



100 mil pisos  
para jugar



**Plan de mercadeo**

en alianza con:



# Antecedentes



# 100 mil pisos para jugar



Reemplazar  
100 mil pisos de tierra  
por pisos de concreto  
para el 2028.



# Latinoamérica y el Caribe unidos por una meta





100 mil pisos  
para jugar



# Análisis de la situación interna

# Renovarnos

# para

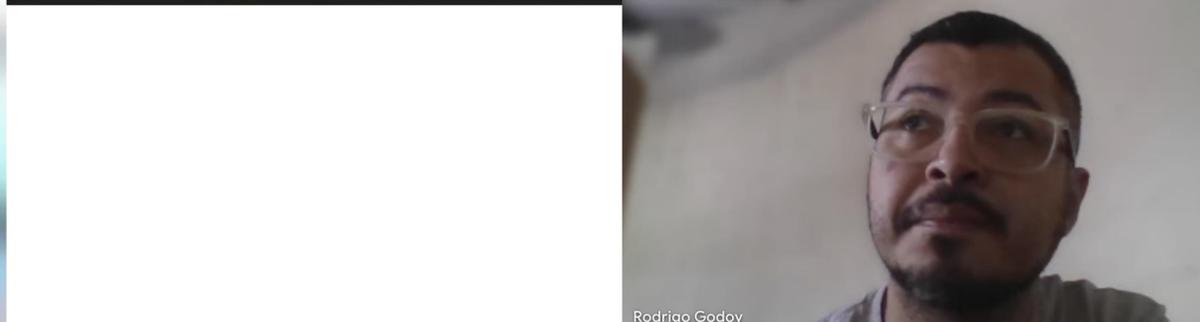
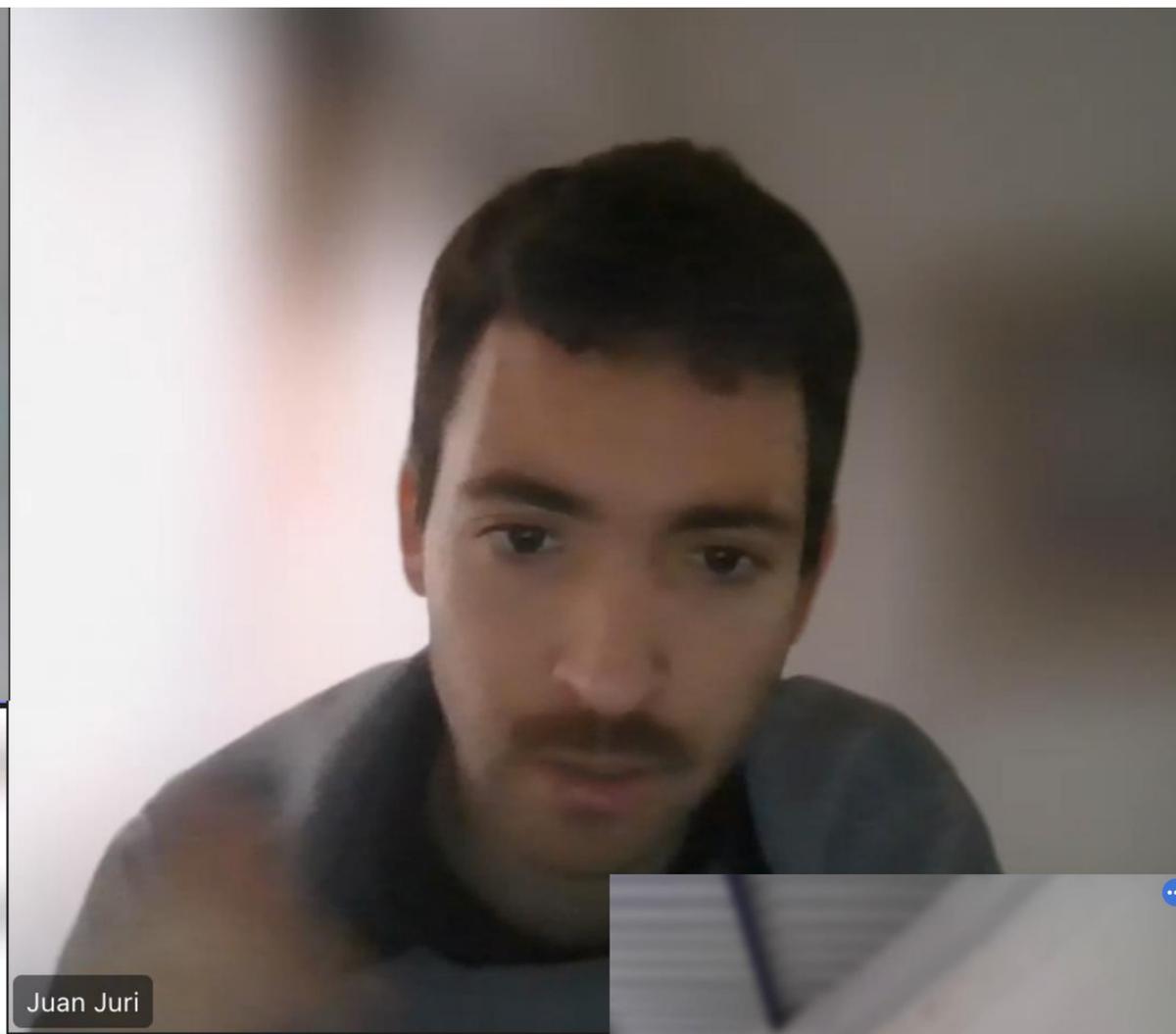
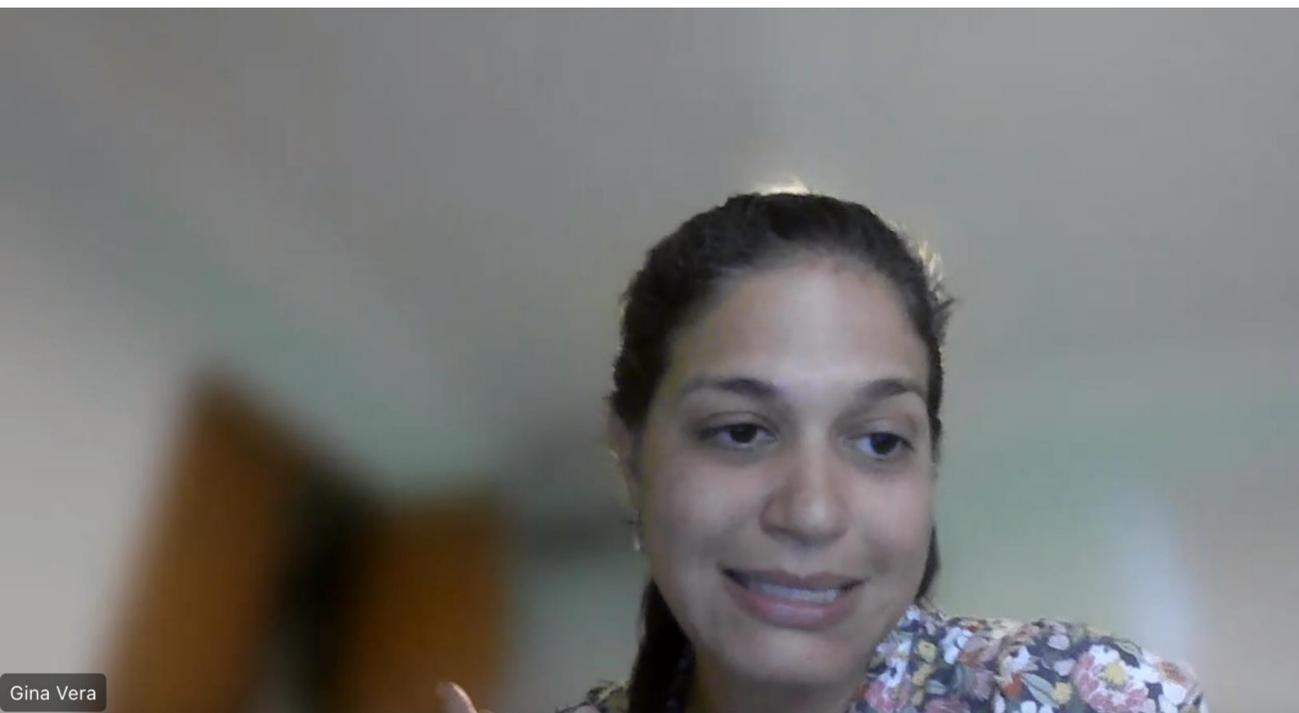
# alcanzar la meta

# Contratamos una agencia



**Y dos consultores:**  
Claudia Montiel  
Rafael Gutierrez

# Entrevistas a 5 ON





Eugenia Salazar Trejos



Laura García

# Entrevistas a OA

# Intereses y tendencias



## **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



Producido en colaboración con TROLLBÄCK+COMPANY | [TheGlobalGoals@trollback.com](mailto:TheGlobalGoals@trollback.com) | +1.212.529.1010  
Para cualquier duda sobre la utilización, por favor comuníquese con: [dpicampaigns@un.org](mailto:dpicampaigns@un.org)

# Desafío:

**atraer a un número cada vez mayor de organizaciones y convertirlas en donantes activos de Hábitat para la Humanidad.**

# Competencia



Visión Mundial®



Organismos  
internacionales



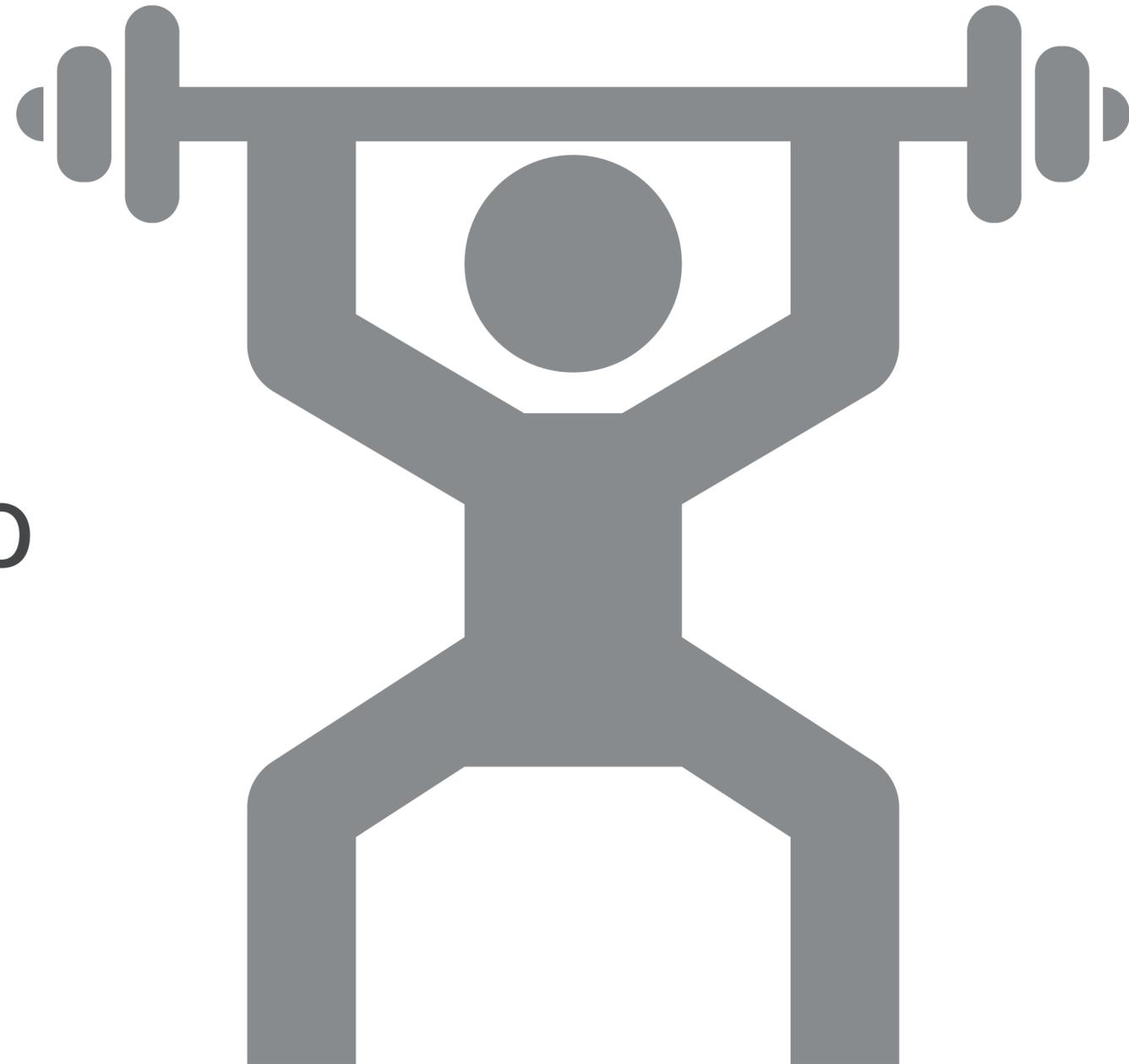
ALDEAS  
INFANTILES SOS



**Save the Children**

# Fortalezas

- Organización sólida
- Experiencia en ejecución
- Propósito claro y humanitario
- Expertise en acciones relacionadas



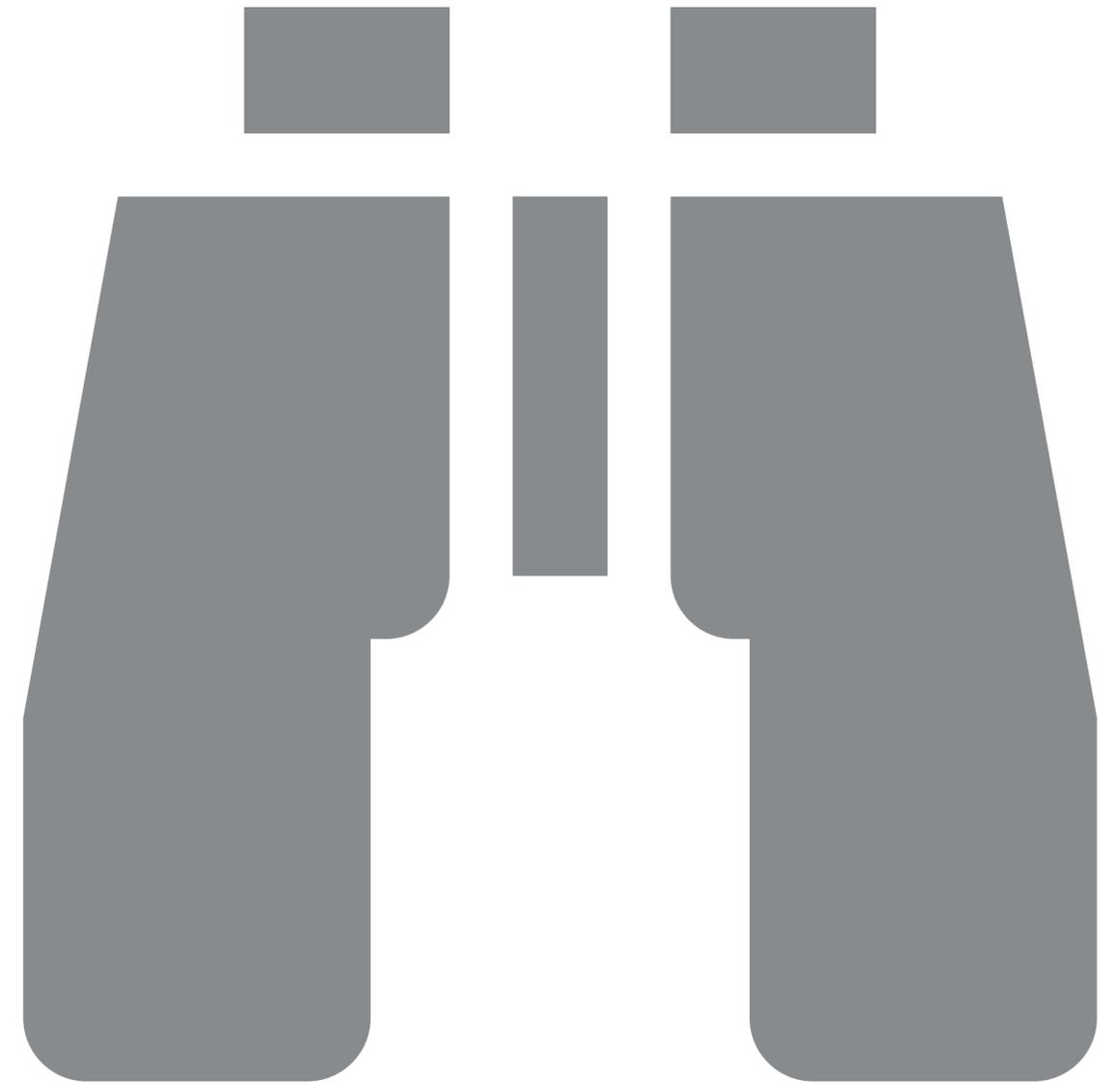
# Debilidades

- Enfoque de mercadeo de las herramientas de comunicación
- Alcance limitado de la campaña
- Dependencia en donantes corporativos
- Falta de claridad en el programa



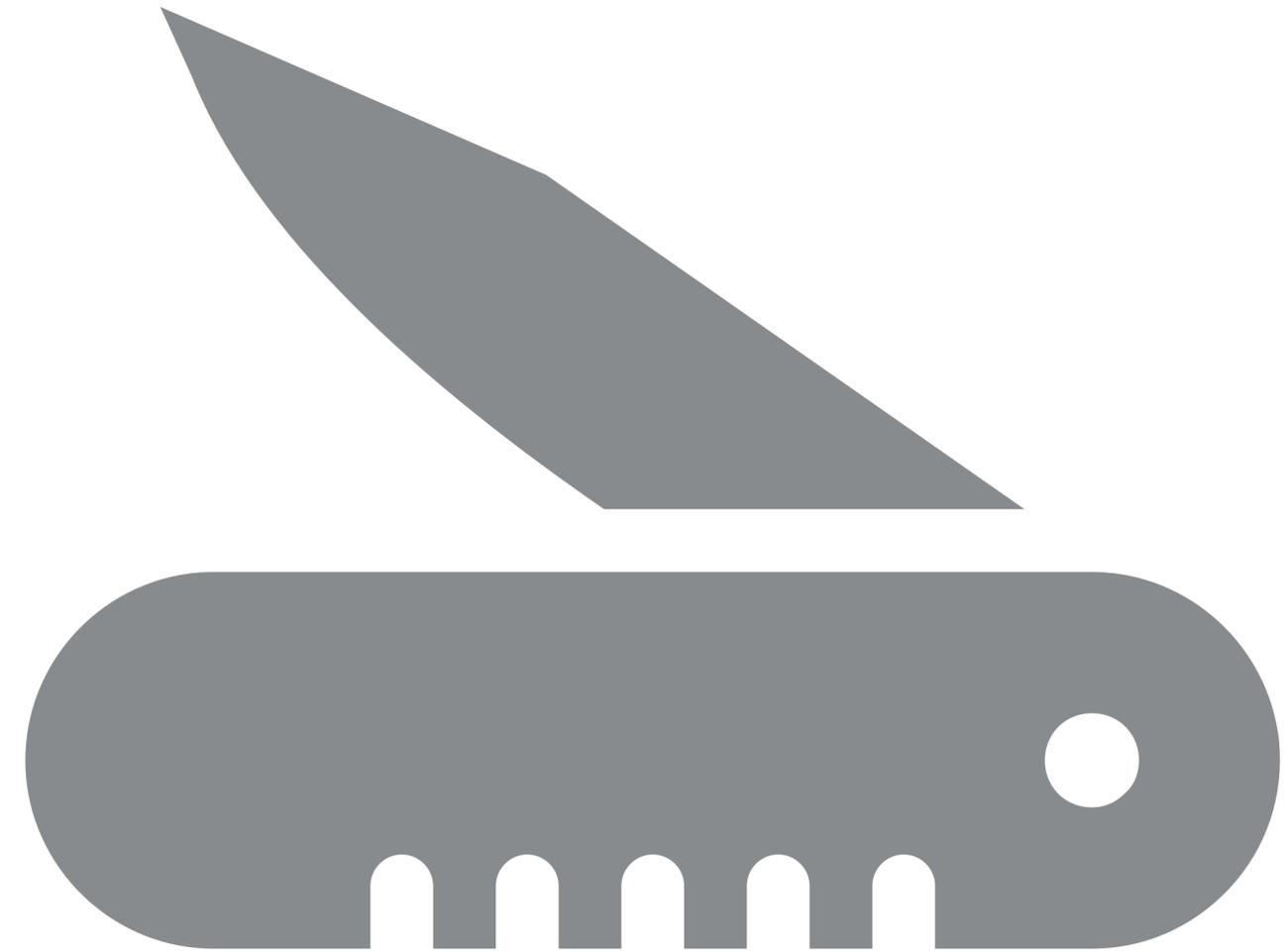
# Oportunidades

- Alineación con RSE
- Expansión a mercados internacionales
- Uso del storytelling emotivo



# Amenazas

- Entorno competitivo
- Desgaste del público
- Incertidumbre económica
- Riesgo de “no diferenciación”



# Plan de mercadeo





100 mil pisos  
para jugar



# Objetivos

# Contribuir a incrementar el número de donantes activos



**S:** Aumentar la cantidad de organizaciones donantes activas en un 20%.

**M:** Lograr la conversión de 40 nuevas organizaciones donantes en un periodo de 12 meses, sumando todos los países donde Hábitat cuenta con Organizaciones Nacionales

**A:** Basado en el análisis FODA, y con la implementación de nuevas estrategias de comunicación y alianzas.

**R:** Este objetivo está alineado con la misión de Hábitat para la Humanidad de expandir el impacto de la iniciativa "100 mil pisos para jugar".

**T:** Alcanzar este objetivo dentro de los próximos 12 meses.

# Aumentar la visibilidad de la campaña en mercados clave



**S:** Mejorar la presencia de la campaña en mercados clave en Latinoamérica y el Caribe

**M:** Incrementar la participación en medios digitales y en medios tradicionales. El porcentaje de incremento deberá analizarse independientemente por país, según cada caso particular.

**A:** Utilizando estrategias de marketing digital y relaciones públicas, incluyendo colaboraciones con influencers y líderes de opinión.

**R:** Esto contribuirá a fortalecer el reconocimiento de la marca y atraer más donantes corporativos y particulares.

**T:** Lograr estos incrementos en un plazo de 12 meses.

# Fortalecer el *engagement* y la retención de donantes



**S:** Implementar un programa de fidelización para donantes actuales.

**M:** Aumentar la tasa de retención de donantes en un 20%.

**A:** A través de la personalización de comunicaciones, la creación de contenido exclusivo y el reconocimiento público de donantes.

**R:** Retener donantes actuales es crucial para el éxito sostenido del proyecto y la construcción de relaciones a largo plazo.

**T:** Este objetivo deberá alcanzarse en los próximos 12 meses.

# Posicionarnos como alternativa ideal de RSE



**S:** Lograr que 10 nuevas empresas integren “100 mil pisos para jugar” en sus programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

**M:** Conseguir que estas empresas aporten un mínimo del 15% del financiamiento necesario para la construcción de 1,000 pisos en los próximos 12 meses.

**A:** A través de la presentación de casos de éxito, propuestas personalizadas y la creación de un modelo de colaboración flexible.

**R:** Este objetivo permitirá que la campaña sea vista no solo como una causa noble, sino como una excelente oportunidad para que las empresas cumplan sus metas de RSE.

**T:** El objetivo se logrará en el plazo de un año.

# Mercadeo 101

## Público

- Existen personas con una necesidad insatisfecha.

## Producto

- Nosotros tenemos un producto o servicio que les resuelve su necesidad.

## Precio

- A un precio que les parece adecuado y están dispuestas a pagar.

## Plaza

- En lugares cómodos, accesibles y adecuados para ellas.

## Promoción

- Anunciado de forma que les llama la atención y por canales que utilizan.



100 mil pisos  
para jugar



# Público

**Público meta / Buyer persona**

**Directora de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de empresa multinacional de consumo masivo**

Ana María López

42 años



**Público meta / Buyer persona**

**Gerente de mercadeo y  
comunicación empresa  
mediana local**

Javier Martínez

35 años



**Público meta / Buyer persona**

**CEO y propietario de una  
empresa mediana local**

Carlos Rodríguez

50 años



**Público meta / Buyer persona**

**Directora de proyectos de una  
ONG internacional**

María Gómez

42 años



**Reflexiones estratégicas**

**Diversificación de la  
estrategia de búsqueda  
de donantes**



100 mil pisos  
para jugar



PRODUCTO

# Renegociar nuestra posición con FICEM

## Logos aliados locales

Cuando se da la participación de aliados locales que se suman a la iniciativa, su logotipo debe regirse por los siguientes criterios:

El orden de la ubicación de logotipos debe ser el siguiente:  
IZQUIERDA: Logotipo de FICEM  
CENTRO: Logotipo del aliado local  
DERECHA: Logotipo de Hábitat para la Humanidad de oficina nacional participante.

La relación de tamaño y ubicación de los logotipos debe respetarse en todas sus aplicaciones. Los logotipos de aliados locales no pueden ser ni más grandes ni más pequeños de lo indicado en este manual.

De preferencia se deben colocar en forma horizontal, y solo se permiten en forma vertical o "apilada" cuando el espacio así lo amerite.

Los logos siempre deben reproducirse en color.

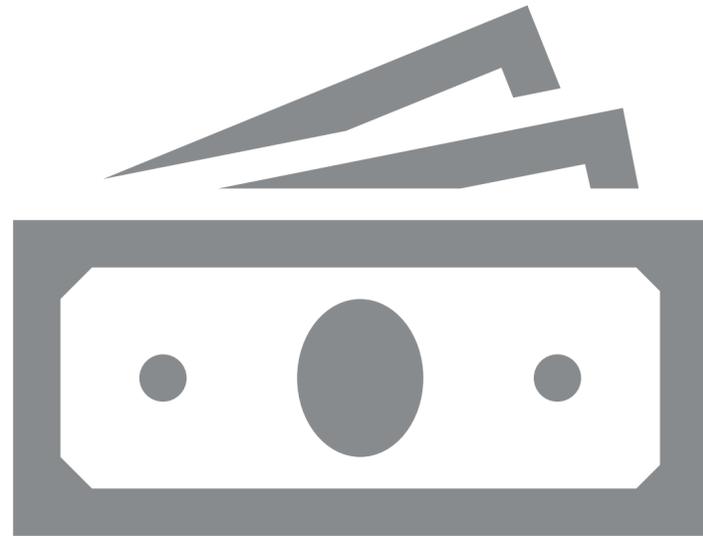
Para el tamaño mínimo de reproducción, refiérase a los respectivos manuales de ambas marcas.





claridad

# Matriz de beneficios



- Niveles de donación definidos
- Beneficios diferenciados
- Justificación del monto adicional
- Flexibilidad y personalización

# Acciones por realizar

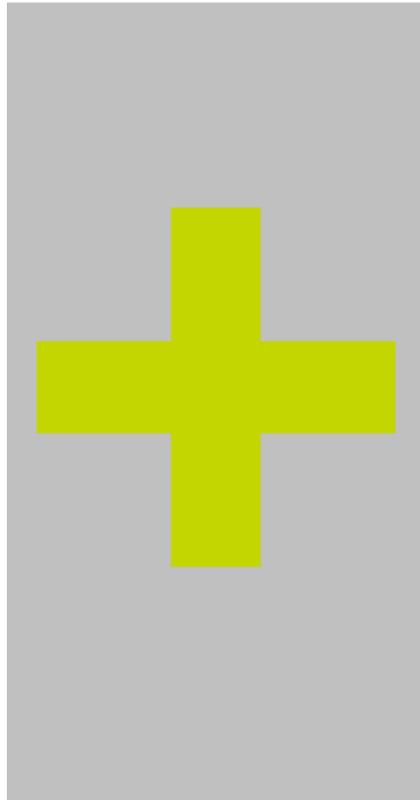
- Reformulación del producto: RSC, ODS.
- Manual de producto (ficha técnica).
- Difusión del conocimiento y herramientas.
- Identificación de beneficios para corporaciones.



100 mil pisos  
para jugar



PRECIO



**atractivo**

# Acciones por realizar

- Analizar niveles de beneficios por monto
- Cambiar el lenguaje para hablar de donaciones de pisos



100 mil pisos  
para jugar



PLAZA



definida

# Acciones por realizar

- Categorizar y clasificar los países en los que funciona la iniciativa



100 mil pisos  
para jugar



# PROMOCIÓN

# Reflexiones estratégicas

Posicionamiento de la marca  
Hábitat para la Humanidad  
integrado en la campaña 100  
mil pisos para jugar.

# Reflexiones estratégicas

## Estrategia de comunicación transversal

# Propuesta única de venta:

**Convierta el compromiso social de su empresa en un impacto transformador a largo plazo.**



**100 mil pisos  
para jugar**

---



No solo se trata de construir pisos de concreto; se trata de construir futuros. Al unirse a esta iniciativa, su empresa tiene la oportunidad única de transformar las vidas de miles de niños y familias en Latinoamérica y el Caribe, al proporcionar un espacio seguro donde puedan crecer, jugar y soñar.

# La promesa básica de la marca

En 100 mil pisos para jugar, su empresa tiene la oportunidad de convertir su compromiso social en un impacto transformador y tangible.

Más allá de la construcción de pisos de concreto, ofrecemos la oportunidad de que miles de niños en Latinoamérica y el Caribe jueguen en el suelo de forma más segura.

Cada piso representa una mejora directa en la calidad de vida, una historia de resiliencia y un paso hacia un mañana más seguro y prometedor.

Al unirse a esta iniciativa, su empresa no solo fortalece su reputación como líder en responsabilidad social, sino que también se convierte en parte de una narrativa poderosa y humanizadora.

A través de un enfoque estratégico en RSE, storytelling personalizado y un alcance internacional, "100 mil pisos para jugar" le permite a su empresa hacer una diferencia real, visible y duradera.

Su contribución va más allá de la simple filantropía; se convierte en un acto de liderazgo que deja una huella a largo plazo en la vida de quienes más lo necesitan. Y esto refuerza los valores de su marca ante sus colaboradores, clientes y stakeholders.

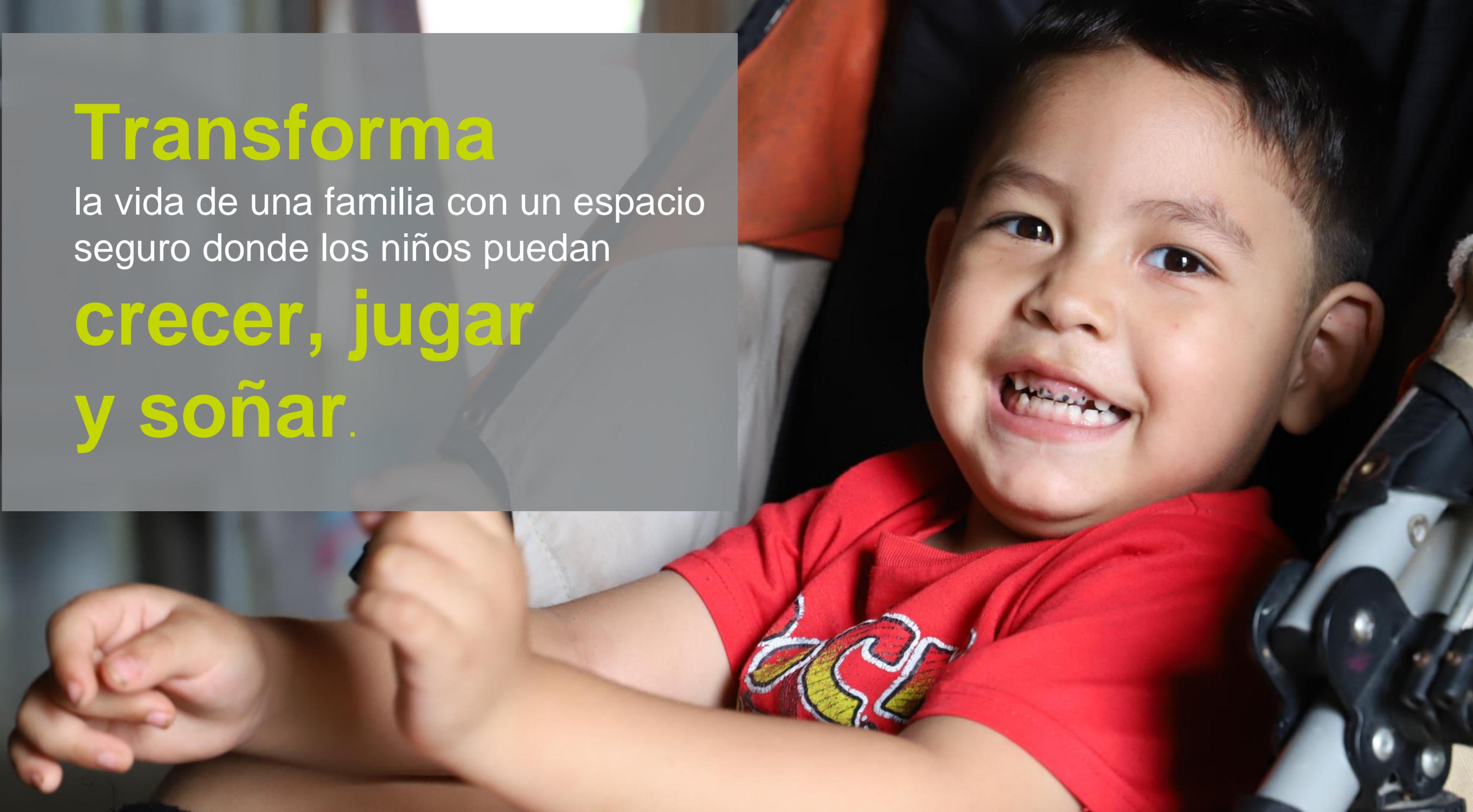
Juntos, construimos no solo pisos, sino un futuro lleno de oportunidades para jugar y crecer

# Mensajes clave

# Transforma

la vida de una familia con un espacio seguro donde los niños puedan

**crecer, jugar  
y soñar.**



# Tu empresa

puede contribuir a la salud y la educación de los niños:

Únete a 100 mil pisos para jugar y fortalece tu compromiso social con un proyecto que hace la diferencia.





# Humaniza tu impacto:

Cada piso construido cuenta la historia de una familia que ha superado desafíos gracias a tu apoyo.



Contribuye a 100 mil pisos para jugar y **deja una huella positiva** que perdurará en las comunidades más vulnerables cercanas a tus instalaciones.



## Haz que tu inversión social cuente:

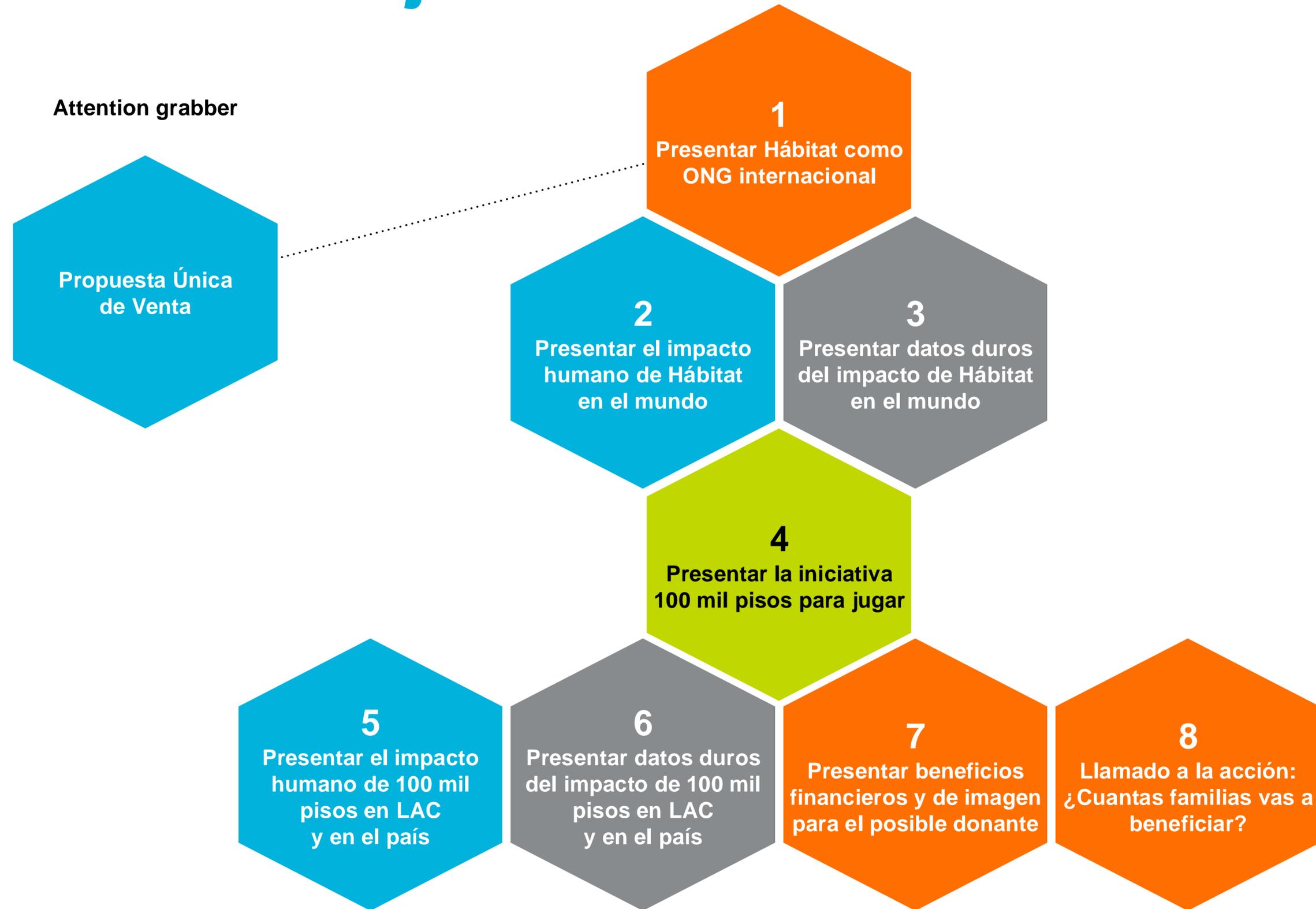
Con 100 mil pisos para jugar, tu empresa puede ver y sentir el impacto real de su contribución.

# con cada piso construido

transformamos vidas de  
manera significativa.

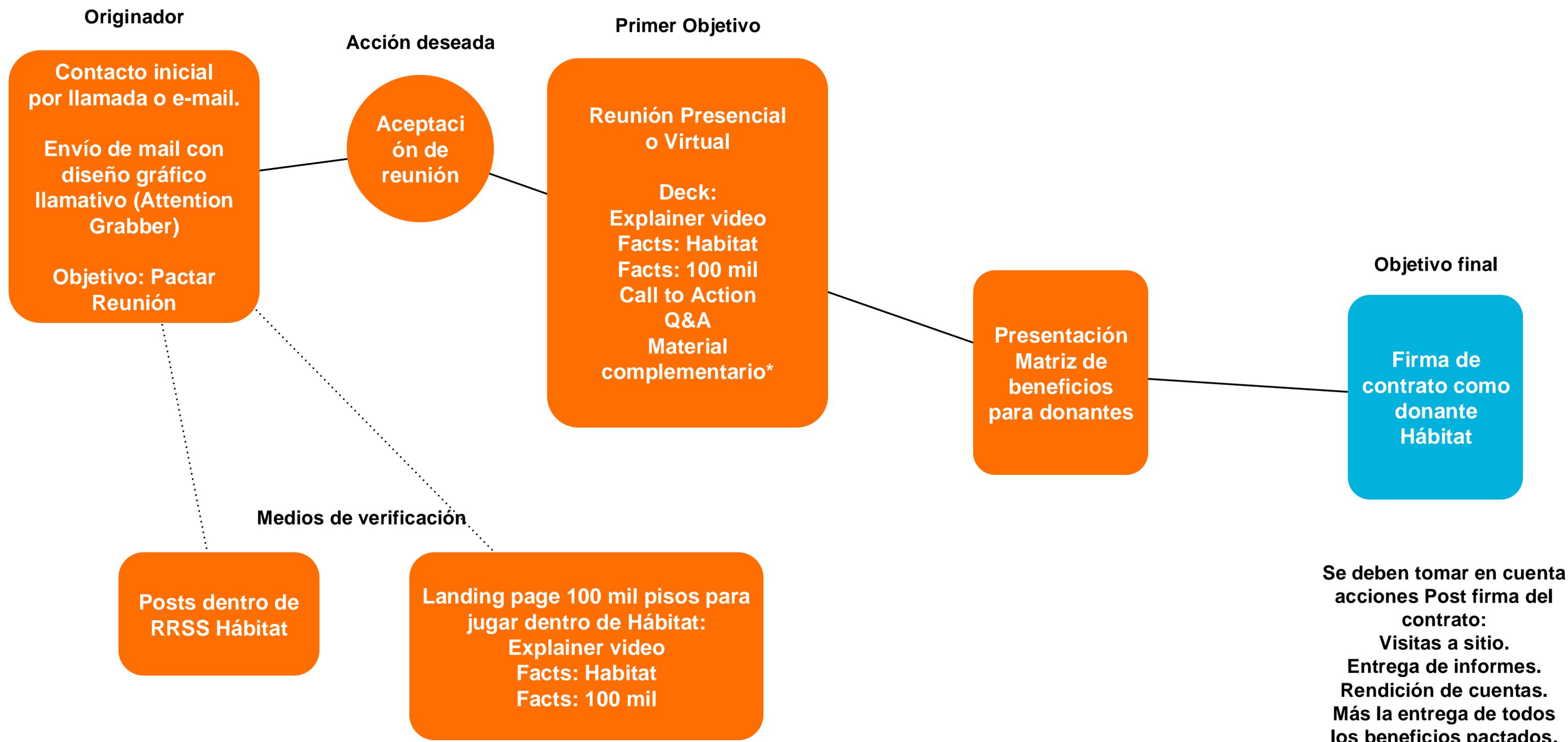


# Anatomía del mensaje de la marca



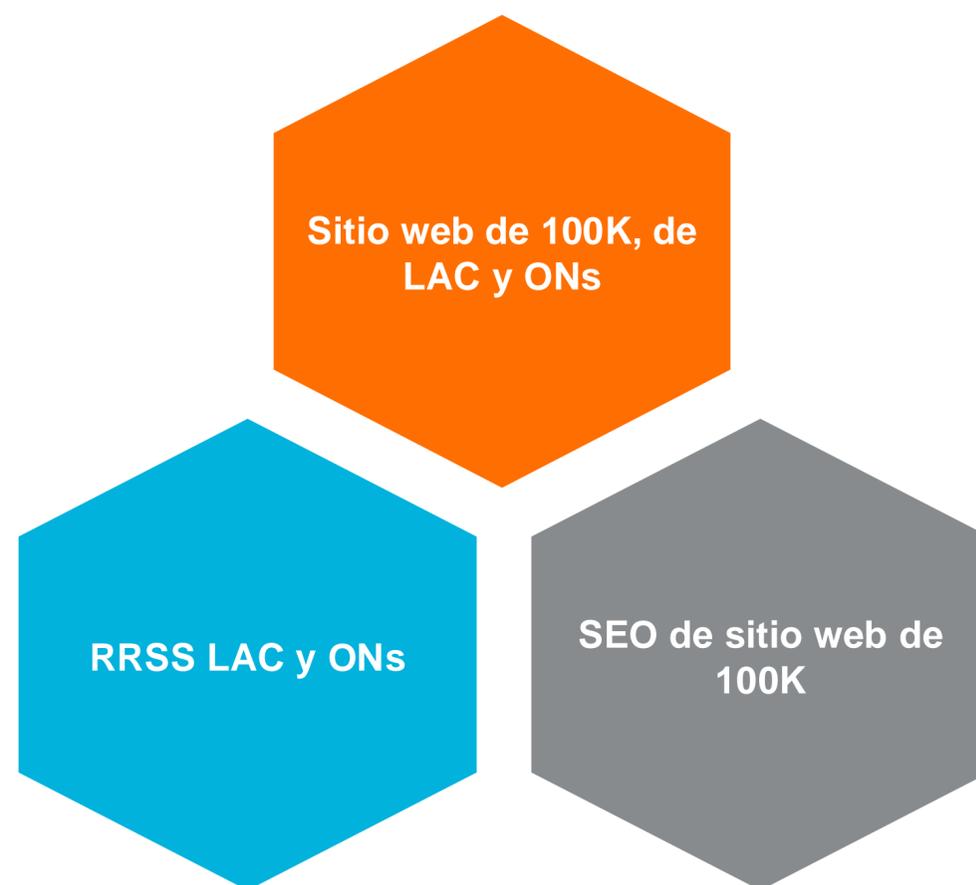
# Tácticas y acciones

# Tácticas PUSH para implementación de campaña

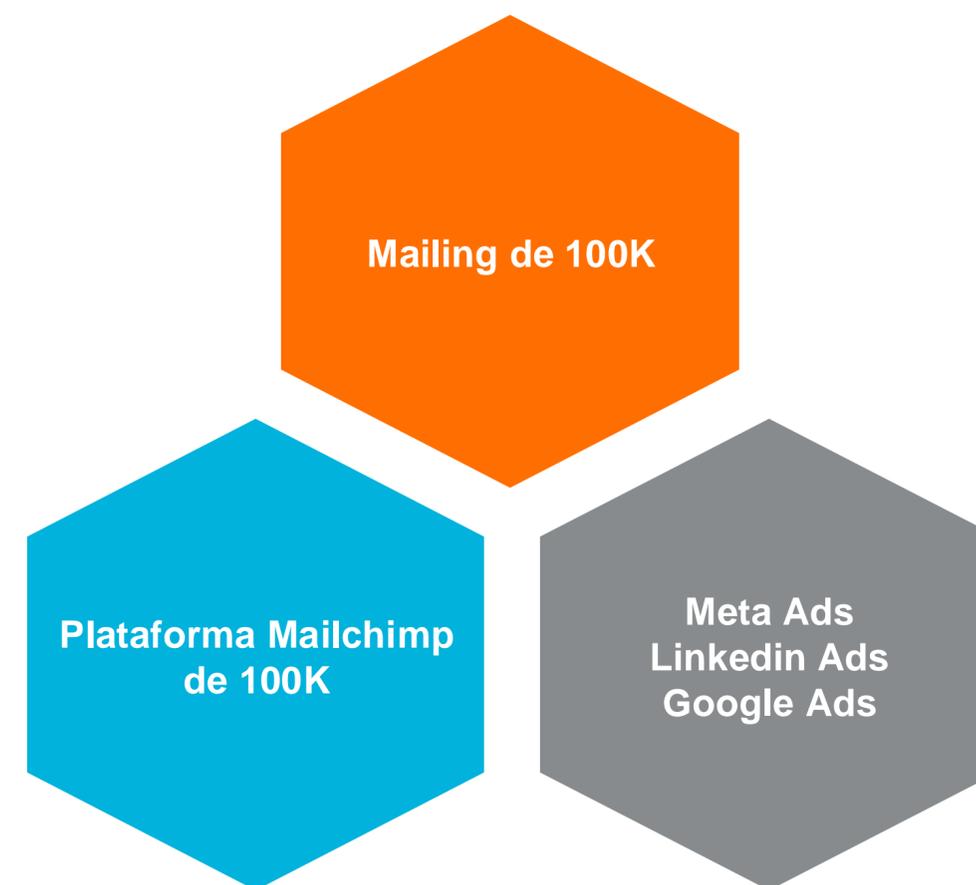


# Tácticas PUSH para implementación de campaña en digital

## Acciones orgánicas

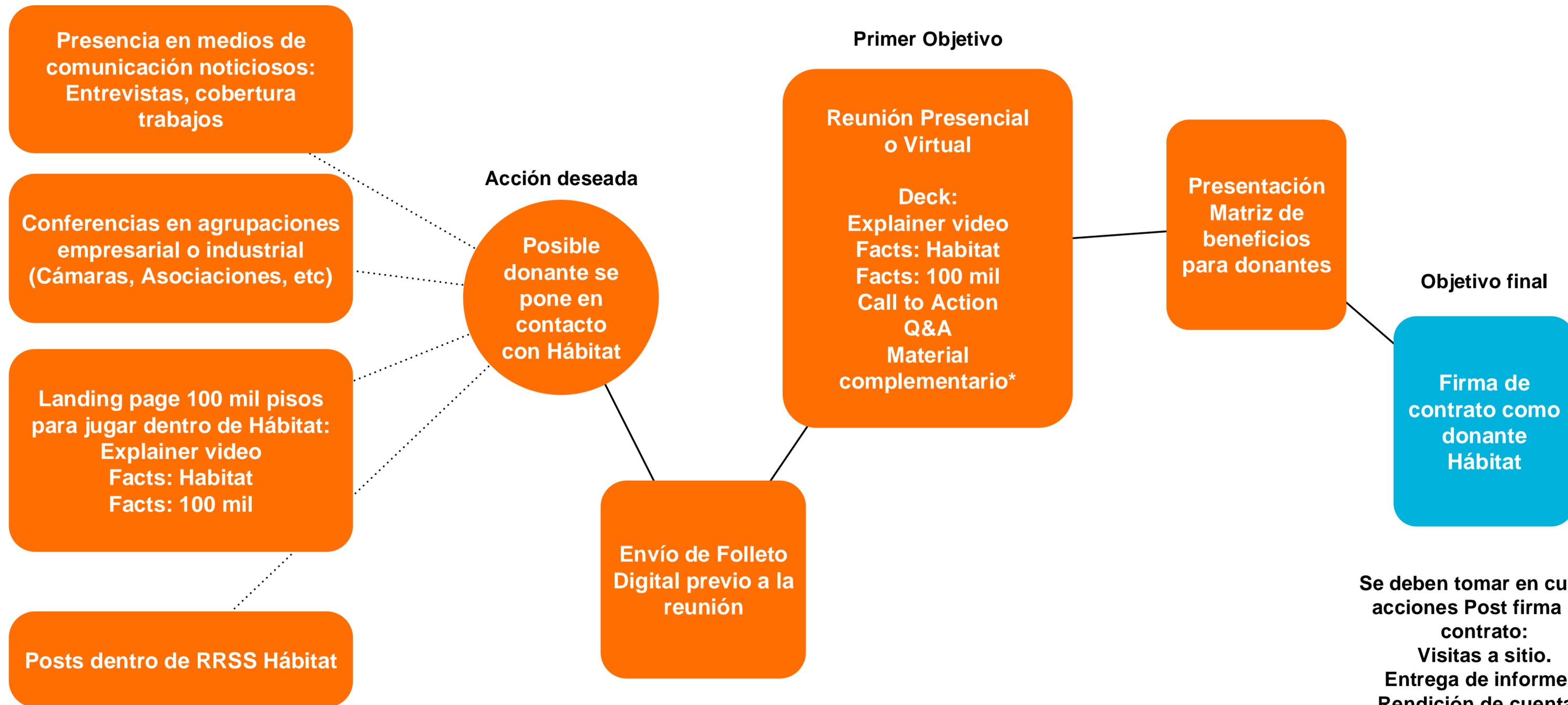


## Acciones de paga



# Tácticas PULL para implementación de campaña

## Originadores



Se deben tomar en cuenta acciones Post firma del contrato:  
Visitas a sitio.  
Entrega de informes.  
Rendición de cuentas.  
Más la entrega de todos los beneficios pactados.

# Sugerencias complementarias

- Estrategia multicanal
- Alianzas estratégicas
- Eventos de lanzamiento y activaciones
- Campaña de relaciones públicas
- Gamificación y participación
- Rendición de cuentas

# Sugerencias complementarias

**Voluntariado**

# Sugerencias complementarias



Posición actual	Palabra clave	Dificultad
69	pisos de tierra en la región	4
12	viviendas con pisos de tierra	4
11	aportes de vivienda a los ods	4
10	aportes de vivienda a los ods	4
8	viviendas con pisos de tierra	4
6	erradicar pisos de tierra en américa latina	4
4	un piso para jugar	4
3	pisos de tierra en la región	4
3	erradicar pisos de tierra en el caribe	4
3	erradicar pisos de tierra en el caribe	4
2	100 mil pisos para jugar	4
2	100 mil pisos para jugar	4
2	estadísticas pisos de tierra	4
1	estadísticas pisos de tierra	4

Palabra clave	Dificultad <small>SEP</small> Cuanto mayor el #, mayor la competencia	Volumen de búsquedas
responsabilidad social empresarial	1	8100 solo en Colombia
responsabilidad social empresarial	45	720 solo en CR
piso de tierra	13	260
déficit de vivienda	13	70
voluntariado empresarial	19	30
financiamiento para vivienda	34	10
reemplazar pisos de tierra	4	0
erradicar pisos de tierra en américa latina	4	0
colabora con hábitat para la humanidad	4	0
proyectos de vivienda para comunidades pobres	4	0
construcción de pisos para familias de bajos recursos	4	0
donaciones para mejorar viviendas	4	0
campañas de donación para empresas	4	0
déficit de vivienda con piso de tierra	4	0
pisos de tierra por concreto	4	0
buenas prácticas uso del cemento	4	0
beneficios de pisos en concreto	4	0
responsabilidad social empresarial en latinoamérica	4	0
programa pisos s3	12	0
proyectos de viviendas en latam	4	0
apoyo en la construcción	4	0
buenas prácticas uso del concreto	4	0

# Reflexiones estratégicas

**Objetivo a largo plazo:  
Posicionamiento global de  
Hábitat en América Latina y el  
Caribe en los “Países Hábitat”**

# 100 mil pisos para jugar

Hábitat para la Humanidad y FICEM nos unimos para transformar la salud y calidad de vida de **100 mil familias en toda América Latina y el Caribe.**

**¿Nuestra meta?** Reemplazar 100 mil pisos de tierra por uno de concreto **al 2028.** Queremos que los niños y niñas tengan una vivienda segura e higiénica que contribuya a su desarrollo cognitivo y en donde puedan jugar, estudiar y crecer sanos.

**¿Nuestro sueño?** Erradicar los pisos de tierra en América Latina y el Caribe al 2050.

