



oikos
cooperação e desenvolvimento

MANUAL DE MARCA Y NORMAS GRÁFICAS

**DESIGN ES EL EMBAJADOR
SILENCIOSO DE LA MARCA.**

PAUL RAND



1

¿QUIÉN ES OIKOS?

Quienes somos
Que hacemos

2

**NUESTRA CARA
| LOGO**

El nombre Oikos
Historia del logotipo
Logotipo y variantes
Usos correctos

3

**NUESTRA IDENTIDAD
| MATERIALES
INSTITUCIONALES**

Esquema de colores
Tipografía
elementos gráficos
Estacionario
uso de fotografías

4

**VISIBILIDAD Y
MERCHANDISING**

5

COMUNICACIÓN ON-LINE

Comunicación web
Redes sociales

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Este es el Manual de Normas Gráficas de Oikos, un documento fundamental para la consistencia visual y la comunicación efectiva de nuestra marca.

Es una guía completa que establece pautas claras sobre el uso adecuado de los elementos visuales de la marca Oikos, incluidos logotipos, colores, tipografía y otros elementos gráficos. Sirve como punto de referencia para todas las personas involucradas en la creación y producción de los materiales de marketing, diseño y comunicación de nuestra Organización, ya sean equipos internos, proveedores o socios.

Seguir los estándares gráficos definidos en este manual garantiza que nuestra marca sea reconocida y recordada de manera consistente y completa, independientemente de los diferentes países donde opera, medios o soportes donde se utiliza. La cohesión visual ayuda a fortalecer la identidad de la marca Oikos y transmitir sus valores, generando confianza y credibilidad con nuestros públicos objetivo.

Es importante señalar que este Manual de Normas Gráficas no es un documento estático, sino una referencia viva que puede y debe actualizarse a medida que la marca evolucione y surjan nuevas necesidades.

Utilice este manual con cuidado y atención como una herramienta valiosa para mantener la integridad visual de la marca Oikos. Seguir las pautas establecidas lo más fielmente posible para que Oikos se beneficie de una identidad visual sólida y coherente.

A group of young African children, some smiling and some with hands clasped, looking towards the camera. The children are of various ages and are dressed in colorful clothing. The background is slightly blurred, focusing attention on the children in the foreground.

NUESTRA INSPIRACIÓN

ERRADICAR LA POBREZA PARA QUE TODAS LAS PERSONAS
DISFRUTEN EL DERECHO A UNA VIDA DIGNA.



¿QUIÉN ES OIKOS?

SOBRE NOSOTROS Y LO QUE HACEMOS

QUIÉNES SOMOS

Oikos- Cooperação e Desenvolvimento es una Asociación sin fines lucrativos, reconocida internacionalmente como una Organización No Gubernamental para el Desarrollo, fundada en Portugal en 1988.

Creemos en un mundo sin pobreza e injusticia, donde el desarrollo humano sea equitativo y sostenible a escala local y mundial. Por eso, nuestra misión es erradicar la pobreza y reducir las desigualdades para que todas las personas puedan disfrutar del derecho a un vida digna.

Actuamos en los ámbitos del medio ambiente y el cambio climático; seguridad alimentaria y economía local; acceso a servicios sociales básicos; ciudadanía y derechos humanos.

Somos una ONGD portuguesa centrada en el Mundo. Por eso, trabajamos con las comunidades y regiones más pobres y vulnerables, independientemente de su localización geográfica. Actualmente estamos presentes en Portugal, África y América Latina.





ESTA ES NUESTRA VISIÓN

Un mundo sin pobreza e injusticia
dónde el desarrollo humano sea
equitativo y sostenible a escala local
y mundial.



ASUMIMOS COMO MISIÓN

Erradicar la pobreza y reducir las
desigualdades para que todas las
personas disfruten del derecho a
una vida digna.



TENEMOS COMO AMBICIÓN

Ser reconocidos como una organización
internacional líder en el desarrollo de
soluciones sostenibles para erradicar la
pobreza.

FIRMA DE LA MARCA

Una firma de marca nos agrega contenido. La firma funciona como un eslogan. Una frase que define, resume e identifica el posicionamiento de Oikos. Creado a partir de conceptos transversales al trabajo de Oikos, pero también de fácil comprensión para el gran público: justicia y sostenibilidad.

**JUNTOS POR UN MUNDO
MÁS JUSTO Y SOSTENIBLE**

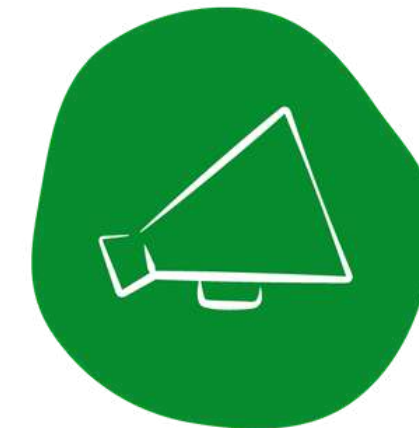




VALORES QUE COMPARTIMOS



EQUIDAD



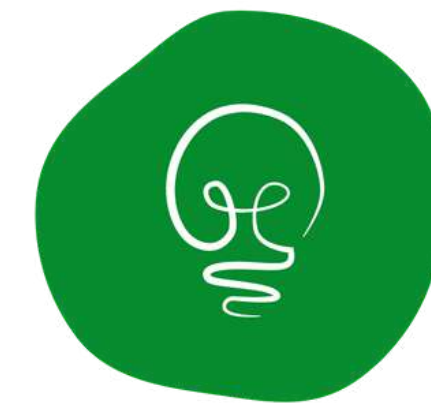
LIBERTAD Y
LIDERAZGO



SOLIDARIDAD



RESPONSABILIDAD



CONOCIMIENTO E
INNOVACIÓN



TRANSPARENCIA Y
RENDICIÓN DE CUENTAS

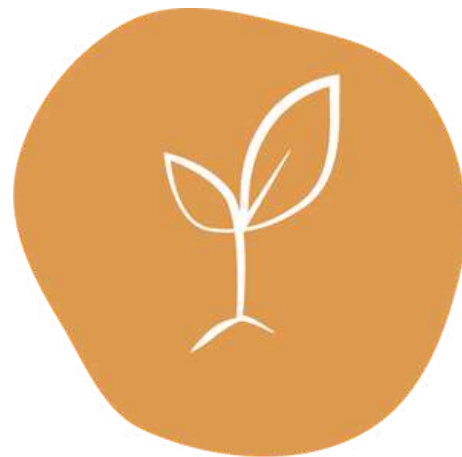
QUE HACEMOS

La actividad de Oikos se centra en 4 grandes ejes temáticos estratégicos.



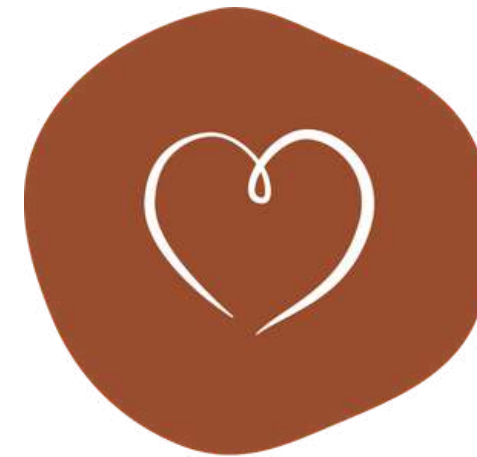
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO

Protegemos y conservamos el medio ambiente y biodiversidad, fomentando el uso sostenible de los recursos naturales pero también previniendo daños en catástrofes ambientales.



SEGURIDAD ALIMENTARIA Y ECONOMÍA LOCAL

Promovemos el acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, seguros y nutricionalmente adecuados, además de apoyar la producción y la economía locales.



ACCESO A SERVICIOS SOCIALES BÁSICOS

Apoyamos el acceso a servicios sociales básicos, especialmente vivienda, educación, sanidad, agua potable y saneamiento.



CIUDADANÍA Y DERECHOS HUMANOS

Reforzamos la capacidad de la sociedad civil organizada para defender sus derechos, el acceso a la educación, la sanidad y la participación democrática.



NUUESTRA CARA

LOGO

2

EL NOMBRE OIKOS

Oikos es una palabra griega que significa casa, universo habitado.

Es también la raíz de palabras muy importantes en la lógica del desarrollo:

Ecología (Oikos-logos) medio ambiente y biodiversidad.

Economía (Oikos-nomos) producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

Ecumenismo (Oikoumene) unidad a pesar de las diferencias.



LA HISTORIA DE NUESTRO LOGO



1991

Primer logotipo de Oikos desde el registro



1999

Cambio visual total e introducción del verde. El Mundo evoca las C y D de la cooperación y desarrollo



2004

Actualización de color para el dominio verde



2007 - 2022

Nueva tipografía y simplificación sin iconografía asociada



2023

Ajuste para una mejor lectura y disposición visual. Incorporación de complemento con Mundo desde 2022

LOGOTIPO PRINCIPAL

Márgenes de seguridad

- La firma “cooperación y desarrollo” debe acompañar siempre a todo lo largo de la palabra “oikos”.
- La fuente del logotipo es FFInfo.
- Otros elementos gráficos no deben interferir con el perímetro de seguridad estipulado.

Dimensiones mínimas

- Tamaño mínimo, con firma: 17 mm de ancho
- Tamaño mínimo, sin firmar: 4 mm de alto

El recuadro transparente alrededor del logotipo corresponde al "perímetro de seguridad", es decir, el espacio libre mínimo que debe tener el logotipo alrededor de él en todos los usos. Como referencia, usamos el diámetro de la bola **i**, de la palabra Oikos.



con firma



sin firma



VERSIONES POLI Y MONOCROMÁTICAS

APLICACIÓN SOBRE FONDOS CROMÁTICOS

Sobre fondos más oscuros se utiliza el logo en blanco y sobre fondos más claros en negro.

Sobre fondos blancos o muy difuminados, siempre que el contraste de color lo permita, utilizar el logotipo en el color principal.



USO CORRECTO DEL LOGOTIPO

FONDOS FOTOGRÁFICOS

Siempre que el fondo sea suave y permita un alto nivel de contraste, el logotipo se puede utilizar con color. De lo contrario, utilice blanco o negro.

USOS INCORRECTOS

Como regla general, el logo no debe estar mal configurado bajo ningún concepto.



NO ROTAR

NO COMPRIMA

NO ESTIRAR

NO CAMBIOS DE COLOR

NO CAMBIOS LA FUENTE

CO-BRANDING Y COMUNICACIÓN DE PROYECTOS

- Cuando se asocia con los logotipos de otros patrocinadores o socios, el logotipo de Oikos debe mostrarse tan visiblemente como los demás y tener al menos el mismo tamaño de lectura. Se deben respetar las normas de uso del logotipo de Oikos en todos los materiales en cuanto a prohibiciones, márgenes de seguridad y tamaño mínimo.
- Los proyectos que necesiten desarrollar una línea gráfica propia deben contar con un manual de visibilidad aprobado por la casa matriz: Departamento de Operaciones + Comunicaciones.
- Como no existe una línea gráfica propia, para cada proyecto se debe crear un carrusel de logotipos a utilizar en todos los materiales, siguiendo el modelo que se muestra en esta diapositiva.
- Todas las piezas de comunicación gráfica, audiovisual y digital que se produzcan en el marco de los proyectos de Oikos deberán, en la medida de lo posible, ser comunicadas siguiendo los estándares gráficos de Oikos.
- En el caso de piezas de comunicación en las que no se pueda mostrar el logotipo, como reportajes de audio o video, en algún momento se debe dar visibilidad a Oikos, socios y financiadores. Ejemplo: "Este es un trabajo implementado por Oikos, en asociación con abc, financiado por xyz).
- Siempre que exista alguna contradicción en el uso de logotipos, impuesta por socios o financistas, que pueda afectar los estándares gráficos de Oikos, ésta deberá ser remitida a Oikos Comunicación para su análisis.

IMPLEMENTACIÓN



CAMARADERÍA



FINANCIACIÓN



COMPLEMENTO DE LOGO INSTITUCIONAL

- Para ser utilizado como una ilustración adicional de la marca.
- Se puede utilizar en regalos, productos y campañas.
- No sustituye al logotipo principal de forma aislada en los materiales institucionales.
- No debe usarse en carruseles de logotipos de patrocinadores o socios.
- CONTIGO es para uso adicional. Simboliza nuestra presencia con las comunidades, socios, financiadores y el público en general.



contigo



contigo



NUUESTRA IDENTIDAD

MATERIALES INSTITUCIONALES

3

PERSONALIDAD MARCADA



SINCERA

Es honesta y cumple lo que promete. Valora una relación transparente con su familia y con quienes se relaciona.



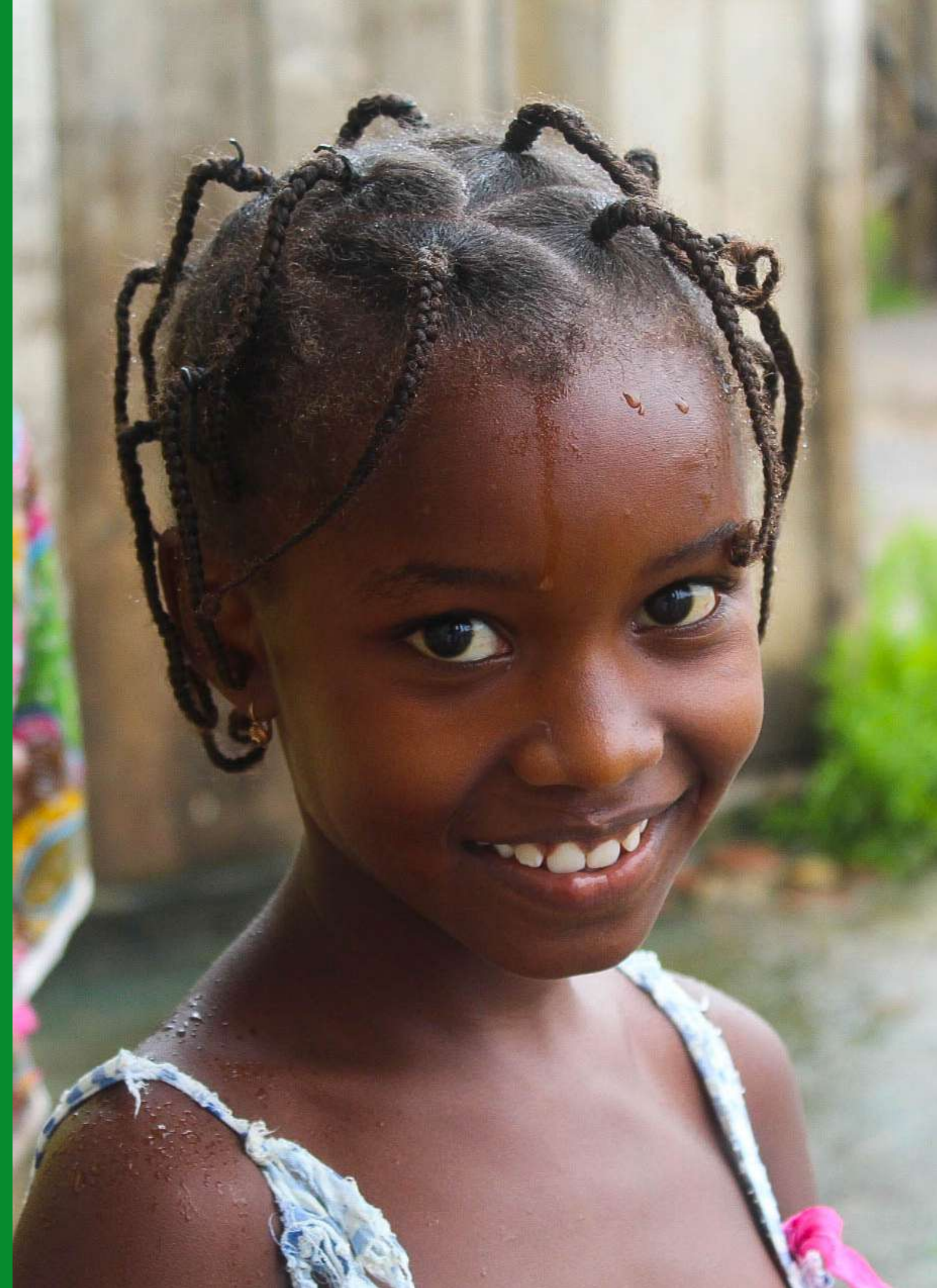
CARIÑOSA

Valora la familia y construye relaciones duraderas. Es sana, amigable y sensible a los problemas del mundo. Lucha por las causas sociales y no tolera la injusticia.



COMPETENTE Y CONFIABLE

Trabajadora, persistente y segura de sus habilidades. Dedicada y experta en su campo de actividad.

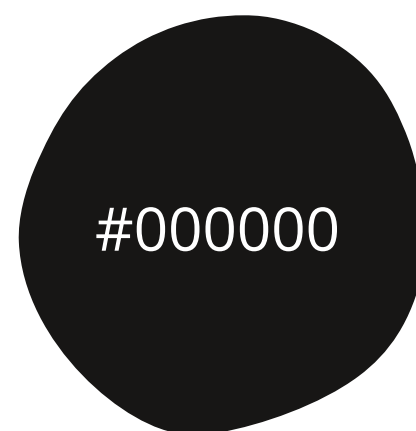


PALETA DE COLORES - MOODBOARD



Colores terrosos que evocan la naturaleza, el suelo y la diversidad cultural.

COLORES INSTITUCIONALES



COLORES COMPLEMENTARIOS - EJES TEMÁTICOS



COLORES NEUTROS



CÓDIGOS DE COLORES

| RGB | HEX | CMYK | WEBSAFE | PANTONE |
|------------|---------|----------------|---------|---------------|
| 6, 139, 46 | #068B2E | 86, 20, 100, 7 | #009933 | 2258C |
| 0, 0, 0 | #000000 | 0, 0, 0, 100 | #000000 | Process Black |

255, 255, 255 #FFFFFF 0, 0, 0,0 #FFFFFF White

COLORES INSTITUCIONALES

| RGB | HEX | CMYK | WEBSAFE |
|--------------|---------|----------------|---------|
| 0, 90, 67 | #005A43 | 90, 39, 78, 35 | #006633 |
| 153, 76, 46 | #994C2E | 28, 76, 98, 22 | #993333 |
| 221, 153, 79 | #DD994F | 12, 44, 79, 0 | #CC9966 |
| 52, 100, 111 | #34646F | 82, 49, 45, 19 | #336666 |

COLORES COMPLEMENTARIOS

| RGB | HEX | CMYK | WEBSAFE |
|---------------|---------|----------------|---------|
| 62, 62, 62 | #3E3E3E | 68, 61, 60, 49 | #333333 |
| 226, 226, 226 | #E2E2E2 | 10, 7, 8, 0 | #CCCCCC |
| 238, 236, 225 | #EEECE1 | 6, 4, 11, 0 | #FFFCC |
| 198, 225, 168 | #C6E1A8 | 24, 0, 42, 0 | #CCCC99 |

COLORES NEUTROS

FONDOS Y FOTOS CON TRANSPARENCIAS

El uso de transparencias sobre las fotos puede ser útil para crear reflejos. Respetar las reglas comunes mantiene la coherencia:

1) sobre la imagen completa:

Fotografía en blanco y negro o color con 60% de opacidad en verde.

Fotografía a color con 40% de opacidad en negro.

2) Sobre parte de la imagen, para bloques de texto, foto color con 75% de opacidad.

OIKOS GREEN AL 60% DE OPACIDAD

+



=

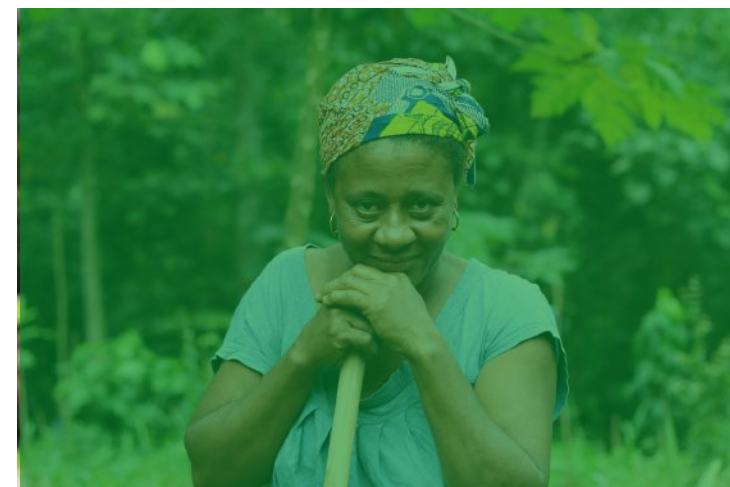


OIKOS GREEN AL 60% DE OPACIDAD

+



=



NEGRO AL 40% DE OPACIDAD

+



=



CUADRO DE TEXTO
VERDE AL 75% DE
OPACIDAD



NORMAS TIPOGRAFICAS Y ORTOGRAFÍA

La tipografía (tipo de letra y normas de uso) forman parte de la imagen de Oikos y son un elemento fundamental en la identidad gráfica de la organización.

INDICACIONES

- 1** Cuando se escribe en medio de un texto, la marca debe escribirse con O mayúscula y el resto con minúscula. "Oikos" y "Oikos – cooperación y desarrollo". No use OIKOS (visualmente es totalmente diferente a nuestro logo), ni en cursiva. Si es necesario, se permite el uso de Negrita.
- 2** La fuente a utilizar en los documentos internos y de trabajo debe ser CALIBRI. Es una tipografía legible en todos los ordenadores y evitamos deformatearla cada vez que cambiamos de usuario.
- 3** Los textos deben estar alineados a la izquierda. La separación silábica no siempre es la más correcta en programas de word o de imagen y así evitamos grandes espacios entre el texto, lo que produce un efecto visual desagradable.
- 4** Oikos adoptó el acuerdo ortográfico para la comunicación externa. Independientemente de si está personalmente de acuerdo o no, este es el formato que se utilizará para la comunicación formal de Oikos.
- 5** Tu? Por regla general, la comunicación de Oikos utiliza "usted". A pesar de ser más formal, también es más consensuado y refleja un acercamiento más adecuado a la audiencia de Oikos. Sin embargo, para proyectos y temas que se dirigen a audiencias jóvenes, se utiliza el término "Tú", que evoca mayor proximidad, jovialidad y coloquialidad en la comunicación.

TIPOGRAFÍA

Fuente principal

La tipografía es una poderosa herramienta de marca cuando se usa de manera consistente. InfoOTDisp es nuestra tipografía corporativa y la fuente original del logotipo de Oikos.

Es una tipografía única, sencilla y fácil de leer.

Solo debe usarse en materiales gráficos institucionales: no es una fuente gratuita y, por lo tanto, no se asume en dispositivos donde no está instalada.

InfoOTDisp

ABCDEFGHIJKL

MNOPRSTUVWXYZ

abcdefghijkl

mnoqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Aa

TIPOGRAFÍA

Fuentes secundarias

Conjunto de fuentes que mejor se adaptan al estilo de nuestra marca y que se pueden utilizar en materiales impresos, informes, documentos internos y la Web, en combinación con INFO. Todavía se utilizan, solo que exclusivamente:

- Para correo electrónico: Sans Serif
 - Para el sitio web de Oikos: Boogaloo
-



Uso preferido para presentaciones PPT, materiales de proyectos o documentos internos.

CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Uso preferente en Informes, presentaciones u otros documentos.

OPEN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Uso preferido en folletos y materiales de diseño.

MONTSERRAT CLASSIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

ELEMENTOS GRÁFICOS

Las áreas estratégicas de Oikos, así como los sectores de actividad, cuentan con iconos que pueden utilizarse como ilustraciones.

Las áreas estratégicas tienen su propio color y los íconos restantes deben usarse en negro sobre fondo blanco o blanco sobre fondo verde.

FONDOS CON COLOR



AMBIENTE
E ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



SEGURANÇA
ALIMENTAR E
ECONOMIA LOCAL



ACESSO AOS
SERVIÇOS SOCIAIS
BÁSICOS



CIDADANIA
E DIREITOS
HUMANOS

SIN FONDOS



AMBIENTE
E ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



SEGURANÇA
ALIMENTAR E
ECONOMIA LOCAL



ACESSO AOS
SERVIÇOS SOCIAIS
BÁSICOS



CIDADANIA
E DIREITOS
HUMANOS



AMBIENTE
E ALTERAÇÕES
CLIMÁTICAS



SEGURANÇA
ALIMENTAR E
ECONOMIA LOCAL



ACESSO AOS
SERVIÇOS SOCIAIS
BÁSICOS



CIDADANIA
E DIREITOS
HUMANOS

ICONOS DE ÁREAS DE INTERVENCIÓN

Cada sector de actividad tiene su propio icono que se puede utilizar en el idioma respectivo, en gris o blanco.



**MEDIO AMBIENTE
Y RECURSOS
NATURALES**



**RESILIENCIA Y
CAMBIO
CLIMÁTICO**



**MEDIOS DE
SUBSISTENCIA**



**AGUA Y
SANEAMIENTO**



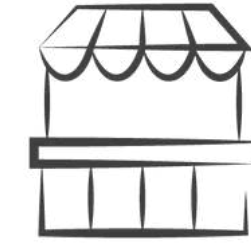
**ABRIGO Y
INFRAESTRUCTURAS**



**SEGURIDAD
ALIMENTARIA**



EDUCACIÓN



**DESARROLLO DE LA
ECONOMÍA LOCAL**



SALUD



**CULTURA Y
COMUNIDADES**



**ESPACIO CÍVICO
Y DERECHOS
HUMANOS**

BANCO DE ICONOS ADICIONAL



PAPELERÍA CORPORATIVA

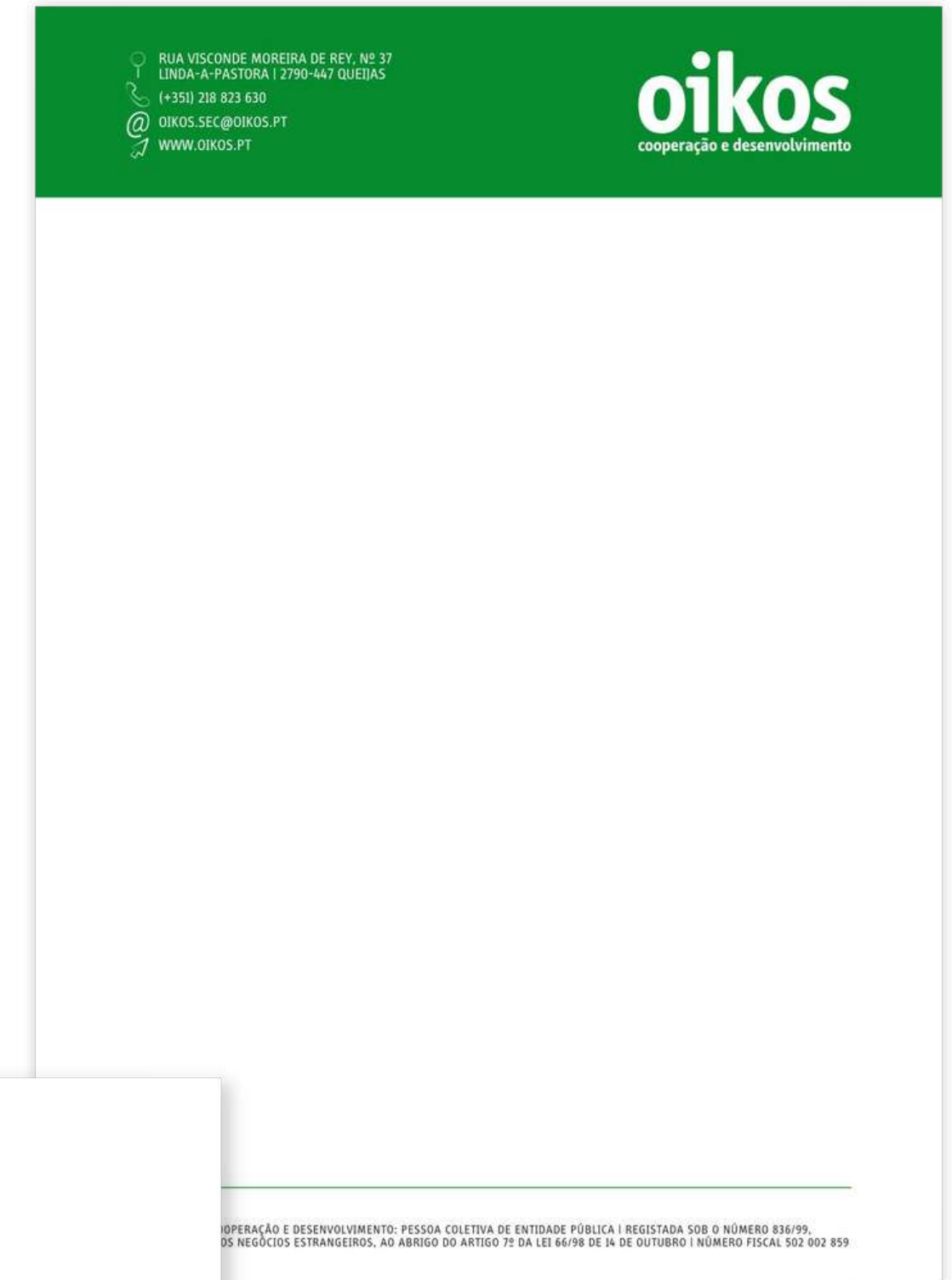
El tipo de papel a utilizar siempre debe tener en cuenta las cuestiones ambientales y sociales relacionadas con su producción.

El papel debe, por principio, ser reciclado o ser lo más ecológico posible. Algunos ejemplos son los papeles libres de cloro (TCF) que no utilizan celulosa de bosques en peligro de extinción; o papeles que incorporen residuos orgánicos en su producción.

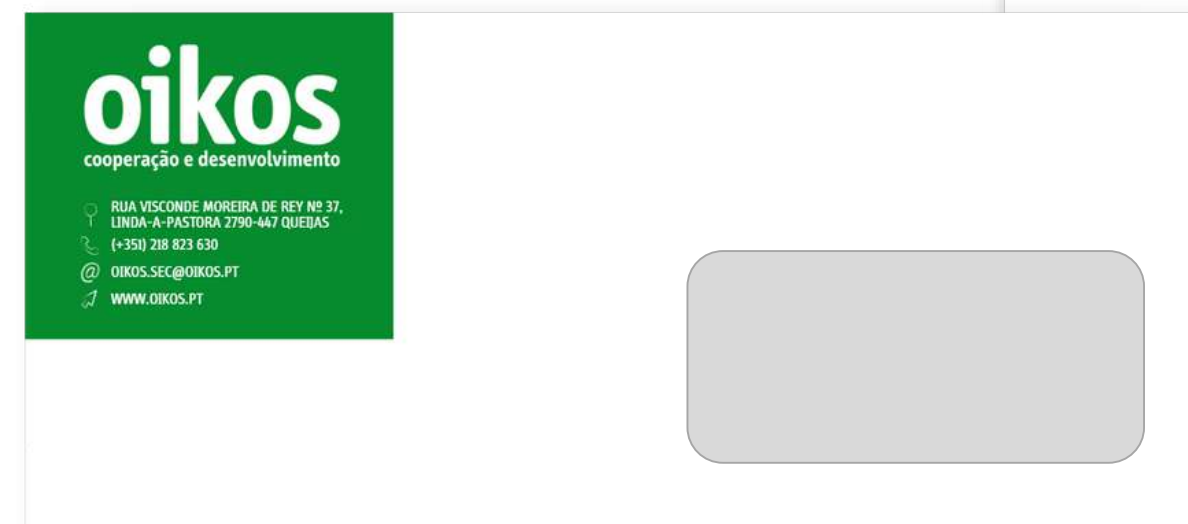
TARJETA DE VISITA



PAPEL DE CARTA



SOBRE



FIRMAS DE CORREO ELECTRÓNICO

Las firmas deben ser estandarizadas y utilizadas por todos los empleados de la Organización.

- No deben ser alterados o adaptados al gusto personal individual.
- Se pueden hacer adaptaciones locales, como el año desde que Oikos ha estado en el país.
- Los enlaces de las redes sociales deben redirigir a las redes locales, si las hay.

NOMBRE COMPLETO

FUNCIÓN - PAÍS

oikos
cooperação e desenvolvimento

DIRECCIÓN:

TELÉFONO Y/O CELULAR:

Organización No Gubernamental para el Desarrollo (ONGD), fundada en Portugal en 1988. Presente en Xpaís desde Xaño
oikos.pt | [Instagram](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#)

Sujeto al secreto profesional de acuerdo con la ley y los [términos](#) de confidencialidad.

♻️ Imprime responsablemente.

Fuente de firma: Verdana 10pts Nombre y función + 9pts restante
Fuente del cuerpo del correo electrónico: Verdana normal o tamaño 10 en negro.

EN OCASIONES O CAMPAÑAS ESPECIALES, LA COMUNICACIÓN PUEDE ENVIAR INDICACIONES O IMÁGENES PARA ADAPTACIÓN DE LA FIRMA DURANTE UN PERÍODO DE TIEMPO.

A young boy with a short haircut is smiling and looking towards the camera. He is wearing a light-colored t-shirt with a graphic of a butterfly and the word 'PRIDE' visible. In the background, another person is partially visible, also smiling. The entire image has a green tint.

VISIBILIDAD Y MERCHANDISING

PRODUCTOS Y MATERIALES

4



FOTOGRAFÍA

LO MÁS DIFÍCIL DE LA FOTOGRAFÍA ES SER SIMPLE:
LA ESPONTANEIDAD CONSERVA LA FUERZA Y LA ESENCIA DE LA IMAGEN.



EL OIKOS SE VE A SÍ MISMO EN IMÁGENES POSITIVAS QUE REFLEJAN ESPERANZA Y RESILIENCIA.

Las imágenes juegan un papel clave en la conexión emocional en la comunicación de una organización. Oikos quiere que esta conexión a través de las imágenes se represente con **imágenes positivas**, que **elogien a las personas y los lugares** con los que y donde trabaja.

OIKOS PRIORIZA RESPETO Y DIGNIDAD EN EL USO DE LAS IMÁGENES.

- No explotamos la vulnerabilidad y el sufrimiento de las personas.
- Somos sensibles al contexto: nuestras imágenes deben documentar la situación de manera respetuosa.
- Contar una historia es más importante que la técnica: Oikos prefiere sobre todo imágenes que retraten el momento, con situaciones auténticas y significativas.



LA FOTOGRAFÍA ES UNA PODEROSA HERRAMIENTA PARA CONTAR UNA HISTORIA.

PERSONAS

Es importante retratar expresiones. Un rostro transmite cercanía. Se deben utilizar fotografías tomadas a nivel de persona y se deben evitar las fotografías tomadas de arriba hacia abajo. Lo ideal es que las fotos estén en lugares amplios, con poca información de fondo y todas con la misma luz (solo sol o solo sombra). Prefiere el color, evita el blanco y negro y nunca utilices filtros de color.

UBICACIONES

Al trabajar en diferentes partes del mundo, es fundamental que las imágenes de Oikos transmitan el entorno para lograr una mayor proximidad y familiaridad con la comunicación.

OBJETOS

Es importante destacar los resultados. Incluir un "objeto" de trabajo, un símbolo destacado del momento o enfoques de primer plano generalmente crea fotografías representativas y visualmente atractivas.

MOVIMIENTO

Poder representar el movimiento en una imagen hace que la fotografía sea más real, dinámica y de mayor interés.

oikos
cooperación e desenvolvimento



CONSENTIMIENTO PARA LA COLECCIÓN DE IMÁGENES

El consentimiento es imprescindible, garantizando el respeto a la privacidad de las personas y los derechos individuales.

¿COMO?



*Plantillas disponibles en el Manual de ética de Oikos.

POLÍTICA DE ÉTICA

Cualquier persona que recopile imágenes en nombre de Oikos debe conocer su política de ética. Además, debe estar completamente informado sobre el propósito de las imágenes que recopilará, la historia que las rodea y los requisitos necesarios.

CONSENTIMIENTO EXPRESO

Siempre que sea posible debe existir un consentimiento individual, explícito e informado de la persona. No en sustitución, se acepta excepcionalmente la autorización de grupo otorgada al líder de la comunidad o líder del grupo.

NIÑOS Y PERSONAS VULNERABLES

Es necesario obtener el consentimiento de los padres o tutores legales al fotografiar a menores o personas que no tienen la capacidad legal para dar su propio consentimiento.

DERECHO A RECHAZAR

Respetamos el derecho de una persona a negarse a ser fotografiada. Aunque ya se haya dado este consentimiento, debemos respetarlo si la persona quiere dejar de ser fotografiada/filmada.

USAR EN CAMPAÑAS

Si la imagen se utiliza para alguna campaña global de Oikos, todos los pasos anteriores son expresamente obligatorios. La persona debe ser informada no sólo de la recogida de la imagen sino también de la finalidad de su uso.

FOLLETOS Y AFICHES

Las imágenes deben ser positivas y apelar a la inclusión y la representación.

- Asegúrese de que la marca Oikos se destaque bien y, cuando sea posible, asocie un titular con poca información.
- Utilice imágenes de buena calidad y resolución que sean representativas de Oikos.
- Utilizar un lenguaje claro y conciso.
- Incluya un llamado a la acción: información clara sobre cómo las personas pueden relacionarse con Oikos.
- Elige el tamaño y formato adecuado: fácil de manejar y que permita que el contenido sea legible.
- Utilice el código de colores Oikos para todo tipo de material institucional. Se salvaguardan las adaptaciones según manuales de comunicación adaptados a cada proyecto y los respectivos materiales.

JUNTOS POR UM MUNDO MAIS JUSTO E SUSTENTÁVEL

Somos uma Associação sem fins lucrativos Portuguesa, que trabalha em Portugal e no Mundo desde 1988 com as comunidades de regiões e países mais pobres e vulneráveis.

Partilhe a nossa missão: Erradicar a pobreza para que todas as pessoas usufruam do direito a uma vida digna.

oikos
cooperação e desenvolvimento

www.oikos.pt

oikos.cd oikos_ongd oikos-ong OikosONGD oikoscd

oikos

COMO APOIAR

DOAR
MBWAY "Ser Solidário" ou 93 733 86 03
IBAN PT50 0036 0265 9910 0013225 29

SER ASSOCIADO
Participe da vida da nossa Associação.

OFERECER TEMPO
Colabore dentro da sua área profissional e de conhecimento.

COMPRAR
Apoie os nossos Negócios Sociais.

PARTILHAR
Divulgue a nossa mensagem a mais pessoas.

FOMENTAMOS A SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONOMIA LOCAL

PROTEGEMOS O AMBIENTE E ATUAMOS CONTRA AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

APOIAMOS O ACESSO AOS SERVIÇOS SOCIAIS BÁSICOS

INCENTIVAMOS A PARTICIPAÇÃO CÍVICA E DIREITOS HUMANOS

EDUCAMOS PARA A CIDADANIA GLOBAL

OIKOS EM NÚMEROS

* Dados do último relatório de atividades anual

| | | | | |
|-----------------------|----------------------|-------------------|-----------------------|---|
| 9 | 627.407 | 34 | 321 | 90% |
| PAÍSES DE INTERVENÇÃO | PESSOAS BENEFICIADAS | PROJETOS EM CURSO | ORGANIZAÇÕES APOIADAS | DOS RECURSOS APLICADOS DIRETAMENTE NA ATIVIDADE |

CAMISETAS INSTITUCIONALES

La vestimenta institucional permite una representación clara y profesional de Oikos.

- Se puede utilizar como camiseta o polo, en color blanco con logo verde + negro o verde con logo blanco, asegurando una rápida y consistente identificación visual con nuestra marca.
- El uso de chalecos debe garantizar la misma consistencia de color. Sobre fondo beige, la mejor lectura será con el logo principal, en verde y negro.
- Siempre que sea posible, la producción debe hacerse en el país donde se utilizará, estimulando la economía local.



CAMISETAS PROYECTO

- Para ropa de identificación de proyectos, se debe respetar la identidad de Oikos de la misma manera que se debe dar la debida visibilidad a los socios y financiadores.
- El análisis de la posición de los logotipos debe tener en cuenta: las especificaciones de comunicación de cada proyecto y las normas de cada financiador. Preferiblemente, el uso será como el ejemplo a continuación: el pecho con el logo de Oikos y socios, en las mangas los financieros y en la espalda todos.
- En el caso de incluir texto para describir el proyecto, se deberá utilizar la letra INFO o la definida en las especificaciones de cada proyecto. Estos también pueden influir en el color del textil, pero preferentemente será blanco o verde.



EL MERCHANDISING DEBE SER PRODUCIDO DE MANERA RESPONSABLE.

- Los obsequios producidos por Oikos deben maximizar los beneficios sociales y ambientales positivos.
- Deben ser producidos con materiales renovables, reciclados, reciclables o compostables, con el fin de reducir el uso de recursos naturales.
- Debe ser de utilidad, para que no se convierta en un desperdicio.
- Cuando sea posible, debe tener un mensaje: el regalo puede ser una oportunidad para concienciar a las personas sobre la importancia de la sostenibilidad y la necesidad de cuidar el medio ambiente.





COMUNICACIÓN EN LÍNEA

WEB Y REDES SOCIALES

5

COMUNICACIÓN WEB

MICROSITIOS O BLOGS DE PROYECTOS

Los sitios temáticos o específicos de proyectos siempre deben indicar el contexto de su creación y mostrar resultados y/o impactos. Idealmente, deben complementarse con historias de vida o testimonios. Algunas notas importantes:

- Los proyectos y campañas a menudo tienen sus propias líneas de comunicación. Sin embargo, es necesario garantizar la conexión con Oikos, es decir, con un logotipo, área reservada sobre Oikos y conexión con el sitio web institucional www.oikos.pt.
- Siempre que sea posible, debe haber alguna conexión con los estándares gráficos de Oikos.
- Se deben utilizar fuentes "seguras para la web". Es decir, que todos los ordenadores tienen y que permiten, además de una buena lectura, que esté igualmente formateado independientemente del ordenador o navegador que se utilice.
- Se debe garantizar la debida visibilidad para los socios y financiadores involucrados en el proyecto o campaña.





**REDES SOCIALES
SON CONEXIONES.
REDES SOCIALES
SON PUBLICIDAD.
LAS REDES SOCIALES
SON UN SERVICIO
PÚBLICO.**



Las redes sociales se consideran la mayor actividad en línea. Por eso Oikos apuesta fuertemente por mantener una comunicación diaria en las redes sociales.

Además de aumentar la visibilidad, las redes sociales son grandes canales de relación, permitiéndonos construir una relación cercana.

Oikos tiene presencia institucional en diferentes redes sociales desde 2009, gestionando los canales:



[oikos.cd](https://www.facebook.com/oikos.cd)



[oikos_ongd](https://www.instagram.com/oikos_ongd)



[oikos-ong](https://www.linkedin.com/company/oikos-ong)



[OikosONGD](https://twitter.com/OikosONGD)



[oikoscd](https://www.youtube.com/channel/UC...)



REDES SOCIALES LOCALES

oikos
cooperação e desenvolvimento

Oikos apostó por la descentralización de sus redes para promover una mayor interacción y conexión con la realidad local. Esto permite una mayor autonomía para el equipo y una mayor visibilidad local, ya sea acercándose al idioma, al país, a los socios y a los financiadores.

BUENAS PRACTICAS:

- Los editores locales son los encargados de gestionar estas redes. Oikos Institucional podrá intervenir siempre que esté justificado.
- Incluir en la presentación: ONG portuguesa con actividad internacional en (x país) Desde 1988 juntos por un mundo más justo y sostenible. @oikos_ongd
- Todas las publicaciones deben identificar a Oikos Institucional para reforzar la marca y aumentar el alcance orgánico de ambas páginas.
- Las páginas de Oikos pueden y deben ser un vehículo de información más allá del trabajo de Oikos, contribuyendo a la difusión de temas directamente involucrados en nuestra acción. Es importante asegurar la veracidad de la información y la credibilidad de las fuentes.



REDES SOCIAIS LOCAIS



- En términos gráficos, la coherencia de color y los estándares gráficos de Oikos deben mantenerse siempre que se trate de comunicación institucional. En la comunicación de proyectos se debe respetar la identidad individual, pero buscando un equilibrio general en la alimentación en su conjunto.
- Las fotografías y los videos deben editarse para mejorar sus colores (busque un balance de color vivo) y calidad.
- Para las mechas siempre se da prioridad al color verde, ya sea en fotos con transparencia, ya sea en fondos con textos o infografías.
- Cuando sea necesario, el logotipo simplificado de Oikos (solo Oikos) se puede usar en la esquina inferior derecha o centrado en el medio en la parte superior o inferior de la foto.
- Las fuentes utilizadas deben ser fuentes oficiales de Oikos.
- Es importante diversificar las formas de publicación: infografías, fotografías, carretes, videos, historias y enlaces.
- Todos los socios y financiadores deben estar debidamente identificados al proporcionar información sobre un proyecto.

Sobre todo, lo más importante será que todas las redes sociales de las distintas delegaciones mantengan la uniformidad entre sí, para que se entienda que todas representan a Oikos y su identidad de marca. Cuanto más consistente sea esta representación, más reconocimiento y visibilidad tendrá Oikos.



LA COMUNICACIÓN TIENE LA CAPACIDAD DE UNIR A LAS PERSONAS, INSPIRAR UN CAMBIO POSITIVO Y PROMOVER UN MUNDO MÁS JUSTO E INCLUSIVO.

ESTE MANUAL PRETENDE CONTRIBUIR A LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IDENTIDAD VISUAL SÓLIDA Y COHESIVA PARA OIKOS, CAPAZ DE TRANSMITIR LA ESENCIA DE NUESTRA MARCA.

CUALQUIER PREGUNTA ACERCA DEL USO DE ESTE MANUAL O LA APLICACIÓN DE LAS REGLAS GRÁFICAS DEBE ACLARARSE CON: COMUNICA@OIKOS.PT

ESTE MANUAL, TODOS LOS LOGOTIPOS, LA ICONOGRAFÍA, TODOS LOS MATERIALES DESCRITOS AQUÍ Y VARIOS MODELOS DE USO SE PUEDEN ENCONTRAR Y DESCARGAR EN ESTA PÁGINA. (ENLACE)

WWW.OIKOS.PT

