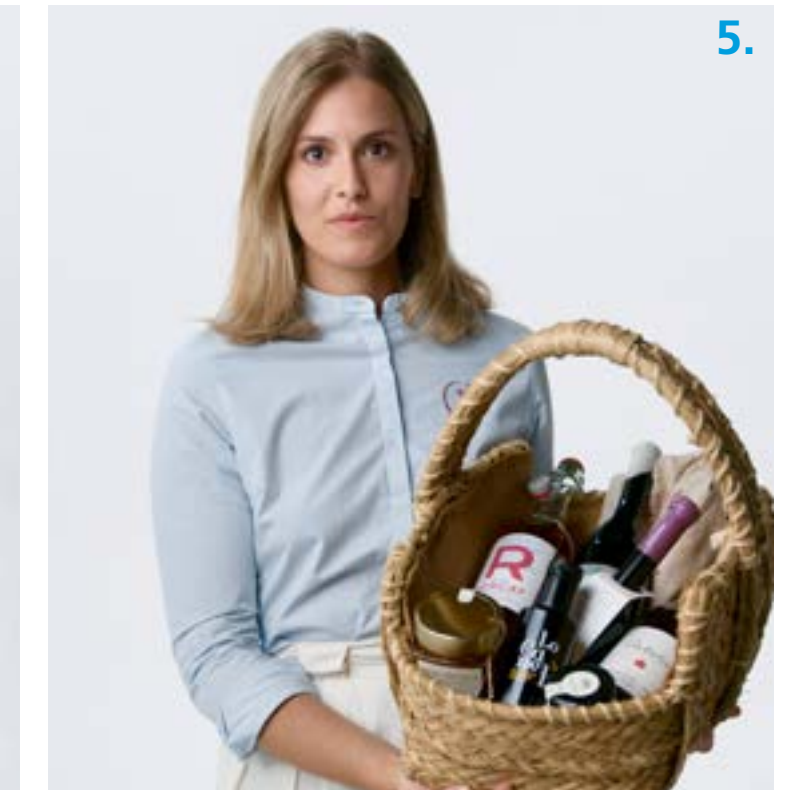
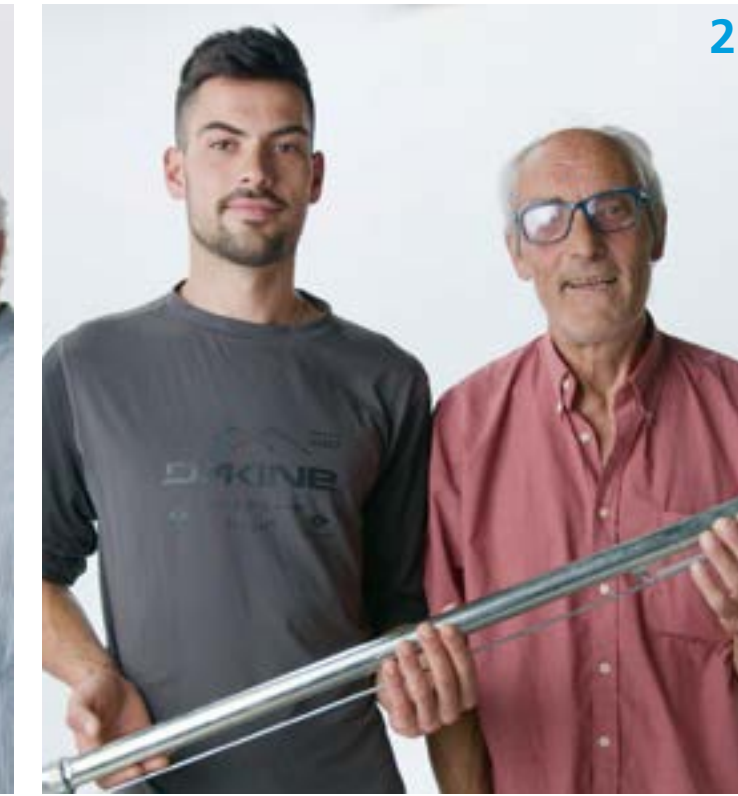
Para que la nota de prensa despierte el máximo interés a los medios de comunicación, recomendamos la inclusión de los siguientes elementos:

### Buenas prácticas o historias de éxito

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

### Imágenes

Es importante enviar al medio imágenes ilustrativas que acompañen la nota de prensa, bien del programa, bien 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 Àngel 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 de fertilizantes.
6. Carla Centelles (Vall d'Alba, Castellón).  
*Terrenae*: consumo de proximidad.
7. David Otero (A Fonsagrada, Lugo).  
Proyecto de ganadería regenerativa.
8. M<sup>a</sup> Angeles 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

**Ofreced 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, y que eso sirva al periodista para componer o explicar un relato a los lectores.

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

**Mencionad a los aliados.** Es importante **hacer referencia al espíritu colaborativo de #TierradeOportunidades y mencionar a todos los actores** que lo hacen posible, entre los que se encuentra Acción Social CaixaBank.

**Contextualizad y ofreced 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.

**Humanizadla.** 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

**En 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 preparadas las **ideas clave** que se desee transmitir **ofreciendo respuestas concisas, con frases cortas y directas**, que hace que el mensaje se fije en la audiencia de una forma más clara.

**Citad 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 de que en la posible edición posterior se mencione a todos los actores implicados.

**Ajustad el mensaje al tiempo y formato de la intervención.** Las entrevistas suelen 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. Preparad vuestros 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 vuestras iniciativas puedan ser visualizadas por el mayor número posible de personas y tengan mayor repercusión y alcance, os agradecemos que implementéis en vuestros posts los siguientes elementos:

Mención: [@CaixaBank](#)

Hashtags:

[#CaixaBankAcciónSocial](#)  
[#CABKAcciónSocial](#)  
[#TierradeOportunidades](#)

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

*Se pueden seleccionar y copiar los textos de los posts de ejemplo.*

Nos encontraréis en nuestras RR. SS.



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 del 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 de 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 del emprendimiento rural.

 **DURACIÓN:** 1 hora y media como 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 RR. SS.

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 enviarla con una anticipación mínima de 15 días.

[\(descargar plantilla de invitación\)](#)



## Programa de mano / orden del día

Se recomienda enviarla con una anticipación mínima de 15 días.

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



**CaixaBank**

Título del Programa



**#CABKAcciónSocial**

# Programa

## [FECHA]

---

**9 - 9:30 h**  
**RECEPCIÓN DE LOS EMPRENEDORES** [LUGAR]

**9:30 - 11:00 h**  
**TALLER DE VALIDACIÓN DE NEGOCIOS**  
[NOMBRE Y CARGO]  
[LUGAR]

**11 - 11:30 h**  
**CAFÉ CON SABOR FINANCIERO**  
[NOMBRE Y CARGO]

**11:30 - 13:00 h**  
**TALLER DE MARKETING**  
[NOMBRE Y CARGO]

**13 - 13:30 h**  
**PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL**  
[NOMBRE Y CARGO]  
[NOMBRE Y CARGO]

**PRESIDENTES DE GRUPOS DE DESARROLLO RURAL**  
[NOMBRE Y CARGO]  
[NOMBRE Y CARGO]  
[NOMBRE Y CARGO]  
[NOMBRE Y CARGO]

**LUGAR DEL EVENTO:**  
[LUGAR, CORREO]

**#TierradeOportunidades**

## OBSEQUIOS O RECONOCIMIENTOS

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

[\(descargar plantilla de diploma\)](#)



## MATERIALES Y APLICACIÓN DE MARCA

En el caso de que queráis producir cualquier soporte o elemento de imagen (*photocall*, *roll-up*, traseca, folleto divulgativo, etc.), es necesaria la aplicación de la marca tal y como aparece recogida en el bloque 2 del presente manual y el material debe consensuarse 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: 200 × 200 cm
- ✓ Asegurar la visibilidad a la hora de hacer las fotografías



## Roll-up

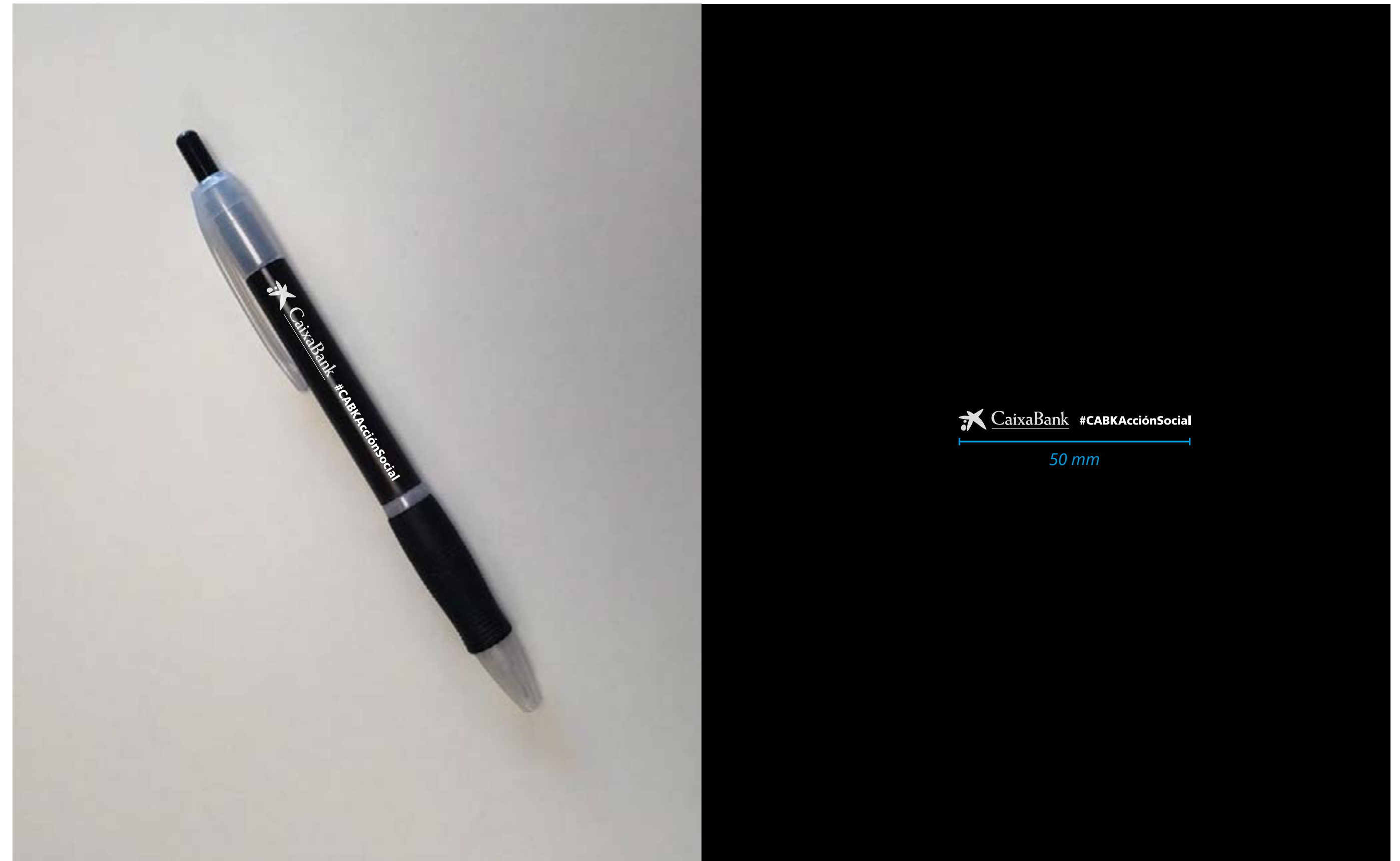
- ✓ Asegurar la legibilidad del texto sobre la imagen
- ✓ Medidas recomendadas: 150 × 200 cm
- ✓ Asegurar la visibilidad a la hora de hacer las fotografías.





## Bolígrafo

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



## Cuaderno con espiral

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



 CaixaBank | **#CABKAcciónSocial**

**#TierradeOportunidades**