

COMUNICADO DE PRENSA

Martes 25 de agosto del 2009

UN TECHO PARA MI PAÍS LANZA CAMPAÑA INSTITUCIONAL Y DE RECAUDACIÓN DE FONDOS

- “La falta de vivienda inunda los sueños de miles de familias...Trabajemos juntos por cambiar esta realidad” es el eje central de la campaña.
- Pretende recaudar fondos para la construcción de más viviendas de emergencia y la implementación de planes de Habilitación Social.
- Cuentan con el apoyo de Banco Promerica, AM-PM, Taco Bell, Fresh Market, Coca-Cola y British American Tobacco, Caribbean and Central America.

La Organización no Gubernamental **Un Techo para mi País – Costa Rica (UTPMP-CR)** presentó su campaña institucional y de recaudación de fondos ante los medios de comunicación.

Durante **los próximos 25 días** (del martes 25 de agosto y hasta el 19 de setiembre) la Organización tendrá **presencia en: Publicidad en vía pública (mupis, vallas, publitas), publicidad alternativa, radio, televisión, revistas, cine y prensa escrita.**

Esta exposición **tiene como objetivo denunciar la realidad en que viven miles de familias en Costa Rica**, además de mostrar el trabajo que realiza UTPMP-CR en conjunto con esas familias y por supuesto, captar nuevos voluntarios y donaciones para futuras construcciones y planes de Habilitación Social.

“Nuestro objetivo fundamental con esta campaña es posicionar el déficit habitacional, como una trasgresión al derecho humano a la ciudadanía, y como una incongruencia inaceptable con nuestra tradición democrática. Asimismo, queremos **demostrar que muchos jóvenes nos resistimos a permanecer indiferentes a la pobreza extrema y a la polarización social deshumanizada**; y que para eso, lanzamos esta invitación a trabajar en conjunto de manera solidaria y propositiva. Este gran sueño requiere del aporte de todos y todas”, aseguró Patricio Morera, Director Social de UTPMP-CR.

Campaña de invierno

La gráfica de la campaña gira alrededor de la frase: **“La falta de vivienda inunda los sueños de miles de familias”**; y está compuesta por tres situaciones cotidianas dentro de cualquier familia del país: la preparación de alimentos, el consumo de estos y el tiempo de estudio de los menores. Sin embargo, estas situaciones se presentan bajo la lluvia, una característica exaltada, pero que no difiere mucho de las condiciones de vivienda de algunas familias en extrema pobreza.

“El eje de la campaña consiste en **sensibilizar por medio de situaciones impactantes pero reales, que muevan a la reflexión y a la acción.** Queremos posicionar el tema en la agenda pública con agresividad, **porque la situación que viven las familias en condición de pobreza extrema es urgente.** Para esto es necesario comunicar la problemática con creatividad e innovación, esa es nuestra propuesta,” explicó Morera.

Además, todos los productos publicitarios hacen una invitación a unirse al trabajo de la organización por medio de las donaciones.



En esta ocasión las empresas o particulares que deseen colaborar pueden hacerlo por medio de **depósitos bancarios en la CUENTA TECHO de Banco Promerica, las cajas de los supermercados AM-PM y Fresh Market, así como en los restaurantes Taco Bell.**

El período de campaña cerrará con la **colecta masiva “Un Rojo por un Techo” el 18 y 19 de setiembre.** Durante esos días, **voluntarios de UTPMP-CR se distribuirán en alrededor de 100 puntos** de las principales ciudades del país y **solicitarán una donación de mil colones por persona. La meta para ese fin de semana es de 34 86 millones de colones (\$60.000).**

El monto total que UTPMP-CR pretende recaudar es de **118 millones de colones (\$200 000).** Esta cifra incluye, además de lo recolectado durante los dos días de la colecta, otros **aportes de empresas y particulares efectuados durante el mes.**

Apoyo corporativo

La campaña *“La falta de vivienda inunda los sueños de miles de familias”* cuenta con el apoyo de cerca de **30 empresas y medios de comunicación.** Entre ellas el patrocinio de Banco Promerica y el co-patrocinio de AM-PM, Fresh Market, Taco Bell, Coca-Cola y British American Tobacco, Caribbean and Central America.

“La crisis económica mundial está haciendo mella en las economías de nuestros hogares, ciertamente este año ha sido muy duro para las familias de clase media y del sector más desposeído de nuestro país. **Es por esto que agradecemos infinitamente a las empresas que nos apoyan en esta campaña,** quienes se han desprendido de lo que tienen y no de lo que les sobra, porque **realmente han entendido que la crisis económica global si bien nos afecta a todos,** afecta de sobremanera a la clase social más vulnerable de nuestro país: las comunidades en extrema pobreza”, afirmó Andrea Fernández, Gerente de UTPMP-CR.

UTPMP-CR desarrolló la campaña con el apoyo de la agencia de publicidad Publimark y del Director de Cine Independiente Antonio Yglesias. Además del auspicio de Grupo Nación, Teletica, Grupo Extra, Grupo Cerca, Inmedia, Cadena Radial Costarricense, Grupo Latino de Radiodifusión, Grupo ICE, EUCOR, Vallas Pol, ASA Poster, Supermedia, Vallas y Gigantografías, Alcance Urbano, IMC, PubliChannel, Publibaños, PostData, Canal 15, Radio U, Zona Next, CCM Cinemas, redcultura.com, Bright Solutions y VM Latino.

“Invitamos a otras empresas a unirse a esta campaña mediante su apoyo económico, todos sus aportes nos ayudan a construir un país con igualdad de oportunidades. Y sobre todo instamos a todo el sector empresarial a unirse a nuestra institución, poniéndose en contacto con nosotros para poder así diseñar una estrategia de **Responsabilidad Social Empresarial en conjunto que lleve a la empresa y sus colaboradores a beneficiar de forma seria, expedita y directa a las familias que más lo necesitan**”, instó Fernández.

El lanzamiento de la campaña se realizó hoy martes 25 de agosto en el Instituto de México. Durante la actividad también se presentó la nueva página web de la organización, en la que puede obtener mayor información sobre la campaña y demás actividades que se realizarán: www.untechoparamipais.org/costarica

Un Techo para mi País

Un Techo para mi País (UTPMP) es una organización latinoamericana que **nace en Chile en 1997**, luego de que un grupo de jóvenes universitarios apoyados por Felipe Berríos S.J., sintiera la necesidad de **denunciar la situación de extrema pobreza** en que viven millones de personas en asentamientos, a partir de la construcción de viviendas de emergencia y la ejecución de planes de habilitación social. Surge así la necesidad de convocar a toda la sociedad, dando a conocer que la falta de oportunidades y las condiciones en que viven más de **200 millones de latinoamericanos** representan una injusticia que nos involucra y compromete a todos.

Desde el año 2001 UTPMP comenzó a expandirse por Latinoamérica y hoy ya está presente en **15 países**. Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Nicaragua y República Dominicana se unen a través del trabajo de miles de voluntarios y comunidades que luchan por un continente más justo.

La base de la organización es lograr el más alto compromiso de la sociedad a través del trabajo conjunto entre **pobladores, voluntarios, empresas, gobierno y medios de comunicación**. Debido a sus logros constantes la institución cuenta con el apoyo del **Banco Interamericano de Desarrollo y la ONU** ha nombrado a Un Techo para mi País como una de las 20 ONG's más confiables de América Latina.

Un Techo para mi País en cifras

- Trabajamos desde **1997**.
- **Hemos construido 42 000** viviendas de emergencia en América Latina.
- Estamos presentes en **15 países** del continente: Argentina (2003), Brasil (2006), Bolivia (2009), Chile (1997), Colombia (2002), Costa Rica (2006), Ecuador (2008), El Salvador (2001), Guatemala (2008), México (2003), Nicaragua (2008), Paraguay (2008), Perú (2001), República Dominicana (2008) y Uruguay (2003) todos bajo **1** mismo techo y por una América Latina más digna y justa.
- **200.000** voluntarios movilizados en Latinoamérica.
- **25.000** voluntarios movilizados anualmente.
- **5.000** voluntarios trabajando permanentemente.
- Involucramiento de 100 universidades del continente.
- **2.500** pobladores de asentamientos participando en nuestros programas.
- Trabajamos también desarrollando **Proyectos de Habilitación Social** (mesas de trabajo, capacitaciones en oficios básicos, nivelación de estudios, alfabetización, micro créditos, y apoyo legal) **en 8 países**: Chile, El Salvador, Uruguay, Perú, Colombia, Argentina, México y Costa Rica.
- Nuestra **meta** para el **2010** es tener presencia **en todos los países del continente**
- **En Costa Rica** hemos construido **472 viviendas** de emergencia y cerca de **2000 voluntarios** movilizados.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DURANTE LA CAMPAÑA

Actividad	Fecha	Descripción
Lanzamiento	25 de agosto.	Conferencia de prensa. Instituto de México.
Campaña al aire	25 de agosto al 19 de setiembre	Todos los medios.
3 Aniversario UTPMP – Construcción UNILEVER	26 de agosto	Construcción con UNILEVER.
Vivienda 500	Del 28 al 30 de agosto	Construcción en La Palmas, Desamparados y en Acasi, Siquirres.
Intervención Urbana	14 de setiembre	Intervención Urbana en San José
Intervención Urbana	Del 15 al 19 de setiembre.	Intervención Urbana en San José y Alajuela.
Exposición fotográfica	19 y 18 se setiembre	En varias de las intervenciones.
Colecta “Un Rojo por Un Techo”	18 y 19 de setiembre	100 puntos de recaudación en la GAM y otros fuera de ella.
Cierre de campaña	19 se setiembre	Reunión de voluntarios y comunicación de monto recaudado en la colecta.

¿CÓMO DONAR?

MECANISMOS DE DONACIÓN DURANTE LA CAMPAÑA DE UTPMP-CR	
¿DÓNDE?	¿CÓMO?
1. SUCURSALES BANCO PROMÉRICA	<ul style="list-style-type: none"> • Depositando en la CUENTA TECHO • Adquiriendo los cupones de donación por: 1000 colones, 2000 colones, o 5000 colones
2. SUPERMERCADOS AM-PM Y FRESH MARKET	<ul style="list-style-type: none"> • Donaciones automáticas en las cajas registradoras y alcancías.
3. RESTAURANTES TACO BELL	<ul style="list-style-type: none"> • Donaciones en todos los restaurantes en alcancías.
4. COLECTA NACIONAL UN ROJO POR UN TECHO (18 Y 19 DE SETIEMBRE)	<ul style="list-style-type: none"> • 100 puntos en toda el Gran Área Metropolitana para alrededor de 1000 voluntarios debidamente identificados (camisetas y alcancías) que solicitan la donación de 1000 colones por persona.

Contactos:

Iván Víquez S.

Director de Comunicación
Un Techo para mi País – Costa Rica
(506) 88 32 55 34
iviquez@untechoparamipais.org

Carlos Morales N.

Coordinador de Prensa
Un Techo para mi País – Costa Rica
(506) 88 80 79 91
comunicaciones.costarica@untechoparamipais.org

100 sur y 300 este de la Porsche, Curridabat, San José.
(506) 22 24 42 61/ (506) 22 34 64 71
www.untechoparamipais.org/costarica