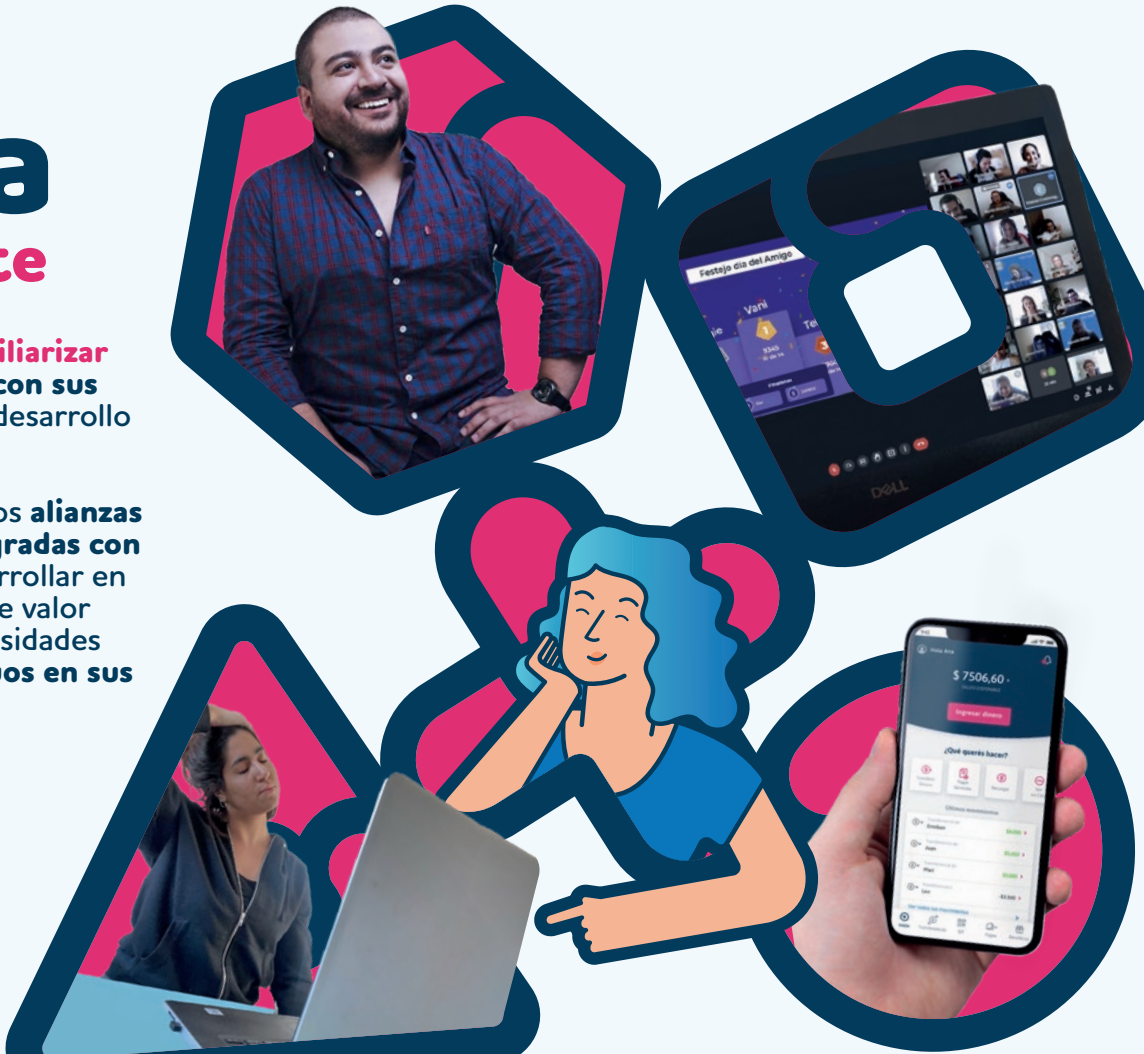
ohana

Press kit

ohana
Familiarizate

Nuestro propósito es **familiarizar cada día a más personas con sus finanzas** para impulsar el desarrollo social.

Por ese motivo, generamos **alianzas sólidas, inclusivas e integradas con organizaciones** para desarrollar en conjunto una propuesta de valor acorde a las distintas necesidades financieras de los **individuos en sus comunidades**.



Sobre **Nosotros**

Ohana significa familia y de esto se trata todo. Estamos desarrollando una familia de productos que ofrece a cada usuario entender, aprender y mejorar sus finanzas generando impacto social con sus acciones. Además, es necesario educar a los usuarios para que entiendan qué están pagando o cobrando y por qué servicio lo están haciendo. Hay empresas que te dan su información, pero el resto está en letra chica, esto crea una brecha grande entre la información de los productos que prestan y lo que los usuarios necesitan, por eso buscamos ser transparentes y que los usuarios aprendan: para usar el servicio como se debe y ser eficientes financieramente. Nos diferenciamos del resto al centrarnos más en los usuarios presentando un producto más eficiente, sustentable y enfocándonos en mejorar la atención al cliente.

Leonel Camsen (CEO)

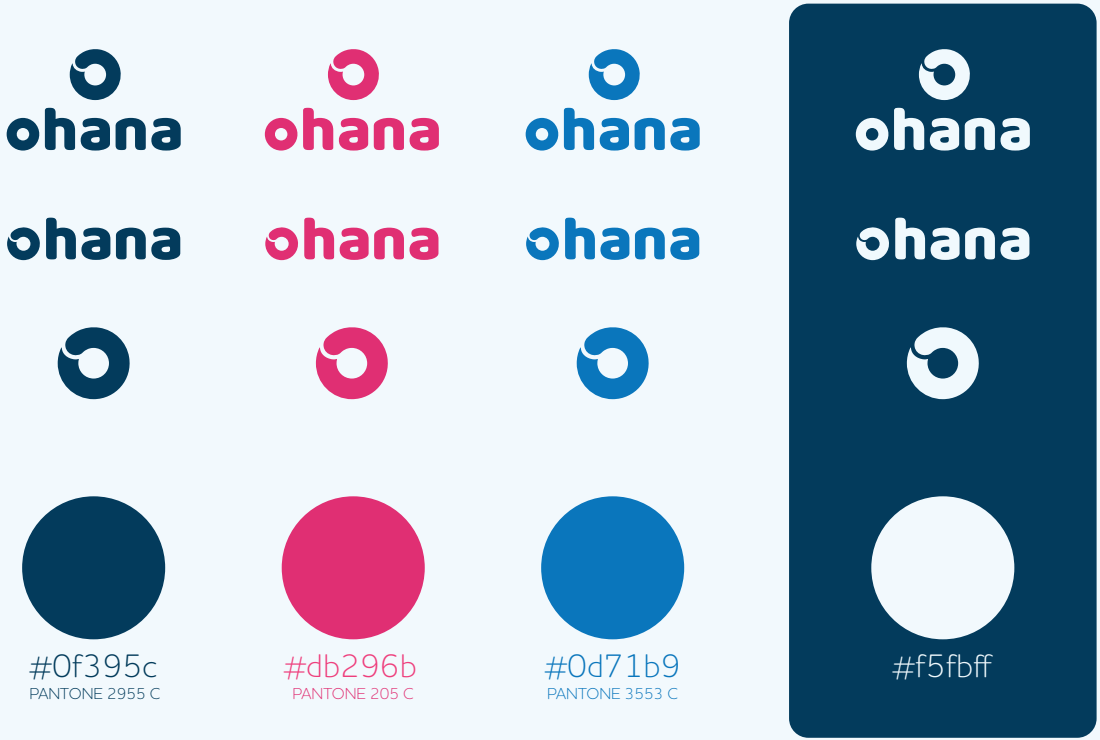
Alianzas: Contamos con el apoyo de Chimpay, del Grupo Huentala, que fue el primer AAGI (Agente Asesor Global de Inversiones) del interior del país inscripto en CNV y la Software Factory local Quoma que posee más de 8 años de experiencia desarrollando productos tecnológicos de alta calidad.

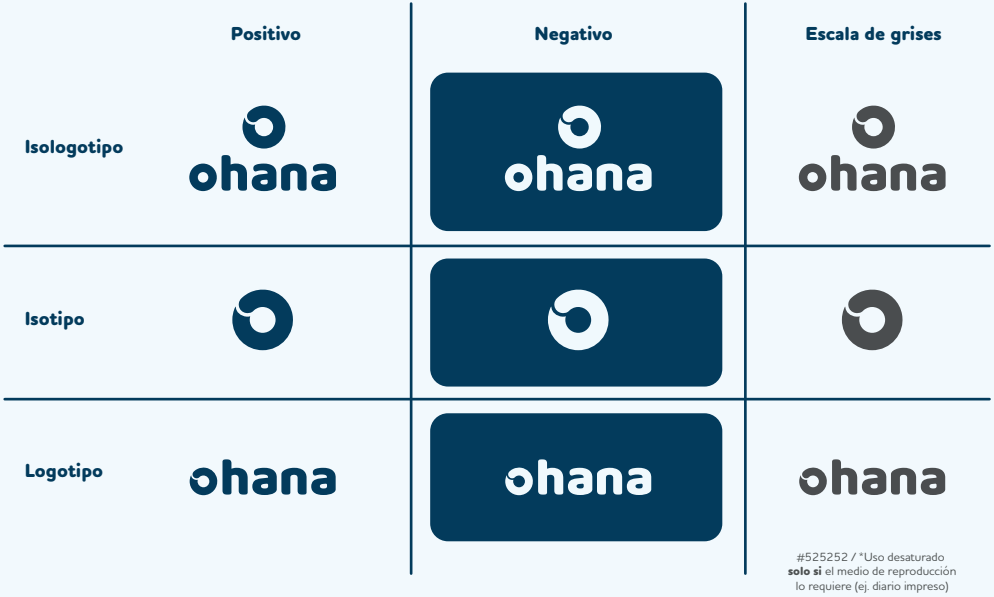
Sostenibilidad e impacto social: Estamos muy orgullosos que los inversores apoyen nuestro objetivo de impacto social a largo plazo, el cual implica destinar más del 50% de la ganancia de la compañía para los distintos programas que estamos proyectando. Ésta es nuestra meta, pero ahora tenemos que enfocarnos en que el producto sea exitoso en el mercado y conseguir los usuarios suficientes para poder llegar a destinar ese porcentaje en proyectos de impacto. Hoy en día se está trabajando en distintas ideas para nuestros programas de impacto social, algo que no se hace de la noche a la mañana ya que nos basamos en tres pilares fundamentales: trazabilidad financiera, medición de resultados y transparencia de procesos. Es importante que tanto los usuarios como los inversores puedan ver y comprobar cómo es administrado ese dinero.

Mariela Rerdanoski (co-CEO)

Usos **permitidos** de color

De izquierda a derecha en prioridad de uso. Siendo el “azul” #0f395c el de uso obligatorio simpre que se pueda. Nuestro “blanco ”de fondo para todas las piezas es #f5fbff.





Contenido extra y **descargas**

Web y redes

Sitio Web: https://ohana.digital

Instagram: www.instagram.com/ohana.dig

Facebook: www.facebook.com/ohana.dig

Twitter: www.twitter.com/ohana_dig

LinkedIn: www.linkedin.com/company/ohanadig

Notas en medios

Link a nota IProUP

Link a nota PuntoaPunto

Link a nota Infomendoza

Link a nota Fintechnews

Imágenes ilustrativas

Link de descarga

Marca

Link de descarga

Los **NO** de la marca

Este apartado pretende dar una guía completa de las aplicaciones y modificaciones a la marca, que se encuentran prohibidas o restringidas.

Superficies con bajo contraste

Modificar colores institucionales

Alterar las proporciones

Alterar su composición

Invadir con texto el área de la marca

Rotar la marca en cualquier dirección

Ecosistema de marca

Submarcas dentro de nuestra familia de productos.

ohana Kids

ohana Kids | Comprar

#ffb027
PANTONE 1235 C

ohana Personas

ohana Personas | Recargar

#db296b
PANTONE 205 C

ohana Comunidades

ohana Comunidades | Beneficios

#1b9638
PANTONE 355 C

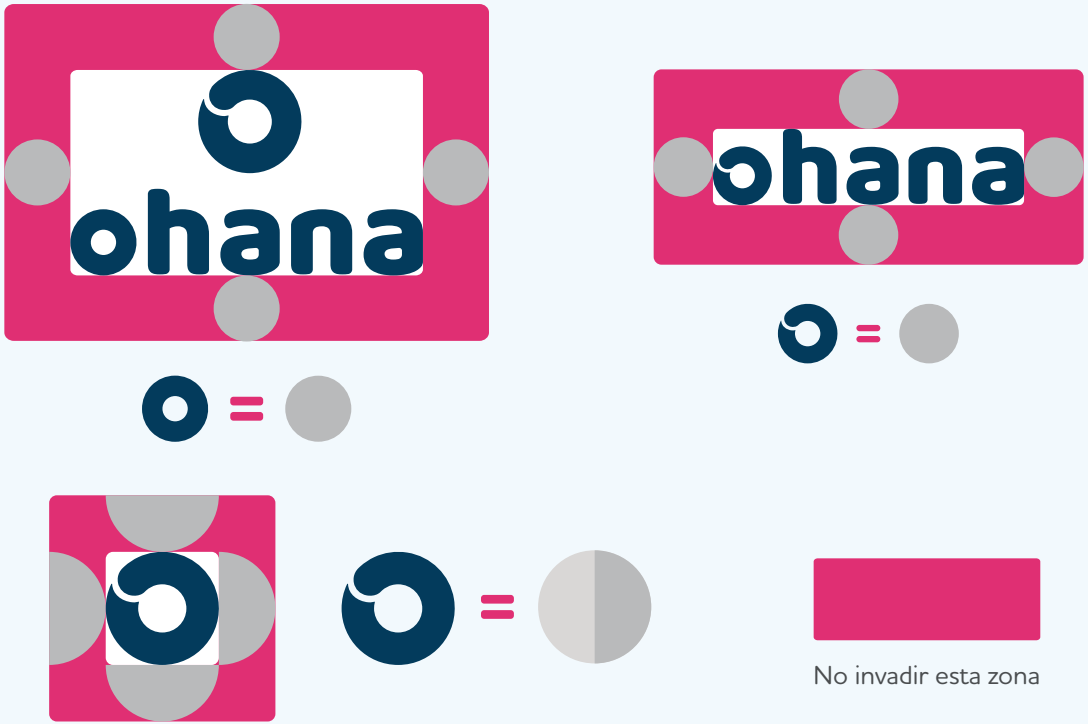
ohana Empresas

ohana Empresas | Pagos

#0d71b9
PANTONE 3553 C

Zona **segura**

Manejo de marca en contexto a otros elementos



Nuestros **partners**

slack

G Suite

ATLASSIAN

HubSpot

hotjar

crehana

aws

Klipfolio

Figma

MURAL

mind meister

ohana

#Familiarizate