

## **La primera campaña de comunicación de Oikocredit apela al espíritu solidario de las personas**

**A través de diferentes piezas en Facebook Instagram y Youtube, la cooperativa pretende llegar a personas de entre 30 y 59 años afines a sus valores corporativos. También ha desarrollado una campaña de publicidad junto a Cadena Cope, con un total de 20 inserciones de 20 segundos cada una en "Herrera en la Cope" y "La Tarde". Además, dentro del mundo editorial, Oikocredit ha llegado a acuerdos publicitarios con medios del sector de la RSC**

¿Hoy? Oikocredit, es el claim elegido por Oikocredit, entidad cooperativa internacional dedicada a las finanzas éticas contra la pobreza, en su primera acción publicitaria en España. Esta incluye una campaña en las redes sociales españolas, diseñada para posicionar a la cooperativa como una organización que invierte en las personas. Dentro de este contexto, la organización también llevará a cabo una campaña de publicidad en radio en la Cadena Cope además de cerrar acuerdos editoriales con medios del sector en el que opera.

La campaña en medios sociales, desarrollada por RK People, se lanzó el 6 de noviembre y pretende llegar a las personas de entre 30 a 59 años afines a los valores de conciencia social de Oikocredit, a través de diferentes piezas en Facebook, Instagram y Youtube, enfocadas en cada una de sus áreas de trabajo (mujer, sostenibilidad y comercio justo), y de un vídeo de posicionamiento. Todo ello busca el conocimiento de la marca y sus valores con el objetivo de lograr una mayor notoriedad y un mayor tráfico a su página web.

La campaña se apoya en un vídeo corporativo elaborado también por la prestigiosa agencia RK People. Se trata de una verbalización con la que se sitúa a la marca en el presente destacando su propósito de ayudar a mejorar la vida de los más desfavorecidos en los países del Sur Global. Dicho concepto se materializa en un material dinámico en el que las imágenes de personas y proyectos reales toman protagonismo, transmitiendo visualmente que Oikocredit, "invierte en personas".

El tono del guión de la pieza es aspiracional y emocional, pero a la vez cercano y ágil. Por ello, junto con la agencia Zip Zap se ha creado una música alegre y llena de ritmo que transmite la emoción que se busca.

Presente en las ondas junto a Cadena Cope

Oikocredit, juntamente con su lanzamiento en redes, ha desarrollado una campaña en Cadena Cope, bajo el lema "Invertir en las Personas", una de las principales cadenas de radio españolas, con el objetivo de difundir su mensaje de inversión ética y sostenible a un público más amplio y diverso.

Con un total de 20 inserciones de 20 segundos cada una en los programas "Herrera en la Cope" y "La Tarde", se trata de una colaboración estratégica que busca brindar a los oyentes la oportunidad de

conocer cómo sus inversiones pueden tener un impacto positivo en el mundo, motivando así a más personas a invertir en esta cooperativa.

#### Colaboraciones editoriales en medios escritos

Dentro del mundo editorial, Oikocredit ha llegado a un acuerdo con dos medios líderes en el sector RSC: Corresponsables y el Salto. Esta colaboración permitirá a la cooperativa compartir su experiencia y conocimiento sobre las inversiones éticas con una audiencia especializada e interesada en cuestiones de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa.

A través de artículos informativos, entrevistas con expertos, publicación de historias de éxito y participación en eventos y webinars, se pretende inspirar y educar a una audiencia global sobre la importancia de las finanzas éticas.

#### **Datos de contacto:**

Laura Hermida Ballesteros  
Alana Consultores  
917818090

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Solidaridad y cooperación](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>