



# Marketing Digital

El **marketing digital** es la aplicación de las estrategias de comercialización y comunicación; llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas.

En este nuevo ámbito se desarrolla el marketing digital ya que los usuarios pueden hablar de las marcas libremente. Ellos tienen un poder importantísimo que antes sólo se le permitía a los medios: La opinión. Y es así llegamos al convencimiento que una estrategia digital debe incluir todos los espacios relevantes en donde el target interactúe.

Las técnicas de comercialización deben entonces cambiar su paradigma. Si antes los distribuidores, los medios, y los productores eran los que tenían el poder de la opinión, ahora el foco debe cambiar al usuario. Este es capaz de buscar aquello que quiere gracias al poder del Internet (por ejemplo), y no sólo preguntar a los medios dados si su decisión es correcta, también tiene la posibilidad de leer reseñas, comentarios y puntuaciones de otros usuarios.

Agradecemos a Hábitat para la Humanidad por la confianza depositada en nuestros profesionales, a fin de desarrollar la presente Consultoría Web y Análisis de Presencia en Internet de 18 de sus oficinas. Dado que el presente es un documento altamente valioso en sus datos, pero más aún en la puesta en marcha de acciones muy específicas de corrección y avance, sugerimos su constante consulta y actualización. Se trata de un diagnóstico del punto de partida o nivel de presencia y posicionamiento de las ONs antes de la definición y/o implantación de la estrategia.

Este análisis tiene como objetivo determinar si se cuenta con presencia en la web y en qué medida, además de determinar cuáles son las fortalezas o debilidades en su difusión en internet. Este estudio se realizó sobre la base de las acciones de comunicación on-line existentes (básicamente sitios web actuales y Facebook).



# Contenidos

- **Entendimiento Inicial**
  
- **Criterios de análisis para Redes Sociales**
  - [Oficina de Argentina](#)
  - [Bolivia](#)
  - [Brasil/Recife](#)
  - [Brasil/São Paulo](#)
  - [Chile](#)
  - [Colombia](#)
  - [Costa Rica](#)
  - [El Salvador](#)
  - [Guatemala](#)
  - [Guyana](#)
  - [Habitat Latinoamérica](#)
  - [Haití](#)
  - [Honduras](#)
  - [México](#)
  - [Nicaragua](#)
  - [Paraguay](#)
  - [República Dominicana](#)
  - [Trinidad and Tobago](#)
  
- **Criterios de análisis para Sitios Web**
  - [Oficina de Argentina](#)
  - [Bolivia](#)
  - [Brasil/Recife](#)
  - [Brasil/São Paulo](#)
  - [Chile](#)
  - [Colombia](#)
  - [Costa Rica](#)
  - [El Salvador](#)



- [Guatemala](#)
- [Guyana](#)
- [Habitat Latinoamérica](#)
- [Haití](#)
- [Honduras](#)
- [México](#)
- [Nicaragua](#)
- [Paraguay](#)
- [República Dominicana](#)
- [Trinidad and Tobago](#)
  
- **[Recomendaciones](#)**
  - [Optimización de los sitios web](#)
  - [Creación de contenidos](#)
  - [Socialización](#)
  - [Conversión de visitantes en donadores potenciales](#)
  - [Cultivo de visitantes para que se conviertan en voluntarios](#)
  - [Análisis y refinamiento](#)
  
- **[Anexos](#)**
  - [Cuadro Resumen con presencia en redes](#)
  - [Cuadro Resumen Fans / Followers](#)
  - [Relación Regularidad de Post / Porcentaje de Crecimiento](#)
  - [Relación Blog / Regularidad de Actualizaciones](#)
  - [Cuadro Resumen de Sitio web con Interacción con redes](#)
  - [Calificaciones sobre Posicionamiento SEO de los Sitios](#)
  - [Accesibilidad Tecnológica de los Sitios Web](#)
  - [Cuadro Resumen ¿El Sitio web acepta donaciones en línea?](#)



## Entendimiento Inicial

Hábitat para la Humanidad trabaja con familias de ingresos limitados para que logren tener su propio hogar. Produce casas a bajo costo mediante la construcción y reparación con mano de obra del voluntariado, además de ofrecer asistencia técnica y capacitación para que las familias de bajos ingresos mejoren su situación habitacional.

Hábitat para la Humanidad también promueve oportunidades innovadoras y accesibles de financiamiento ya que defiende la causa de una vivienda adecuada para todos; lo mismo que apoya y responde ante desastres para que las comunidades estén mejor preparadas y puedan volver a levantarse más fácilmente.

En esencia; la visión de Hábitat es un mundo donde todos tengan un lugar adecuado para vivir y su modelo de recaudación yace sobre un fondo anual (tipo suscriptores), grandes donadores, empresas que financian proyectos y un sistema de voluntariado internacional.

En cuanto al reconocimiento de marca, Hábitat LAC (América Latina y el Caribe) ha llevado a cabo algunas campañas esporádicas, con plazos muy cortos y sin estructura. De modo que se supone desconocimiento en el uso de aparatos técnicos para el manejo de una correcta comunicación digital, aunado a las limitaciones de presupuesto para tales fines.

Es objeto de esta Auditoría; reportar los puntos más relevantes en cuanto al uso de esa imagen en general y cómo se comportan digitalmente; a fin de encontrar lineamientos de mejora muy generales que permitan sofisticar la técnica y unificar la presencia en línea de las 18 Oficinas analizadas en este estudio.

Los Informes de Reputación Online son la mejor manera de conocer lo que se habla de una Organización, marca o concepto en Internet.

En cuanto a la presencia en Internet, la valoración se obtuvo mediante un proceso sistemático de revisión de sitios web. Fruto de la combinación de varios procesos, se emitió una Valoración Global sobre la presencia online.

Se analizó la actividad de Hábitat LAC en las Redes Sociales Twitter y Facebook ya que según esta actividad, el número de seguidores y los que interactúen con las redes sociales de las Oficinas; esto ofrece un grado de influencia en la audiencia.

De modo que fue necesario analizar las temáticas y términos sobre las que más hablan las Oficinas de Hábitat y aquellos perfiles de las Redes Sociales más influyentes; de manera que se puedan crear interacciones sociales con ellos para apoyar la Organización.



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Criterios de análisis para Redes Sociales

## Argentina: <sup>i</sup>

Facebook: [www.facebook.com/HPHArgentina](http://www.facebook.com/HPHArgentina)

Twitter: [www.twitter.com/HPHArgentina](http://www.twitter.com/HPHArgentina)

You Tube: [www.youtube.com/user/HPHArgentina2011](http://www.youtube.com/user/HPHArgentina2011)

[www.youtube.com/channel/UC7bFh2MZGwqYGvxO8QlaoUA](http://www.youtube.com/channel/UC7bFh2MZGwqYGvxO8QlaoUA)



Cantidad de Fans Facebook: 7,639 Fans

Número de Followers Twitter: 1,465 Followers<sup>ii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,2%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 4 mensuales

Frecuencia de Tweets: 5 diarios<sup>iii</sup>

Tiempo de respuesta: 50% de las veces responden 50% no responden

Publicaciones Más Exitosas:

- Cuando se colocan fotografías de las actividades (eventos) que realizan

Publicaciones Menos Exitosas:

- La publicación de la imagen de portada ya que está pixelada

Temas principales:

- Agradecimiento a voluntarios de Compañías
- Formar parte del voluntariado

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
www.intergraphicdesigns.com



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Influenciadores detectados:

- Se detectaron 4 influencers

El error que se comete es darle “Like” a sus propios post, situación ya penalizada por Facebook.

Lo Bueno es que publican información de los proyectos y toman en cuenta a los voluntarios.

Nos queda la duda si no etiquetan a los voluntarios y del por qué en ocasiones comentan el mismo día la publicación y hay otras que no tienen ni si quisiera Like.

Recomendamos entonces darse a conocer un poco más y darle mayor seguimiento a las personas que comentan en redes sociales.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Bolivia: <sup>iv</sup>

Facebook: [www.facebook.com/pages/Habitat-para-la-Humanidad-Bolivia/128274543915444](https://www.facebook.com/pages/Habitat-para-la-Humanidad-Bolivia/128274543915444)

Twitter: [www.twitter.com/HabitatBolivia](https://www.twitter.com/HabitatBolivia)

You Tube: [www.youtube.com/channel/UCL2AW9PnKypy0EkFNGbalbQ](https://www.youtube.com/channel/UCL2AW9PnKypy0EkFNGbalbQ)



Cantidad de Fans Facebook: 1,134 Fans

Número de Followers Twitter: 316 Followers<sup>v</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,1%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 3 al mes

Frecuencia de Tweets: Inactivo desde Oct 2013<sup>vi</sup>

Publicaciones Más Exitosas:

- Cuando se colocan fotografías de las actividades (eventos) que realizan

Publicaciones Menos Exitosas:

- No se publica nada desde Octubre 2013



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Tiempo de respuesta: 100% no responden

Temas principales:

- Sobre el Voluntariado

Influenciadores detectados:

- 2 influencers

El error que se comete es tener la red Facebook, en abandono desde 2013.

Lo bueno es que dan a conocer sus voluntarios.

Nos queda la duda por qué está tan desactualizado.

Recomendamos entonces darle mayor movilidad a la cuenta, para que la comunidad sienta que aún está activa.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Brasil/Recife: <sup>vii</sup>

Facebook: [www.facebook.com/habitat.br](http://www.facebook.com/habitat.br)  
Twitter: [www.twitter.com/Habitat\\_Brasil](http://www.twitter.com/Habitat_Brasil)  
You Tube: [www.youtube.com/user/HabitatBrasil](http://www.youtube.com/user/HabitatBrasil)  
Instagram: [www./instagram.com/hphbrasil](http://www./instagram.com/hphbrasil)



Cantidad de Fans Facebook: 1,935 Fans  
Número de Followers Twitter: 135 Followers<sup>viii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,4%  
Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: Promedio 8 al mes  
Frecuencia de Tweets: Inactivo desde Nov 2014<sup>ix</sup>

Tiempo de respuesta: Si responden el mismo día 100%

### Publicaciones Más Exitosas:

- Mezcla de temas relacionados como publicaciones con datos relevantes, temas sobre mujeres, noticias y otros.

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Al no tener una secuencia en las publicaciones que realizan, todas se hacen o un mismo día o con extrema poca regularidad.

### Temas principales:

- Noticias
- Sobre Mujeres
- Voluntariado
- Pensamientos



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- Datos varios; relevantes

Influenciadores detectados:

- 3 influencers

Un claro error que se comete es darle “Like” a sus propias publicaciones.

Lo bueno es la variedad de temas enfocados.

Nos queda la duda si manejan todos unos diseños distintos por país.

Recomendamos entonces manejar mejor los tiempos de las publicaciones.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Brasil/São Paulo: <sup>x</sup>

Facebook:

[www.facebook.com/Habitatparaahumanidade](http://www.facebook.com/Habitatparaahumanidade)

You Tube:



[www.youtube.com/channel/UCeuOqIIOXhqPXVrHekhkt5w/feed?view\\_as=public](http://www.youtube.com/channel/UCeuOqIIOXhqPXVrHekhkt5w/feed?view_as=public)

Cantidad de Fans Facebook: 774 Fans

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,4%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 8-10 por mes

Frecuencia de Tweets: \_xi

Tiempo de respuesta: No responden 100%

Publicaciones Más Exitosas:

- Pensamientos
- Noticias varias
- Revisión de casos reales
- Reclutamiento de voluntarios

Publicaciones Menos Exitosas:

- El hecho de no responder o dar seguimiento a las consultas, puede promover el poco “engagement” de las publicaciones.



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Temas principales:

- Pensamientos
- Noticias varias
- Temas sobre casos reales
- Reclutamiento de voluntarios

Influenciadores detectados:

- 3 influencers

El error que se comete es no responder o darle seguimiento a las consultas.

Lo bueno es la variedad de temas enfocados.

Nos queda la duda por qué no etiquetan voluntarios y no responden las consultas.

Recomendamos entonces manejar horarios definidos para las publicaciones.



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Chile: <sup>xii</sup>

Facebook:

[www.facebook.com/habitatparalahumanidadchile](http://www.facebook.com/habitatparalahumanidadchile)

Twitter:

[www.twitter.com/habitatchile](http://www.twitter.com/habitatchile)

LinkedIn:

[www.linkedin.com/company/1200633?trk=prof-exp-company-name](http://www.linkedin.com/company/1200633?trk=prof-exp-company-name)

You Tube:

[www.youtube.com/user/habitatchile](http://www.youtube.com/user/habitatchile)

Vimeo:

[www.vimeo.com/user7429973](http://www.vimeo.com/user7429973)



Cantidad de Fans Facebook: 1,830 Fans

Número de Followers Twitter: 614 Followers<sup>xiii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,8%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 15-18 publicaciones mensuales

Frecuencia de Tweets: 2 diarios<sup>xiv</sup>

Tiempo de respuesta: 75% no responden los comentarios

Publicaciones Más Exitosas:

- Casos de éxito
- Noticias varias
- Oportunidad para el voluntariado
- Sobre el voluntariado trabajando

Publicaciones Menos Exitosas:

- Mucha información en una sola publicación.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Temas principales:

- Casos de éxito
- Noticias varias
- Oportunidades para el voluntariado
- Sobre el voluntariado trabajando

Influenciadores detectados:

- 3 influencers

Un error que se comete es darle “Like” a sus propias publicaciones y el no responder algunos comentarios.

Lo bueno es la continuidad de los post y que dan a conocer lo que realizan.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces manejar horarios definidos para las publicaciones.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Colombia: <sup>xv</sup>

Facebook: [www.facebook.com/HPHCOLOMBIA](http://www.facebook.com/HPHCOLOMBIA)

Twitter: [www.twitter.com/HFHColombia](http://www.twitter.com/HFHColombia)

Pinterest: [www.pinterest.com/HPHCOLOMBIA/](http://www.pinterest.com/HPHCOLOMBIA/)

You Tube:



[www.youtube.com/channel/UC6kgFWOsgb9gKEW8YkkAGtw](http://www.youtube.com/channel/UC6kgFWOsgb9gKEW8YkkAGtw)

Cantidad de Fans Facebook: 884 Fans

Número de Followers Twitter: 915 Followers<sup>xvi</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,3%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 8-10 mensuales

Frecuencia de Tweets: 3 diarios<sup>xvii</sup>

Tiempo de respuesta: 100% no responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Información de foros
- Noticias
- Fotografías
- Sobre voluntariado

### Publicaciones Menos Exitosas:

- No queda clara la relación del arte de la portada del foro con Habitat para la Humanidad.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Temas principales:

- Información de foros
- Noticias varias
- Fotografías
- Sobre voluntariado

Influenciadores detectados:

- 3 influencers

Un claro error que se comete es compartir información pero sin brindar una breve explicación introductoria.

Lo bueno es que postean seguido y la información sobre los casos reales.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces manejar horarios de post y temas definidos. Además de comentar las publicaciones compartidas por otras páginas.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Costa Rica: xviii

Facebook: [www.facebook.com/HPHCR](http://www.facebook.com/HPHCR)

Twitter: [www.twitter.com/HabitatCR](http://www.twitter.com/HabitatCR)

Cantidad de Fans Facebook: 2,461 Fans

Número de Followers Twitter: 2,101 Followers<sup>xix</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook:  
1,5%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 16-17 mensuales

Frecuencia de Tweets: 2 diarios<sup>xx</sup>

Tiempo de respuesta: 100% si responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Muchas publicaciones con información destacada como trabajo en equipo, voluntariado, noticias y lecturas relacionadas
- También sobre eventos .

### Publicaciones Menos Exitosas:

- La imagen de la portada, al estar muy pixelada

### Temas principales:

- Sobre el trabajo en equipo
- Voluntariado
- Noticias y lecturas relacionadas
- Sobre eventos

### Influenciadores detectados:





Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 3 influencers

El error que se comete es no incluirle una descripción a la imagen de perfil.

Lo bueno es que postean diferentes elementos como fotografías, casos de éxito en la cuenta, lo cual permite variedad en el contenido.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces manejar horarios de publicaciones.



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## El Salvador: <sup>xxi</sup>

Facebook: [www.facebook.com/pages/H%C3%A1bitat-para-la-Humanidad-El-Salvador/281930745161938](https://www.facebook.com/pages/H%C3%A1bitat-para-la-Humanidad-El-Salvador/281930745161938)

Twitter: [www.twitter.com/HabitatES](https://www.twitter.com/HabitatES)

You Tube: [www.youtube.com/watch?v=kzZ-S7Awazs](https://www.youtube.com/watch?v=kzZ-S7Awazs)



Cantidad de Fans Facebook: 3,185 Fans

Número de Followers Twitter: 517 Followers<sup>xxii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,8%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 15 mensuales

Frecuencia de Tweets: 2 diarios<sup>xxiii</sup>

Tiempo de respuesta: 100% si responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Cuando se colocan fotografías

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Falta descripciones cuando colocan un video o una noticia compartida

### Temas principales:

- Noticias del PNUD
- Sobre los voluntarios
- Noticias varias

### Influenciadores detectados:

- 2 influencers



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



El error que se comete es darle “Like” a sus propias publicaciones, situación ya penalizada por Facebook.

Lo bueno es que mantienen la cuenta activa, colocan información de ayudas financieras, y sobre el voluntariado.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces manejar horarios de post y comentar un poco más los reposteos que realizan.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Guatemala: xxiv

Facebook: [www.facebook.com/habitatguate](http://www.facebook.com/habitatguate)

Twitter: [www.twitter.com/habitatguate](http://www.twitter.com/habitatguate)

You Tube: [www.youtube.com/habitatguate](http://www.youtube.com/habitatguate)



Cantidad de Fans Facebook: 6,045 Fans

Número de Followers Twitter: 1,378 Followers<sup>xxv</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,4%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 15 mensuales

Frecuencia de Tweets: 2 diarios<sup>xxvi</sup>

Tiempo de respuesta: 85% si responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Tienen diseños con las imágenes incluidas de voluntariado.

### Publicaciones Menos Exitosas:

- A falta de variedad de temas relacionados, la mayoría de las publicaciones son similares

### Temas principales:

- Presentación de Casos reales
- Reconocimiento a voluntarios
- Fotografías de algunos de los lugares de trabajo

### Influenciadores detectados:

- 3 influencers

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Este perfil es bastante utilizado, responden rápido a las consultas y cuenta con un diseño incorporado en los post del Facebook. Muy bien.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces manejar horarios para post y dividirlos por temas para no acumular uno similar en fechas cercanas.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Guyana: <sup>xxvii</sup>

Facebook: [www.facebook.com/pages/Habitat-for-Humanity-Guyana-Inc/116619458383098](https://www.facebook.com/pages/Habitat-for-Humanity-Guyana-Inc/116619458383098)

Twitter: <https://twitter.com/habitatguyana>

You Tube:



[www.youtube.com/channel/UCisxWuzaQxRDKDBca6WVMxQ](https://www.youtube.com/channel/UCisxWuzaQxRDKDBca6WVMxQ)

Cantidad de Fans Facebook: 842 Fans

Número de Followers Twitter: 13 Followers<sup>xxviii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 1,7%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 1-2 mensuales

Frecuencia de Tweets: Inactivo desde Ene 2015<sup>xxix</sup>

Tiempo de respuesta: 100% no responden

Publicaciones Más Exitosas:

- Comparten actividades de eventos que se realizan

Publicaciones Menos Exitosas:

- Difícil de determinar cuando existe falta de regularidad de publicaciones

Temas principales:

- Eventos o reconocimientos

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Influenciadores detectados:

- 1 influenciador

Un claro error que se comete es que no hay unificación en el diseño en publicaciones lo mismo que no dan continuidad de publicaciones.

Lo bueno es que dan a conocer sus actividades internas.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces unificar el diseño, mejorar la regularidad de post y cuidar los seguimientos de consultas en el Facebook.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Habitat Latinoamérica: <sup>xxx</sup>

Facebook: [www.facebook.com/habitatparalahumanidad](http://www.facebook.com/habitatparalahumanidad)

Twitter: [www.twitter.com/habitatlac](http://www.twitter.com/habitatlac)

You Tube: [www.youtube.com/user/hphlac](http://www.youtube.com/user/hphlac)



Cantidad de Fans Facebook: 6,526 Fans

Número de Followers Twitter: 1,776 Followers<sup>xxxi</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,5%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 14-17 mensuales

Frecuencia de Tweets: 1 diario<sup>xxxii</sup>

Tiempo de respuesta: 75 % si responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Comparten información distinta pero ligada al mismo objetivo: voluntariado y apoyo social

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Ya que parece no existir un plan estructurado de publicaciones diarias, todas son o seguidas o muy separadas

### Temas principales:

- Se comparte distinta información ligada al voluntariado
- Temas de apoyo social

### Influenciadores detectados:

- 3 influencers



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



El error que se comete es no responder o dar seguimiento a las consultas en algunas ocasiones. Lo bueno es que dan a conocer sus actividades de voluntariado, reconocimientos y ayuda social. Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país. Recomendamos entonces usar aplicaciones de Google como Mapas, Calendarios.



## Haití: <sup>xxxiii</sup>

Facebook: [www.facebook.com/HabitatHaiti](http://www.facebook.com/HabitatHaiti)  
Twitter: [www.twitter.com/habitainhaiti](http://www.twitter.com/habitainhaiti)  
You Tube: [www.youtube.com/user/OfficialHabitatHaiti](http://www.youtube.com/user/OfficialHabitatHaiti)  
Instagram: [www.instagram.com/habitatforhumanityhaiti](http://www.instagram.com/habitatforhumanityhaiti)



Cantidad de Fans Facebook: 1,641 Fans  
Número de Followers Twitter: 492 Followers<sup>xxxiv</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 2,1%  
Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 8 mensuales  
Frecuencia de Tweets: 3 diarios<sup>xxxv</sup>

Tiempo de respuesta: 100% si responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Fotos de niños
- Fotos de actividades que se han realizado

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Más bien el problema viene cuando hay publicaciones demasios separadas unas de otras

### Temas principales:

- Noticias varias
- Fotografías de niños del lugar de trabajo
- Actividades que se realizan



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Influenciadores detectados:

- 3 influencers

Un claro error que se comete es no hay unificación en el diseño de las publicaciones por lo que no hay continuidad de post.

Lo bueno es lo mantienen activo y dan reconocimiento a sus participantes en el Facebook.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces unificar el diseño, mejorar la regularidad de post y darle seguimiento a las consultas de Facebook.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Honduras: <sup>xxxvi</sup>

Facebook: [www.facebook.com/HabitatHonduras](http://www.facebook.com/HabitatHonduras)

Twitter: [www.twitter.com/HPHHonduras](http://www.twitter.com/HPHHonduras)

You Tube:

[www.youtube.com/user/HabitatHonduras504](http://www.youtube.com/user/HabitatHonduras504)

Instagram: [www.instagram.com/HabitatHonduras](http://www.instagram.com/HabitatHonduras)



Cantidad de Fans Facebook: 3,693 Fans

Número de Followers Twitter: 394 Followers<sup>xxxvii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,6%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 7 mensuales

Frecuencia de Tweets: 2 diarios<sup>xxxviii</sup>

Tiempo de respuesta: 60% si responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Eventos realizados
- Sobre donativos
- Algunas construcciones que han realizado

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Cuando se repiten publicaciones

### Temas principales:

- Sobre eventos realizados
- Donativos
- Algunas construcciones que se han realizado
- Pensamientos

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Influenciadores detectados:

- 2 influencers

El error que se comete es darle “Like” a sus propias publicaciones, situación ya penalizada por Facebook.

Lo bueno es que postean regularmente, incluyen fotos en sus publicaciones y demostraciones del Antes y Después de la casa. Es meritorio el reconocimiento.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces unificar el diseño, mejorar la regularidad de post, cuidar los seguimientos de consultas en Facebook. Pero además, no repetir las publicaciones y no colocar tanta información; si no utilizar lenguaje más sencillo para el usuario.



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## México: xxxix

Facebook: [www.facebook.com/habitatMexico](http://www.facebook.com/habitatMexico)

Twitter: [www.twitter.com/HabitatMexico](http://www.twitter.com/HabitatMexico)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/h-bitat-para-la-humanidad-m-xico-a-c-](http://www.linkedin.com/company/h-bitat-para-la-humanidad-m-xico-a-c-)

Pinterest: [www.es.pinterest.com/HabitatMex](http://www.es.pinterest.com/HabitatMex)

You Tube: [www.youtube.com/user/hphmx](http://www.youtube.com/user/hphmx)

Instagram: [www.instagram.com/habitat\\_mexico](http://www.instagram.com/habitat_mexico)



Cantidad de Fans Facebook: 2,115 Fans

Número de Followers Twitter: 3,588 Followers<sup>xi</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,5%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 6 mensuales

Frecuencia de Tweets: 3 diarios<sup>xii</sup>

Tiempo de respuesta: 100% no responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Eventos realizados con empresas
- Documentales
- Pensamientos

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Las noticias

### Temas principales:



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- Sobre eventos realizados con empresas
- Documentales
- Pensamientos
- Sobre Derechos Humanos
- Foros

Influenciadores detectados:

- 1 influencers

Un claro error que se comete es darle “Like” a sus propios post.

Lo bueno es la regularidad en post y que el uso de imágenes aporta mucho valor a esas publicaciones.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces mejorar el tamaño de las imágenes y mejorar las descripciones de las invitaciones a foros.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Nicaragua: <sup>xlii</sup>

Facebook: [www.facebook.com/HPHNicaragua](http://www.facebook.com/HPHNicaragua)

Twitter: [www.twitter.com/HabitatNic](http://www.twitter.com/HabitatNic)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/hábitat-para-la-humanidad-nicaragua](http://www.linkedin.com/company/hábitat-para-la-humanidad-nicaragua)

You Tube: [www.youtube.com/user/HabitatNic](http://www.youtube.com/user/HabitatNic)

Instagram: [www.instagram.com/habitatnic](http://www.instagram.com/habitatnic)



Cantidad de Fans Facebook: 4,941 Fans

Número de Followers Twitter: 2,213 Followers<sup>xliii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,2%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 10 mensuales

Frecuencia de Tweets: 1 diario<sup>xliv</sup>

Tiempo de respuesta: 100% no responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Casos de éxito
- Noticias varias
- Sobre el voluntariado trabajando

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Las informaciones de Antes vrs Después de alguna casa nueva
- Las fotografías también complementan

### Temas principales:

- Casos de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- Noticias
- Voluntariado trabajando
- Agradecimientos a voluntarios

Influenciadores detectados:

- 1 influencers

El error que se comete es no darle seguimiento a las consultas y en darle “Auto-Like”.

Lo bueno es la regularidad en post y que el uso de imágenes aporta mucho valor a esas publicaciones.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos estandarizar el marco de las imágenes que postean para mantener uniformidad.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Paraguay: <sup>xlv</sup>

Facebook: [www.facebook.com/habitatpy](http://www.facebook.com/habitatpy)

Twitter: [www.twitter.com/habitatpy](http://www.twitter.com/habitatpy)

You Tube: [www.youtube.com/channel/UCjGHpAwil7-fyNlbX32jzZQ](http://www.youtube.com/channel/UCjGHpAwil7-fyNlbX32jzZQ)



Cantidad de Fans Facebook: 5,115 Fans

Número de Followers Twitter: 514 Followers<sup>xlvi</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 1,2%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 15 mensuales

Frecuencia de Tweets: Inactivo desde Feb 2015<sup>xlvii</sup>

Tiempo de respuesta: 60% no responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Casos de éxito
- Información de reuniones para tener oportunidad de construir casas
- Información de valores de la Organización

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Las informaciones de testimonios

### Temas principales:

- Casos de éxito
- Información de reuniones para tener oportunidad de construir casas
- Información de valores de la Organización
- Sobre Voluntariado
- Pensamientos

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



Influenciadores detectados:

- 4 influencers

Un claro error que se comete es no darle seguimiento igual algunos post con consultas, además de mucha información en las publicaciones.

Lo bueno es la regularidad en post y que el uso de imágenes aporta mucho valor a esas publicaciones.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces estar atentos de los comentarios y mejorar el tamaño de las imágenes que postean.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## República Dominicana: <sup>xlvi</sup>

Facebook: [www.facebook.com/habitatdominicana](http://www.facebook.com/habitatdominicana)

Twitter: [www.twitter.com/habitat\\_domrep](http://www.twitter.com/habitat_domrep)

You Tube: [www.youtube.com/user/HabitatDominicana](http://www.youtube.com/user/HabitatDominicana)



Cantidad de Fans Facebook: 1,615 Fans

Número de Followers Twitter: 677 Followers<sup>xlix</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 0,1%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 4-5 mensuales

Frecuencia de Tweets: Inactivo desde Oct 2013<sup>l</sup>

Tiempo de respuesta: 50% no responden

### Publicaciones Más Exitosas:

- Información sobre el voluntariado

### Publicaciones Menos Exitosas:

- Foros
- Imágenes pixeladas de portada

### Temas principales:

- Información de voluntariado
- Fotografías de actividades (construyendo)

### Influenciadores detectados:

- 1 influencers



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



El error que se comete es darle “Like” a sus propias publicaciones.

Lo bueno es que lo en Marzo tuvieron mayor movimiento en los post y manejan buena línea gráfica en general.

Nos queda la duda si manejan un diseño distinto por país. Además de por qué el mes con más post fue Marzo pero en los anteriores había sido de 2 publicaciones o máximo 3.

Recomendamos entonces manejar horarios establecidos para publicaciones, además de colocarle descripción a las imágenes dentro de las publicaciones.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



## Trinidad and Tobago: <sup>ii</sup>

Facebook: [www.facebook.com/HabitatTNT](http://www.facebook.com/HabitatTNT)

Twitter: [www.twitter.com/HabitatTNT](http://www.twitter.com/HabitatTNT)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/habitat-for-humanity-trinidad-&-tobago?trk=biz-companies-cym](http://www.linkedin.com/company/habitat-for-humanity-trinidad-&-tobago?trk=biz-companies-cym)

You Tube: [www.youtube.com/channel/UC5zAXXLUBq3SvrAQohBNrYQ](http://www.youtube.com/channel/UC5zAXXLUBq3SvrAQohBNrYQ)

Google+:

[www.plus.google.com/u/1/b/117292413909571686752/117292413909571686752/posts/p/pub](http://www.plus.google.com/u/1/b/117292413909571686752/117292413909571686752/posts/p/pub)



Cantidad de Fans Facebook: 3,271 Fans

Número de Followers Twitter: 689 Followers<sup>iii</sup>

Porcentaje de crecimiento mensual en Facebook: 1%

Frecuencia de contenidos publicados en Facebook: 10-15 mensuales

Frecuencia de Tweets: 3 diarios<sup>iii</sup>

Tiempo de respuesta: 80% no responden

Publicaciones Más Exitosas:

- Fotos de estudiantes voluntarios

Publicaciones Menos Exitosas:

- Noticias
- Sobre los eventos

Temas principales:



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- Eventos
- Sobre el voluntariado
- Fotografías de estudiantes

Influenciadores detectados:

- 2 influencers

Un claro error que se comete es la imagen pixeleada de portada, no responder a las consultas, además de duplicar la información en otra red social como en Twitter.

Lo bueno es que lo mantienen activo y colocan muchas fotografías del voluntariado.

Nos queda la duda si se maneja un diseño distinto por país.

Recomendamos entonces mejorar la imagen gráfica, mejorar la calidad de post acompañados de fotografías y revisar el proceso de respuesta.

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



## Criterios de análisis para Sitios Web

### Argentina:

Sitio web: [www.hpha.org.ar](http://www.hpha.org.ar)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*



Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 3 meses

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube / Flickr

Calidad de los contenidos:

CONVOCATORIA URGENTE VOLUNTARIOS 4/15/2014 0 retweets 0 Facebook shares	Búsqueda Laboral: Asistente de Brigadas de Voluntarios 1/15/2014 0 retweets 41 Facebook shares	Busqueda Laboral: Responsable Fondo Anual 1/15/2014 0 retweets 37 Facebook shares	Un try solidario para ayudar a familias de González Catán 11/12/2013 0 retweets 0 Facebook shares	Jornada del Día Internacional de la Juventud en La Boca 11/12/2013 0 retweets 0 Facebook shares
---	---	---	--	--

Nota en SEO: 54

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 77

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 4 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 54

Tweets que apuntan a la página de inicio: 42



Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 133 Problemas en 7 criterios de éxito
- 112 Advertencias en 9 criterios de éxito
- 17 No verificados en 17 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? Si, 3 diferentes secciones

¿Se puede donar en línea? Si

Como errores se puede mencionar que vemos 2 Llamadas a la Acción juntos (Llámenme / Donar en Línea).

Lo bueno es que tiene un blog y recibe donaciones en línea.

Por otro lado, nos queda la duda de porqué el blog está sobre la plataforma en Blogspot.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Optimizar imágenes
- Optimizar para móviles



## Bolivia:

Sitio web: [www.habitatbolivia.org](http://www.habitatbolivia.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 2 años

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube

Calidad de los contenidos:



Un mundo de  
esperanza  
empieza en casa  
6/3/2010  
1 retweets  
37 Facebook  
shares

Nota en SEO:	61
Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores:	61
Rank de 1 a 10 en Buscadores:	4 de 10
Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web:	55
Tweets que apuntan a la página de inicio:	7

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 26 Problemas en 5 criterios de éxito
- 114 Advertencias en 14 criterios de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 15 No verificados en 15 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? No muy claramente

¿Se puede donar en línea? No

Como errores se puede mencionar que no enfatiza en Donar, además de que el Blog no está configurado y no hay una llamada a la acción clara.

Lo bueno es que es Mobile Friendly.

Por otro lado, nos queda la duda de porqué el blog no está configurado.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Configurar el Blog
- Optimizar imágenes
- Optimizar para móviles
- Comprimir peso de imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS



## Brasil/Recife:

Sitio web: [www.habitatbrasil.org.br](http://www.habitatbrasil.org.br)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada mes

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube

Calidad de los contenidos:



Habitat Brasil abre vaga para Assessor de Mobilização de Recursos 1/22/2015	Minha Casa Minha Vida: Reunião de encerramento do Projeto Técnico Social com as famílias contempladas 12/11/2014	Recife, uma cidade sem planejamento urbano 11/15/2014	O Futuro Começa em Casa... e nós podemos ajudar 11/5/2014	Seleção: Assistente de Carteira de Crédito 10/13/2014
--	---	--	--	--

Nota en SEO: 51

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 70

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 4 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 74

Tweets que apuntan a la página de inicio: 12

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:  
(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)



- 51 Problemas en 7 criterios de éxito
- 91 Advertencias en 13 criterios de éxito
- 15 No verificados en 15 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? No, está en construcción

¿Se puede donar en línea? Si

Como errores se puede mencionar que hay una imagen perdida en el Home, no funciona el Twitter feed y hay un faltante de información como en Links Útiles.

Lo bueno es la alta nota por parte de rendimiento en Google (75 de 100).

Por otro lado, nos queda la duda cuando la sección de Noticias se confunde con un Blog.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Revisión de diseño
- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Utilizar fonts más legibles
- Reajustar tamaño de tabs



## Brasil/São Paulo:

Sitio web: [www.hph.org.br](http://www.hph.org.br)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 4 meses

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube

Calidad de los contenidos:



Projeto Arrumando a Casa 8/31/2013 0 retweets 2 Facebook shares	Habitat e Colégio Guilherme Dumont Villares 8/30/2013 0 retweets 0 Facebook shares	Título do Projeto – Galeria 1 7/11/2013 0 retweets 0 Facebook shares	Veja como sua casa pode ser amiga do meio ambiente! 7/3/2013 0 retweets 0 Facebook shares	Plano Estratégico 2014 – 2018 5/8/2013 0 retweets 0 Facebook shares
--	---	---	--	--

Nota en SEO: 56

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 81

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 3 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 6

Tweets que apuntan a la página de inicio: 2

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 13 Problemas en 6 criterios de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 146 Advertencias en 12 criterios de éxito
- 16 No verificados en 16 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? Si, 3 diferentes secciones

¿Se puede donar en línea? Si

Como errores se puede mencionar que no tiene una Llamada a la Acción clara dentro del Home y que no es un blog per se sino una sección más.

Lo bueno es que es el diseño web más moderno de todos.

Por otro lado, nos queda la duda de porqué sigue una línea gráfica completamente diferente.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Comprimir peso de imágenes
- Reconfigurar el tiempo de respuesta del Servidor

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



## Chile:

Sitio web: [www.hphchile.cl](http://www.hphchile.cl)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 3 meses

Interconexión con redes sociales: Ninguna

Calidad de los contenidos:



Te animas a construir un Domo ?? 12/10/2014 1 retweets 7 Facebook shares	Estudiantes de la U. de Chile ganan concurso para una Vivienda Pehuenche 12/10/2014 0 retweets 0 Facebook shares	Familias de La Pintana acceden a sus viviendas gracias al apoyo de HPH 12/10/2014 0 retweets 0 Facebook shares	Bon Jovi apoyó a Habitat para la Humanidad 12/2/2014 0 retweets 0 Facebook shares	Habitat para la Humanidad construye vida y futuro 12/2/2014 0 retweets 0 Facebook shares
---	---	---	--	---

Nota en SEO:	57
Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores:	104
Rank de 1 a 10 en Buscadores:	4 de 10
Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web:	22
Tweets que apuntan a la página de inicio:	0

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:  
(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 2 Problemas en 2 criterios de éxito
- 3 Advertencias en 3 criterios de éxito
- 18 No verificados en 18 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? No

¿Se puede donar en línea? No

Como errores se puede mencionar que la sección de noticias no guarda una correcta diagramación.

Lo bueno es que no “arriesga” y es directo, además de estar adaptado a experiencia de usuario móvil.

Por otro lado, nos queda la duda de qué es ese menú temporal que aparece arriba.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Cambiar el tab de nombre de Noticias a Blog
- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Optimizar imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Reconfigurar el tiempo de respuesta del Servidor



## Colombia:

Sitio web: [www.hphcolombia.org](http://www.hphcolombia.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: No registra

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube / Pinterest

Calidad de los contenidos: N/A



Nota en SEO:	49
Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores:	624
Rank de 1 a 10 en Buscadores:	3 de 10
Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web:	13
Tweets que apuntan a la página de inicio:	0

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 22 Problemas en 2 criterios de éxito
- 7 Advertencias en 3 criterios de éxito
- 38 No verificados en 18 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? Si

¿Se puede donar en línea? Si



Como errores se puede mencionar que los logos del pie se ven alargados en algunos casos.

Lo bueno es el tiempo de descarga que está dentro de buenos límites.

Por otro lado, nos queda la duda de hace cuánto tiempo se desarrolló este sitio.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Cambiar el tab de nombre de Noticias a Blog
- Optimizar imágenes
- Comprimir peso de imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Incluir cabeceras de caché explícitas



## Costa Rica:

Sitio web: [www.habitatcostarica.org](http://www.habitatcostarica.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 3 meses

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube

Calidad de los contenidos:



15 casas serán reparadas gracias a programa de responsabilidad social empresarial Fecha: 2014-07-15	Niño con problemas de salud cuenta ahora con nueva vivienda acondicionada Fecha: 2014-07-15	Nueva vivienda trae esperanza a familia alajuelense Hábitat para la Humanidad Costa Rica fue la encargada Trabajadores de P&G participaron en la construcción Fecha: 2014-04-09	Costa Rica tendrá su representante en la "Selección del Mundo" El excapitán saprissista, Víctor Cordero, viajará a Recife como voluntario para reparar viviendas Fecha: 2014-03-21	Fondo Anual crece para cambiar historias Fecha: 2014-02-04
--	--	--	---	---

Nota en SEO: 44

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 222

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 5 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 49

Tweets que apuntan a la página de inicio: 1

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:



(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 4 Problemas en 2 criterios de éxito
- 23 Advertencias en 3 criterios de éxito
- 8 No verificados en 18 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? Si, 3 diferentes secciones

¿Se puede donar en línea? No

Pareciera que existe la tendencia a hacer parecer la sección de Noticias; como si fuera un Blog.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Comprimir peso de imágenes
- Incluir cabeceras de caché explícitas



## El Salvador:

Sitio web: [www.habitatelsalvador.org.sv](http://www.habitatelsalvador.org.sv)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*



Regularidad de Actualizaciones: No se registra claramente

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube

Calidad de los contenidos:

Firma de convenio de cooperación para facilitar vivienda a discapacitados	Día Mundial del Hábitat 2014	Apertura de la Agencia La Libertad	Corramos por una vivienda adecuada 2014	Entrega de la Propuesta para la Política Nacional de Vivienda y Hábitat
---	------------------------------	------------------------------------	---	---

Nota en SEO:	40
Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores:	135
Rank de 1 a 10 en Buscadores:	4 de 10
Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web:	34
Tweets que apuntan a la página de inicio:	4

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:  
(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 7 Problemas en 12 criterios de éxito
- 7 Advertencias en 5 criterios de éxito
- 3 No verificados en 18 criterios de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si, 3 diferentes secciones
¿Se puede donar en línea?	No

Pareciera que existe la tendencia a hacer parecer la sección de Noticias; como si fuera un Blog.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Optimizar imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Comprimir peso de imágenes

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



## Guatemala:

Sitio web: [www.habitatguate.org](http://www.habitatguate.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*



Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 3 meses

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / Vimeo

Calidad de los contenidos:

6.º Open para la Humanidad marzo 10, 2015	37en27 enero 14, 2015	Día Internacional de los Voluntarios diciembre 9, 2014	Steve Cook escalará 37 volcanes en 27 días octubre 21, 2014	VII Foro de Vivienda Social "Financiamiento para Vivienda Social" septiembre 22, 2014
--	--------------------------	---	--	--

Nota en SEO: 68

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 224

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 5 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 27

Tweets que apuntan a la página de inicio: 7

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 22 Problemas en 6 criterios de éxito
- 4 Advertencias en 12 criterios de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 7 No verificados en 18 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si
¿Se puede donar en línea?	No

Pareciera que existe la tendencia a hacer parecer la sección de Noticias; como si fuera un Blog.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Cambiar el tab de nombre de Noticias a Blog
- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Optimizar imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Reconfigurar el tiempo de respuesta del Servidor



## Guyana:

Sitio web: [www.habitat.org.gy](http://www.habitat.org.gy)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: Inactivo desde Julio 2013

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / YouTube / LinkedIn

Calidad de los contenidos:



Scotiabank staff volunteers at Amanda Anthony's worksite Jul 18, 2013	Habitat Guyana hosts Housing Quality Standards training Jun 27, 2013	Habitat Guyana partners with Edward B. Beharry to build homes Jun 19, 2013	Scotiabank/Habitat Build a Home partnership first draw Jun 10, 2013	Habitat Guyana and ADRA partner to develop underprivileged communities May 24, 2013
--	---	---	--	--

Nota en SEO: 62

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 310,000

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 4 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 1,679

Tweets que apuntan a la página de inicio: 3

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si
¿Se puede donar en línea?	Si

Pareciera que existe la tendencia a hacer parecer la sección de Noticias; como si fuera un Blog.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Optimizar imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Reconfigurar el tiempo de respuesta del Servidor

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



## Habitat Latinoamérica:

Sitio web: [www.habitat.org](http://www.habitat.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*



Regularidad de Actualizaciones: 3 veces por mes

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / Google+ / You Tube / Pinterest / Instagram / LinkedIn

Calidad de los contenidos:

Marzo 17, 2015 #Blue4Water: Celebrating World Water Day	Marzo 11, 2015 What's the most unique item you've found at a Habitat ReStore?	Marzo 4, 2015 Reinforcing the importance of Habitat's work	Febrero 23, 2015 Volunteer abroad and be transformed!	Febrero 13, 2015 A couple of special Habitat connections
--	---	---	--	---

Nota en SEO:	71
Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores:	57,000
Rank de 1 a 10 en Buscadores:	7 de 10
Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web:	22,419
Tweets que apuntan a la página de inicio:	1,960
¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si
¿Se puede donar en línea?	Si

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Optimizar imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS



## Haití:

Sitio web: [www.Habitat.org/Haiti](http://www.Habitat.org/Haiti)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: No se registra

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / Google+ / You Tube / Pinterest / Instagram / LinkedIn

Calidad de los contenidos:



Four years after the Haiti earthquake, Habitat for Humanity continues long-term community development and capacity building.	Three years after the Haiti earthquake, Habitat for Humanity's recovery program has benefited more than 50,000 families through emergency, transitional and permanent housing solutions.	2011 and 2012 Carter Work Project event coverage.
--	--	---

Nota en SEO: N/A

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: N/A

Rank de 1 a 10 en Buscadores: N/A

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: N/A

Tweets que apuntan a la página de inicio: N/A



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si
¿Se puede donar en línea?	Si

Queda la duda de las razones porqué este país no cuenta con un sitio web independiente.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Optimizar imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Utilizar fonts más legibles
- Reajustar tamaño de tabs

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



## Honduras:

Sitio web: [www.habitathn.org](http://www.habitathn.org)

Mapa de Sitio: Si se distingue claramente

Regularidad de Actualizaciones: 2 veces por mes

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter

Calidad de los contenidos:



Voces de Esperanza entrega donativo a Hábitat y a la Municipalidad del Municipio de San Vicente de Centenario, Santa Bárbara marzo 3, 2015	Hábitat y La Cooperativa de Ahorro y Crédito Aquafinca Firman Convenio de Cooperación Financiera febrero 16, 2015	Hábitat, INJUPEM y IHSS en alianza para beneficiar a 1200 familias enero 29, 2015	Hábitat Honduras, Mexichem y La Municipalidad de Santa Cruz de Yojoa inauguran el Proyecto de mejoramiento del sistema de Agua potable en la Aldea Plan Grande enero 29, 2015	Foro Regional de Vivienda "Potenciando el acceso a tu Vivienda" enero 29, 2015
---	--	--	--	---

Nota en SEO: 53

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 231

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 3 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 1

Tweets que apuntan a la página de inicio: 1

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 2 Problemas en 2 criterios de éxito
- 3 Advertencias en 3 criterios de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 18 No verificados en 18 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si
¿Se puede donar en línea?	No

Pareciera que existe la tendencia a hacer parecer la sección de Noticias; como si fuera un Blog.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Cambiar el tab de nombre de Noticias a Blog
- Optimizar imágenes
- Comprimir peso de imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Incluir cabeceras de caché explícitas

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

digital@intergraphicdesigns.com | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



## México:

Sitio web: [www.habitatmexico.org](http://www.habitatmexico.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 3 meses

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / You Tube

Calidad de los contenidos:



Hábitat para la Humanidad y ONU-Hábitat se alían para abordar la pobreza global 9/24/2014 0 retweets 0 Facebook shares	Reconocimiento CIO100 2014 Inteligencia de Negocios en Hábitat para la Humanidad México 7/14/2014 0 retweets 0 Facebook shares	Brigadas corporativas que hacen del mundo un hogar Abril – Mayo 6/23/2014 3 retweets 0 Facebook shares	Familias atendidas en Nuevo León con donativo de The Home Depot 6/23/2014 1 retweets 0 Facebook shares	Celebramos 10 años con Culver Academies sembrando un mejor futuro para familias mexicanas 6/23/2014 0 retweets 0 Facebook shares
---	--	---	---	---

Nota en SEO:	65
Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores:	184
Rank de 1 a 10 en Buscadores:	5 de 10
Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web:	31
Tweets que apuntan a la página de inicio:	39

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 35 Problemas en 6 criterios de éxito
- 748 Advertencias en 13 criterios de éxito
- 15 No verificados en 15 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? Si

¿Se puede donar en línea? Si

Como errores se puede mencionar que hay un excesivo uso del texto.

Hay una buena impresión para los donadores.

Nos queda la duda porqué es un sitio web que parece contiene muy poca información.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Cambiar el tab de nombre de Noticias a Blog
- Optimizar imágenes
- Comprimir peso de imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Incluir cabeceras de caché explícitas



## Nicaragua:

Sitio web: [www.habitatnicaragua.org](http://www.habitatnicaragua.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 10 meses

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / You Tube / Feed

Calidad de los contenidos:



HPHN True	#YoAlbañil
Hollywood Story	6/27/2013
7/22/2013	0 retweets
2 retweets	0 Facebook
0 Facebook	shares
shares	

Nota en SEO:	71
Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores:	2,970
Rank de 1 a 10 en Buscadores:	4 de 10
Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web:	11
Tweets que apuntan a la página de inicio:	17

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:  
(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 94 Problemas en 7 criterios de éxito
- 243 Advertencias en 14 criterios de éxito
- No verificados en 14 criterios de éxito



¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si
¿Se puede donar en línea?	Si

Como errores se puede mencionar el hecho de haber montado el sitio web en una plantilla que no se ajuste a móvil.

Lo bueno es que “no se arriesga” y va más a lo común.

Nos queda la duda del porqué parece que lo más importante sea suscribirse a un boletín.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Optimizar imágenes
- Comprimir peso de imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Reconfigurar el tiempo de respuesta del Servidor



## Paraguay:

Sitio web: [www.habitat.org.py](http://www.habitat.org.py)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*



Regularidad de Actualizaciones: No se puede registrar

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / You Tube / Picasa

Calidad de los contenidos:

"Mujeres que construyen" celebraron el Día Internacional de la Mujer .	Inicia trabajo con la Fundación Santa Librada.	Ladies net aliada a Hábitat para la Humanidad.	Con "Fe en acción" se transforma Remansito.	Preparativos para la primera brigada internacional de mujeres en Paraguay.
--	--	--	---	--

Nota en SEO: 49

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 324

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 4 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 12

Tweets que apuntan a la página de inicio: 13

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 23 Problemas en 4 criterios de éxito
- 1.061 Advertencias en 12 criterios de éxito
- 17 No verificados en 17 criterios de éxito



¿Ofrece información sobre Donaciones?	Si
¿Se puede donar en línea?	Si

Como errores se puede mencionar que no se puede conocer las fechas de publicación de contenidos o noticias ni tampoco comentarlas.

Lo bueno es que es adaptado a experiencia de usuario móvil.

Pareciera que existe la tendencia a hacer parecer la sección de Noticias; como si fuera un Blog.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Comprimir peso de imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS



## República Dominicana:

Sitio web: [www.habitatdominicana.org](http://www.habitatdominicana.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada 4 meses

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / You Tube

Calidad de los contenidos:



LLAMADO A CONCURSO CONSULTORÍA Rehabilitación de Escuela Duvergé como albergue. 4/7/2014	Las personas con discapacidad y los desastres: Una conversación que no es tan obvia. 11/10/2013	Warner Bros. se une con Hábitat para la Humanidad en la campaña "No hay lugar como el hogar". 12/9/2013	HABITAT DOMINICANA Y DIGECOOM FIRMAN ALIANZA ESTRATEGICA. 8/7/2013	UNIBE Y HABITAT DOMINICANA FIRMAN ACUERDO DE COLABORACION. 5/7/2013
---	--	--	---	--

Nota en SEO: 22

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 104

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 4 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 14

Tweets que apuntan a la página de inicio: 4

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 7 Problemas en 3 criterios de éxito
- 8 Advertencias en 5 criterios de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 18 No verificados en 18 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones? No

¿Se puede donar en línea? No

Como errores se puede mencionar que el visitante no accesa al sitio directamente, tampoco contiene blog sino que una sección de noticias desatendida.

Lo bueno es tener 2 niveles de menú de navegación.

Nos queda la duda del porqué el sitio web tiene un “portada” al inicio.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Incluir cabeceras de caché explícitas
- Optimizar imágenes
- Optimizar para móviles
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS
- Configurar un blog de comentarios
- Eliminar la portada inicial



## Trinidad and Tobago:

Sitio web: [www.habitat-tt.org](http://www.habitat-tt.org)

Mapa de Sitio: No se distingue claramente

*El mapa del sitio detalla en una sola página, las diferentes secciones en las que está dividido un sitio web. Hace la navegación más sencilla y suma en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda ya que se les informa acerca de cualquier cambio o actualización.*

Regularidad de Actualizaciones: 1 cada mes

Interconexión con redes sociales: Facebook / Twitter / LinkedIn

Calidad de los contenidos:



SPHERE Training at Habitat Trinidad Tobago 3/13/2015 0 retweets 0 Facebook shares	Hilton Trinidad signs MOU with HFHTT 3/4/2015 0 retweets 0 Facebook shares	Youth Build 2015 1/12/2015 0 retweets 0 Facebook shares
--	---	--

Nota en SEO: 39

Cantidad de subsecciones indexadas en buscadores: 72

Rank de 1 a 10 en Buscadores: 5 de 10

Links que apuntan al sitio web desde otro sitio web: 11

Tweets que apuntan a la página de inicio: 52

Accesibilidad del sitio web desde la perspectiva de usuarios con alguna discapacidad:

(en nuestra carpeta de Anexos, compartimos sugerencias técnicas para la solución de cada caso)

- 65 Problemas en 3 criterios de éxito
- 299 Advertencias en 10 criterios de éxito



Marzo 2015 | [www.habitat.org](http://www.habitat.org)



- 17 No verificados en 17 criterios de éxito

¿Ofrece información sobre Donaciones?

Una sección

¿Se puede donar en línea?

Si pero redireccionando

Como errores se puede mencionar que hace un uso excesivo de texto y hay espacios sin utilizar.

Lo bueno es que se tiene un CMS y mucha información pero nos queda la duda del porqué está tan desactualizado.

Dentro de las recomendaciones técnicas específicas mencionamos:

- Optimizar imágenes
- Optimizar para móviles
- Comprimir peso de imágenes
- Eliminar problemas de JavaScript y CSS

**InterGraphicDESIGNS S.A.**

[digital@intergraphicdesigns.com](mailto:digital@intergraphicdesigns.com) | Tel. (506) 2241 6262 | Tibás, San José. Costa Rica  
[www.intergraphicdesigns.com](http://www.intergraphicdesigns.com)



## Recomendaciones

- Optimización de los sitios web
- Creación de contenidos
- Socialización
- Conversión de visitantes en donadores potenciales
- Cultivo de visitantes para que se conviertan en voluntarios
- Análisis y refinamiento

## Optimización de los sitios web

Partimos de la premisa que si realmente se desea atraer visitantes y donadores/patrocinadores/voluntarios potenciales a un sitio web de alguna de las Oficinas, se debe hacer más que solo construirlo; y es optimizarlo.

La optimización de motores de búsqueda, o SEO, es clave para que un sitio web sea descubierto a través de motores de búsqueda como Google. El enfoque tradicional a la optimización de motores de búsqueda supone la optimización en la página y optimización fuera de la página.

**Optimización en la página** es la implementación estratégica de palabras claves en un sitio web, incluidas las de los títulos de páginas, los encabezados, las metadescripciones y más.

**Optimización fuera de la página**, se refiere a mejorar la autoridad general de un sitio web en la red, la cual se determina según qué otros sitios web se vinculan con éste (de ahí también la urgencia en crear una red que involucre todos los sitios de la región). El objetivo con la optimización fuera de la página es atraer vínculos de atracción desde sitios web relevantes y con autoridad.

En el pasado, el objetivo de la optimización era “impresionar” a los motores de búsqueda para que dieran calificaciones más altas con el objetivo final de alcanzar mejores posiciones en los resultados de búsqueda con algunas palabras claves.

Ahora, los motores de búsqueda son más sofisticados, lo mismo que los usuarios. La optimización de motores de búsqueda de hoy trata sobre la optimización para los segundos, no para los motores de búsqueda.

Pese a eso, cinco elementos para optimizar:

- Títulos de páginas, que es el texto que se ve en la parte superior de la ventana de un navegador al ver un sitio web. También es el título de una página que se presenta en los resultados del motor de búsqueda. Escribir títulos de páginas que describan el contenido de



una página y se alineen con él. Utilizar títulos de páginas únicos para cada página de un sitio web.

- Metadescpciones que es un resumen breve sobre un sitio web y que los motores de búsqueda muestran en los resultados de búsqueda.
- Encabezados ya que si una parte del texto aparece más grande o más destacado que el otro texto de una página, probablemente sea parte de un encabezado. Tanto los motores de búsqueda como quienes realizan las búsquedas generalmente prestan más atención a los encabezados en lugar de al texto del párrafo regular.
- Las imágenes de un sitio web mejoran la experiencia del usuario.
- Estructura de la URL (la URL de un sitio web es su dirección web). Se refiere a cómo se organiza el texto en una URL, además de cómo las diferentes URL en un sitio web interactúan entre sí.

### **Optimización para móviles**

El tema del marketing móvil se propone con frecuencia dentro de los círculos de marketing ya que si bien hay algunas opciones diferentes para brindar una experiencia web móvil, la mejor opción, desde el punto de vista de la optimización, es utilizar un diseño adaptativo (“responsive”).

Un sitio web adaptativo utiliza la misma URL en todos los dispositivos y permite que el contenido de ese sitio web se adapte a los diferentes tamaños de pantalla, lo que significa que los visitantes siempre tienen una excelente experiencia de visualización y navegación. Además, Google prefiere el diseño adaptativo a otras tecnologías móviles porque permite un rastreo y una indexación más eficientes.



## Creación de contenidos

Tal y como se comentó varias veces en medio del proceso, **el contenido es “rey”**. De ahí el valor que se le da a un sitio web que tenga Blog.

En todo proceso online se debe tomar en serio la creación de contenidos y debe ser lo que impulsa las estrategias de marketing en Internet. Al crear contenido valioso y de alta calidad que esté dirigido a audiencias específicas y bien definidas, se atraen visitantes online pero visitantes correctos, quienes podrían convertirse en donadores/patrocinadores/voluntarios potenciales.

Además, el contenido ayudará con la optimización de motores de búsqueda de un sitio web. Ya que, en otros; crear y distribuir contenido es la mejor forma de ganar vínculos de atracción valiosos que pueden realzar las calificaciones de búsqueda y ayudar a mejorar la detectabilidad de un sitio web dentro del océano de información que ya existe.

Un blog hace que un sitio web sea más dinámico al inyectar contenido nuevo cada vez que se publica un artículo. Los motores de búsqueda dan entonces calificaciones más altas a los sitios web que agregan constantemente contenido nuevo, y esas calificaciones más altas se traducen en visitantes más calificados.

El objetivo de un blog debe ser publicar artículos valiosos y no promocionales, pensando en los lectores y seguidores; por ejemplo; sobre asuntos comunes de un país, los problemas a los que se enfrentan las comunidades y las soluciones que los programas de la Organización ofrecen para afrontar esos desafíos.

Una gran forma de comenzar a escribir contenidos es responder las preguntas más comunes con las que se enfrenta cada oficina. Si esto se hace por ejemplo, una vez al mes durante doce semanas, cada Oficina tendrá las bases de un blog exitoso. Y una vez por trimestre (al menos), se deben controlar a profundidad los datos analíticos para ver qué contenidos resonaron más entre la audiencia. Si dos o tres de las publicaciones recibieron un número significativamente mayor de visualizaciones y vínculos de atracción, esa Oficina deberá intentar escribir más sobre esos temas.

Otra estrategia es entrevistar a voluntarios o compañeros de trabajo y de otra Oficina; para revelar sus opiniones sobre un tema. Hábitat para la Humanidad como tal debe reflejar la experiencia y pasión en todos sus contenidos.

### Componentes claves de una las publicaciones en un blog

- Un título convincente: El título de la publicación es lo primero que verán las personas, por lo que la claridad y la especificidad atraen a los lectores y los predispone a compartir la publicación con sus redes.



- Texto bien escrito y formateado de modo que facilite la lectura, por ejemplo con viñetas para dividir el contenido.
- Contenido multimedia relevante para que además más agradable a la vista. Las presentaciones de diapositivas, los vídeos y las infografías son ejemplos de contenido multimedia.
- Vínculos en el texto hacia contenido relevante que ayude a los lectores a obtener más información sobre los recursos que más les interesan, dirigiéndolos hacia las propias páginas internas y páginas del resto de las Oficinas.
- Llamadas a la acción relevante en el artículo para ayudar a impulsar la generación de respuesta.

El objetivo principal debe ser impulsar conversiones, cualquiera que éstas sean. Pero para alcanzar este objetivo, primero debe estar claro y segundo; se deben agregar llamadas a la acción en los contenidos.

Si bien es un gran punto de partida, el contenido de un blog no es el único tipo de contenido que se puede crear para tener éxito con el marketing en Internet. Cada Oficina debe producir artículos de contenido más extensos, como libros electrónicos, documentos o informes de investigación. Hay que considerar también crear contenido que no se base solo en texto, como vídeos explicativos, seminarios web y diapositivas.

Sabemos que son recursos que lleva tiempo y esfuerzo preparar pero que proporcionan el tipo de valor que los visitantes buscan ya que podría educar y enriquecer el conocimiento, de modo que enrolarse en los objetivos de la Organización, sea un acto reflejo más natural. Con esto se busca un intercambio de información en el que un visitante completa un proceso de captura para acceder a recursos.



## Socialización

Hartas veces se escucha que los medios sociales proporcionan una plataforma para establecer comunicaciones directas entre sus donadores, patrocinadores, voluntarios y colaboradores. Además, son un impulsor clave de la distribución de contenido y la visibilidad de la Organización en línea.

Si bien existe una amplia gama de medios sociales que se pueden aprovechar, nuestra recomendación es empezar enfocándose en Facebook, Twitter y LinkedIn.

### Facebook

Con más de 1 mil millones de usuarios activos al mes, Facebook es la red social más popular del mundo. Desde una perspectiva de marketing, Facebook funciona como una herramienta poderosa para construir una comunidad de promotores y aumentar el marketing boca a boca.

A fin de aumentar la base de fans de Facebook, cada oficina debe hacer que su página en Facebook sea lo más reconocible posible. Estas son algunas cosas que se deben hacer para que eso suceda:

- Completar en su totalidad la información sobre la Oficina. Asegurarse de incluir una descripción general de lo que ofrece la Organización, además de un vínculo al sitio web.
- Invitar a contactos existentes a que le den Me gusta; mediante amigos, familia y audiencias segmentadas (campañas).
- Integrar Facebook con los otros canales en línea. Utiliza los complementos sociales de Facebook (incluidos el casillero y el botón de Me gusta) para que las personas lleguen a la página de Facebook sin tener que ingresar necesariamente a Facebook.com.
- Agregar valor al compartir contenido. Entre más en sintonía se esté con el público meta, más se tendrán ideas de lo que está vigente para resonar entre esa audiencia.
- Pagar para obtener nuevos Me gusta con las publicidades de Facebook, ideal para un aumento adicional en el crecimiento de audiencia, por ejemplo utilizando las capacidades de segmentación demográfica de Facebook.

### Twitter

Conseguir una gran cantidad de seguidores en Twitter no es tarea sencilla. Sin embargo, hay algunas buenas palancas que se pueden accionar para atraer de manera más rápida y eficaz a seguidores de calidad, como:

- Optimizar cada perfil de Twitter, brindando un motivo por el que valga la pena seguir a cada Oficina.



- Tuitear los siete días de la semana, contenido propio, tuitea contenido de terceros y tuitea dichos contenidos más de una vez.
- Curar contenido usando Feedly, Goodreads, Alltop, Twitter (listas), StumbleUpon, LinkedIn Pulse y lo más popular en Pinterest y Google+ para descubrir contenido relevante para tuitear.
- Hacer que los tuits sean visuales, creando imágenes y agregándolas.

## LinkedIn

LinkedIn es una red social que se debe utilizar mucho más por parte de cada Oficina. Es un espacio único que mezcla el compartir conocimientos con una herramienta para formar relaciones.

El primer paso es hacer que cada Oficina sea fácil de encontrar. El objetivo final es construir una audiencia interesada mediante:

- Optimizar la descripción de cada Oficina. Haciendo que sea fácil para las personas correctas encontrar la Página en LinkedIn al agregar palabras claves en las secciones de descripción y "Especialidades".
- Hacerse visual, manteniendo la página renovada con imágenes de portada que reflejen los logros, eventos y ofertas.
- Compartir actualizaciones con regularidad.

Una parte importante de aprovechar las redes sociales es comprender qué conversaciones relacionadas se dan en línea y reconocer cuándo debemos responder. Para ello, estas son algunas herramientas para controlar las menciones de la Organización en las redes sociales:

- Alertas de Google: Creando varias alertas de Google para cada Oficina. Las alertas se entregarán directamente a la bandeja de entrada de un correo electrónico con la frecuencia que se indique y son una excelente forma de seguir las menciones y palabras claves en la Web.
- Herramientas de administración de medios sociales: Estas herramientas permiten guardar búsquedas de palabras claves como una transmisión en directo.



## Conversión de visitantes en donadores potenciales

No todo el tráfico en un sitio web o en redes sociales, generan nuevas conversiones. Es por ello la Organización debe enfocarse en la conversión; para pasar a los visitantes de un estado al otro.

Para hacerlo, se deben idear “ofertas” de contenido atractivas, crear llamadas a la acción para promover dicho contenido y lanzar páginas de destino con formularios para que los visitantes proporcionen su información en compensación por dicho contenido. Luego, se deberá medir y repetir todo el proceso; mejorado.

### **ETAPA 1: Idear ofertas de contenido**

La oferta de contenido (por ejemplo, un libro electrónico con indicadores de pobreza y necesidad de vivienda en determinada región) es la parte más importante de cualquier campaña. Es la atracción inicial que capta la atención de los visitantes de un sitio web y les da un motivo para completar un formulario; utilizado para recopilar información.

### **ETAPA 2: Creación de llamadas a la acción**

Una llamada a la acción es un botón o un vínculo que capta la atención de un visitante y lo dirige a una página de destino. Las llamadas a la acción están en todas partes: en páginas de sitios web, en correos electrónicos y publicaciones en los blogs, dentro de las ofertas de contenido, etc. Son el disparador clave detrás de la generación de donadores potenciales.

### **ETAPA 3: Creación de páginas de destino**

La página de destino es donde llegan los visitantes a un sitio web luego de hacer clic en una llamada a la acción y donde completan un formulario.

### **ETAPA 4: Prueba, medición y repetición**

Las ofertas de contenido, las llamadas a la acción y las páginas de destino son los elementos centrales del proceso de conversión, pero lo importante está en medir y experimentar constantemente. Algunas métricas de marketing que debemos analizar de cerca son la tasa de clic a una llamada a la acción, la tasa de conversión de una página de destino y la cantidad de nuevos “potenciales” que se generaron a partir de una oferta. A fin de determinar qué elementos ayudan más a alcanzar los objetivos, se deben probar diferentes llamadas a la acción, páginas de destino y ofertas. Si una llamada a la acción estuvo en una sección por un mes (por ejemplo en la página de inicio), se deben variar los mensajes o cambiar por una llamada a la acción completamente nueva y, luego de otro mes, medir cuál dio mejores resultados. Si las conversiones de determinada página de destino son bajas, se debe hacer un cambio al diseño de la página y medir los resultados.



## Cultivo de visitantes para que se conviertan en voluntarios

Este “cultivo” es el proceso de desarrollo de relaciones con sus visitantes por ejemplo mediante el envío de mensajes dirigidos, relevantes y valiosos de manera oportuna.

El objetivo final es que esos visitantes "levanten la mano" y opten por involucrarse aún más con la Organización. Desde un punto de vista técnico, un sistema de cultivo de clientes potenciales podría ser un software que les permita enviar una serie automatizada de mensajes por correo electrónico, por ejemplo.

¿Cuánto tiempo lleva generalmente para que un visitante se convierta en un donador/patrocinador/voluntario luego de su primera consulta? ¿El ciclo de varía para unos y otros? Al contar con las respuestas a dichas preguntas, se pueden crear campañas efectivas y aprovechar un canal de marketing para calificarlos.

### Mejores prácticas del marketing por correo electrónico

Además de cultivar a esos visitantes a través de mensajes por correo electrónico dirigidos, también debemos mirar el panorama a gran escala del marketing por correo electrónico, que incluye el crecimiento de bases de datos, seguimiento de cerca de las métricas clave y aumentar la cantidad de conversiones.

#### Creación de listas

Uno de los mayores desafíos es la creación de oportunidades para decidir. Asegurarse de que cada sitio web permite ingresar su dirección de correo electrónico y decidir si desean recibir esos mensajes. De modo que a los visitantes se les debe dar una razón para que acepten.

#### Envío

- Enviar correos electrónicos que sean relevantes para los intereses de los contactos.
- Ser personal en las comunicaciones, utilizando un nombre real de remitente del correo electrónico y agregando una firma personal. Personalizar el mensaje para que el destinatario recuerde cómo y por qué llegaron a determinado sitio web.
- Asegurarse de que el mensaje agrega valor.
- No depender de las imágenes, ya que algunos clientes de correo electrónico no cargan las imágenes automáticamente. Por lo tanto, si un correo electrónico es una imagen grande, el destinatario podría no tener idea de qué se trata. Hay que utilizar imágenes como contenido complementario (sobre el que se pueda hacer clic) en el correo electrónico y asegurarse de tener suficiente texto para comunicar valor.



- Ser consistente en la comunicación para fijar las expectativas correctas en los destinatarios. Ya sea que se envíen mensajes diarios, semanal o mensualmente, es mejor elegir un cronograma y respetarlo.

### **(Re)Conversión**

Cada uno de estos mensajes de marketing debe tener un objetivo. Dejar en claro qué es lo que se espera que los destinatarios hagan una vez que abran el correo electrónico.

Si el objetivo es generar donadores/patrocinadores/voluntarios, se debe incluir una llamada a la acción que se vincule con una página de destino en donde el destinatario pueda reconvertirse y optar por relacionarse más con la Organización.

El marketing por correo electrónico no se detiene con un clic, sino que la página de destino es una extensión del correo electrónico y es donde ocurre la conversión.

### **Medición del rendimiento del correo electrónico**

Por un lado, la tasa de clics mide la respuesta, de ahí que haya que experimentar con diferentes líneas de asunto, llamadas a la acción y plazos para mejorar la llamada a la acción de los correos electrónicos.

Por otro lado, la tasa de desinscripción mide el porcentaje de destinatarios que se dieron de baja de esas comunicaciones por correo electrónico.

Las tasas de conversión dependen de factores que superan el mensaje por correo electrónico original, como la calidad de la página de destino. De ahí la importancia de probar diferentes páginas de destino para mejorar la conversión en un sitio web.

Después de todo, debemos comenzar a pensar en comunicaciones generadas por el comportamiento, aquellas que se activan según el historial completo de interacciones de sus usuarios, tanto en un sitio web como en otros “lugares digitales”.



## Análisis y refinamiento

Debemos revisar el rendimiento de las diversas actividades de marketing, identificar las ganadoras y eliminar, o modificar drásticamente, las campañas o estrategias ineficaces. Existen algunas métricas que se deben controlar y sugerencias para refinar las estrategias de marketing y de comunicación.

### Identificar oportunidades

Cuando revisemos las actividades de marketing, siempre se descubre qué es lo que deseamos mejorar. Por ejemplo; ¿Queremos que más personas lleguen a nuestro sitio web? ¿Queremos convertir a una mayor cantidad de visitantes de la página de inicio en donadores potenciales? De modo que debemos siempre concentrarnos en buscar constantemente oportunidades nuevas.

### Establecer una métrica para el éxito

En prácticamente todos los casos, las métricas deben ser cuantificables e involucrar un plazo. Por ejemplo, "Aumentar los donadores potenciales del sitio web en un X % en los próximos X meses".

### Refinar la estrategia

Analizar el rendimiento de los programas. Realizar cambios con el fin de alcanzar los objetivos de marketing y de comunicación; al hacer menos de lo que no funciona y más de lo que sí; y al modificar lo que no funciona para que funcione mejor.

### Evaluar el rendimiento

Determinar si alcanzamos la métrica exitosa, controlándola para asegurarnos de que la mejora tenga un efecto a largo plazo.

### Métricas a seguir e informar

A fin de que los refinamientos tengan un gran impacto, debemos controlar varios factores

Claves, por ejemplo:

- Calificador de marketing: Descubrir las debilidades y las fortalezas del embudo de marketing.
- Tráfico: En general, ¿cuántas personas llegan a un sitio web? ¿Cuántos nos siguen en redes sociales? Se debe analizar qué canal generó la mayor y la menor cantidad de visitas.
- Donadores potenciales: ¿Cuánto de todo ese tráfico se está convirtiendo en donadores, patrocinadores, voluntarios? Ese número debe estar en constante crecimiento.
- Visitantes nuevos vrs. habituales: De todo el tráfico, ¿cuántos visitantes están regresando a un sitio web y cuántas personas nuevas nos están descubriendo? Atraer nuevos visitantes



significa que las personas nos encuentran mediante búsquedas. Atraer visitantes habituales significa que les hemos dado a las personas un buen motivo para regresar a un sitio. La clave es encontrar un equilibrio.

- Efectividad por canal: ¿Qué canales de promoción o fuentes de referencia nos envían la mayor cantidad de tráfico? Enfocarse en resultados a largo plazo, no en las rachas de tráfico a corto plazo que pudiéramos recibir a partir de la cobertura en las noticias o los comunicados de prensa.

## **Pasos para mejorar**

### CONVERSIONES

Probar cosas nuevas con los formularios de conversión o páginas de destino. Por ejemplo, cambiar el diseño al cambiar la ubicación del formulario o incluir una imagen que sea completamente diferente.

### CONTENIDO

Determinar qué contenido está atrayendo la mayor cantidad de tráfico e interesados. Esta podría ser una oportunidad de enfocarse más en ese tipo de contenido o de refinar la promoción de otro contenido.

### MEDIOS SOCIALES

Evaluar qué canales de los medios sociales generan la mayor cantidad de visitantes al sitio y “clientes” potenciales (entiéndase donadores, patrocinadores, voluntarios).



Anexos

### **Cuadro Resumen con presencia en redes**

Oficina	Facebook	Twitter	LinkedIn	Pinterest	You Tube	Instagram	Vimeo	Google+
Argentina	√	√	×	×	√	×	×	×
Bolivia	√	√	×	×	√	×	×	×
Brasil/Recife	√	√	×	×	√	√	×	×
Brasil/São Paulo	√	×	×	×	√	×	×	×
Chile	√	√	√	×	√	×	√	×
Colombia	√	√	×	√	√	×	×	×
Costa Rica	√	√	×	×	×	×	×	×
El Salvador	√	√	×	×	√	×	×	×
Guatemala	√	√	×	×	√	×	×	×
Guyana	√	√	×	×	√	×	×	×
Habitat Latam	√	√	×	×	√	×	×	×
Haití	√	√	×	×	√	√	×	×
Honduras	√	√	×	×	√	√	×	×
México	√	√	√	√	√	√	×	×
Nicaragua	√	√	√	×	√	√	×	×
Paraguay	√	√	×	×	√	×	×	×
República Dominicana	√	√	×	×	√	×	×	×
Trinidad and Tobago	√	√	√	×	√	×	×	√



## ***Cuadro Resumen Fans / Followers***

<b>Oficina</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>
Argentina	7,639	1,465
Bolivia	1,134	316
Brasil/Recife	1,935	135
Brasil/São Paulo	774	-
Chile	1,830	614
Colombia	884	915
Costa Rica	2,461	2,101
El Salvador	3,185	517
Guatemala	6,045	1,378
Guyana	842	13
Habitat Latam	6,526	1,776
Haití	1,641	492
Honduras	3,693	394
México	2,115	3,588
Nicaragua	4,941	2,213
Paraguay	5,115	514
República Dominicana	1,615	677
Trinidad and Tobago	3,271	689



## **Relación Regularidad de Post / Porcentaje de Crecimiento**

<b>Oficina</b>	<b>Frecuencia de post Facebook</b>	<b>Crecimiento mensual</b>	<b>Frecuencia de Tweets</b>
Argentina	4 mensuales	0,2%desde la última semana	5 diarios
Bolivia	3 al mes	0,1%desde la última semana	Inactivo desde Oct 2013
Brasil/Recife	Promedio 8 al mes	0,4%desde la última semana	Inactivo desde Nov 2014
Brasil/São Paulo	8-10 por mes	0,4%desde la última semana	-
Chile	15-18 publicaciones mensuales	0,8%desde la última semana	2 diarios
Colombia	8-10 mensuales	0,3%desde la última semana	3 diarios
Costa Rica	16-17 mensuales	1,5%desde la última semana	2 diarios
El Salvador	15 mensuales	0,8%desde la última semana	2 diarios
Guatemala	15 mensuales	0,4%desde la última semana	2 diarios
Guyana	1-2 mensuales	1,7%desde la última semana	Inactivo desde Ene 2015
Habitat Latam	14-17mensuales	0,5%desde la última semana	1 diario
Haití	8 mensuales	2,1%desde la última semana	3 diarios
Honduras	7 mensuales	0,6%desde la última semana	2 diarios
México	6 mensuales	0,5%desde la última semana	3 diarios
Nicaragua	10 mensuales	0,2%desde la última semana	1 diario
Paraguay	15 mensuales	1,2%desde la última semana	Inactivo desde Feb 2015
República Dominicana	4-5 mensuales	0,1%desde la última semana	Inactivo desde Oct 2013
Trinidad and Tobago	10-15 mensuales	1%desde la última semana	3 diarios



## Relación Blog / Regularidad de Actualizaciones

Oficina	Plataforma CMS*	URL del Blog	Regularidad de Actualizaciones
Argentina	No (es estático)	<a href="http://www.noticiashpha.blogspot.com.ar">www.noticiashpha.blogspot.com.ar</a>	1 cada 3 meses
Bolivia	Joomla	<a href="http://www.habitatbolivia.org/archivosphb">http://www.habitatbolivia.org/archivosphb</a>	1 cada 2 años
Brasil/Recife	Umbraco	<a href="http://www.habitatbrasil.org.br/not%C3%ADcias.aspx">http://www.habitatbrasil.org.br/not%C3%ADcias.aspx</a>	1 cada mes
Brasil/São Paulo	Wordpress	<a href="http://hph.org.br/acontece-em-hph/publicacoes-2/">http://hph.org.br/acontece-em-hph/publicacoes-2/</a>	1 cada 4 meses
Chile	Wordpress	<a href="http://hphchile.cl/category/noticias/">http://hphchile.cl/category/noticias/</a>	1 cada 3 meses
Colombia	No (es estático)	No aplica	No registra
Costa Rica	No (es estático)	<a href="http://www.habitatcostarica.org/esp/noticias.php">http://www.habitatcostarica.org/esp/noticias.php</a>	1 cada 3 meses
El Salvador	No (es estático)	<a href="http://www.habitatelsalvador.org.sv/noticias">http://www.habitatelsalvador.org.sv/noticias</a>	No se registra claramente
Guatemala	Wordpress	<a href="https://www.habitatguate.org/noticias/">https://www.habitatguate.org/noticias/</a>	1 cada 3 meses
Guyana	Wordpress	<a href="http://www.habitat.org.gy/media/press-releases/">http://www.habitat.org.gy/media/press-releases/</a>	Inactivo desde Julio 2013
Habitat Latam	Drupal	<a href="http://www.habitat.org/blog">http://www.habitat.org/blog</a>	3 veces por mes
Haití	Drupal	<a href="http://www.habitat.org/lac/noticias">http://www.habitat.org/lac/noticias</a>	No se registra
Honduras	Wordpress	<a href="http://habitathn.org/noticias/">http://habitathn.org/noticias/</a>	2 veces por mes
México	Wordpress	<a href="http://www.habitatmexico.org/noticias/">http://www.habitatmexico.org/noticias/</a>	1 cada 3 meses
Nicaragua	Wordpress	<a href="https://www.habitatnicaragua.org/categoria/blog/">https://www.habitatnicaragua.org/categoria/blog/</a>	1 cada 10 meses
Paraguay	Drupal	<a href="http://www.habitat.org.py/noticias">http://www.habitat.org.py/noticias</a>	No se puede registrar
República Dominicana	No (es estático)	<a href="http://www.habitatdominicana.org/noticias/?l=esp">http://www.habitatdominicana.org/noticias/?l=esp</a>	1 cada 4 meses
Trinidad and Tobago	Joomla	<a href="http://www.habitat-tt.org/index.php/component/content/?view=featured">www.habitat-tt.org/index.php/component/content/?view=featured</a>	1 cada mes

**Plataforma CMS\*:** Un Sistema de Gestión de Contenidos (CMS) es una aplicación de software web que se utiliza para crear, editar, administrar y publicar contenido de forma coherente y eficaz. Hay muchos tipos de sistemas CMS pero cuando llega el momento de seleccionarlo para gestionar un sitio web, se necesita que sea 100% SEO amigable para los motores de búsqueda.



## Cuadro Resumen de Sitio web con Interacción con redes

Oficina	Facebook	Twitter	LinkedIn	Pinterest	You Tube	Instagram	Vimeo	Google+	Picasa
Argentina	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Bolivia	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Brasil/Recife	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Brasil/São Paulo	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Chile	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Colombia	√	√	×	√	√	×	×	×	×
Costa Rica	√	√	×	×	√	×	×	×	×
El Salvador	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Guatemala	√	√	×	×	×	×	√	×	×
Guyana	√	√	√	×	√	×	×	×	×
Habitat Latam	√	√	√	√	√	√	×	√	×
Haití	√	√	√	√	√	√	×	√	×
Honduras	√	√	×	×	×	×	×	×	×
México	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Nicaragua	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Paraguay	√	√	×	×	√	×	×	×	√
República Dominicana	√	√	×	×	√	×	×	×	×
Trinidad and Tobago	√	√	√	×	×	×	×	×	×



## Calificaciones sobre Posicionamiento SEO de los Sitios

Oficina	Nota SEO* (1 de 100)	Total de Páginas Indexadas**	MozRank*** (1 de 10)	Total de Links entrantes****	Tweets al Home
Argentina	54	77	4	54	42
Bolivia	61	61	4	55	7
Brasil/Recife	51	70	4	74	12
Brasil/São Paulo	56	81	3	6	2
Chile	57	104	4	22	0
Colombia	49	624	3	13	0
Costa Rica	44	222	5	49	1
El Salvador	40	135	4	34	4
Guatemala	68	224	5	27	7
Guyana	62	310,000	4	1,679	3
Habitat Latam	71	57,000	7	22,419	1,960
Haití	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Honduras	53	231	3	1	1
México	65	184	5	31	39
Nicaragua	71	2970	4	11	17
Paraguay	49	324	4	12	13
República Dominicana	22	104	4	14	4
Trinidad and Tobago	39	72	5	11	52

Nota SEO\*: Se obtiene a través de una herramienta de la empresa estadounidense llamada HubSpot, Inc., de gran prestigio en el sector de Marketing, y que permite realizar una buena auditoría a sitios web, completa auditoría SEO, muy buena analítica blogs y buena analítica de Social Media de Facebook y Twitter. Menor o igual a 50 nos dice que la página está bastante necesitada de optimización SEO y hay que solucionar por lo menos los problemas más graves. Puntuación entre 50-70 dice que el sitio web cuenta con algunos de los elementos más básicos pero que se puede mejorar. Más de 70 tendría una optimización SEO muy aceptable.

Páginas Indexadas\*\*: Cuantas más páginas de un sitio indexen los motores de búsqueda; mejor, ya que esto ofrece más oportunidades de que ese sitio web se encuentre. Un número bajo (en relación al número total de páginas web o URL de ese sitio) indica que es necesario mejorar la arquitectura de los enlaces internos ya que esto está impidiendo que los motores de búsqueda rastreen todas las páginas del sitio web

MozRank\*\*\*: Analiza todos los motores de búsqueda y ofrece un reporte completo que viene con Domain authority, Linking Root Domains, Total Links e incluso el comportamiento de las redes sociales. El mozRank se utiliza también para definir la importancia de una página web y los enlaces que apunten hacia ella.



Links entrantes\*\*\*\*: La cantidad de enlaces entrantes que posee un sitio web, puede determinar la importancia o popularidad de ese sitio con respecto a otros. Esa cantidad, entre otros factores, es empleada por los buscadores de internet para posicionar en sus resultados de búsquedas.

## Accesibilidad Tecnológica de los Sitios Web

Oficina	Adaptabilidad a dispositivos móviles*	Adaptabilidad a todos los Browsers**	Velocidad de descarga*** (1 de 100)	Velocidad de descarga en móvil*** (1 de 100)
Argentina	No	Si	65	55
Bolivia	Si	No se visualiza en Samsung Galaxy Tab 4 10.1	58	57
Brasil/Recife	No	No se visualiza bien en OS X Yosemiteopera 12.15	75	60
Brasil/São Paulo	Si	No se visualiza en iPad 4th(portrait), iPhone 6 Plus(portrait) ni iPhone 5S(portrait)	56	52
Chile	Si	No se visualiza bien en Windows 8.1ie 11 ni en iPhone 6 Plus(portrait)	65	32
Colombia	Si	Si	36	51
Costa Rica	No	No se visualiza bien en OS X Maverickschrome 36	69	58
El Salvador	No	No se visualiza bien en iPhone 6 Plus(portrait) ni iPhone 5S(portrait) ni en OS X Maverickschrome 36 ni en iPad 4th(portrait)	42	37



Guatemala	Si	Si	31	18
Guyana	Si	Si	59	55
Habitat Latam	Si	Si	66	69
Haití	No	Si	73	59
Honduras	Si	Si	20	12
México	No	Si	28	23
Nicaragua	No	Si	38	32
Paraguay	Si	No se visualiza bien en Windows 7ie 8 ni en OS X Yosemite safari 8	57	48
República Dominicana	No	Si	54	47
Trinidad and Tobago	No	No se visualiza bien en Windows 7ie 8 ni en OS X Yosemite safari 8	0	0

Adaptabilidad a dispositivos móviles\*: Google ha señalado que a partir del 21 de abril evaluará como un factor clave para el posicionamiento el disponer o no de adaptabilidad a versión móvil. Esto afectará significativamente a la posición de los resultados en las búsquedas, y podrá propiciar que un web pierda posicionamiento. En este punto utilizamos una herramienta de Google para comprobar su adaptabilidad.

Adaptabilidad a todos los Browsers\*\*: Una de las prácticas imprescindibles consiste en probar un sitio web en navegadores diferentes. El número de navegadores y versiones son tan diferentes que una buena práctica consiste en probar los diseños en aquellos navegadores y versiones que sumen un 90% de cuota del mercado.

Velocidad de descarga\*\*\*: La velocidad es un factor muy importante para posicionar en buscadores. Además cuesta mucho atraer visitantes a un sitio web para que luego se vayan sin haber visto lo que se les ofrece.

Velocidad de descarga en móvil\*\*\*: Para los buscadores, la velocidad, es un elemento cada vez más importante en el posicionamiento pero también como experiencia del usuario. En ambos casos, menor o igual a 60 nos dice que la página es bastante lenta y hay que solucionar por lo menos los problemas más graves. Puntuación entre 60-80 dice que el sitio web es rápido pero que se puede mejorar. Más de 80 tendría una velocidad de carga muy aceptable.



## Cuadro Resumen ¿El Sitio web acepta donaciones en línea?

Oficina	Si = √ No= ✗
Argentina	√
Bolivia	✗
Brasil/Recife	√
Brasil/São Paulo	√
Chile	✗
Colombia	√
Costa Rica	✗
El Salvador	✗
Guatemala	✗
Guyana	√
Habitat Latam	√
Haití	√
Honduras	✗
México	✗
Nicaragua	√
Paraguay	√
República Dominicana	✗
Trinidad and Tobago	√

El marketing en Internet puede parecer difícil y abrumador. Pero al abarcar cada táctica de marketing en Internet paso por paso, pueden hacerlo más manejable y comenzar a generar resultados. Esperamos que gracias a la lectura de este Estudio; Hábitat para la Humanidad América Latina y el Caribe; haya comprendido cómo el marketing en Internet puede mejorar sus programas de comunicación en general y ayudarles a lograr el crecimiento de su Organización.

<sup>i</sup> Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.

<sup>ii</sup> Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.



- iii Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- iv Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- v Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- vi Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- vii Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- viii Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- ix Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- x Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xi Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xii Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xiii Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xiv Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xv Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xvi Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xvii Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xviii Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xix Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xx Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xxi Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xxii Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xxiii Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xxiv Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xxv Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xxvi Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xxvii Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xxviii Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xxix Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xxx Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xxxi Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xxxii Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xxxiii Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xxxiv Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xxxv Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xxxvi Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xxxvii Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xxxviii Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xxxix Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xl Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xli Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xlii Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xliiii Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xliiv Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xliv Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xlvi Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- xlvii Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- xlviii Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- xlix Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- l Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook
- li Ver Cuadro Resumen con presencia en redes en Anexos.
- lii Ver Cuadro de Fans / Followers en Anexos.
- liii Ver Resumen de Crecimiento y Frecuencia Facebook