

Vivienda para todos

Kit de  
herramientas  
para  
campaña



**ONU**  **HABITAT**  
POR UN MEJOR FUTURO URBANO

# Vivienda para todos



Cinco semanas para tomar conciencia y comprometerse lograr vivienda para todos

# Vivienda para todos

Este kit de herramientas para campaña está dirigido para los todos los socios de “HOUSING4ALL” para asegurar la consistencia en la construcción de la marca y del mensaje.

Para más información, contáctese a:

Equipo Housing:

[francesca.lionetti@un.org](mailto:francesca.lionetti@un.org)

Abogacía y Unidad de Campañas:

[flossie.mbiriri@un.org](mailto:flossie.mbiriri@un.org)

Vivienda para todos

## Metas de la campaña

- **Mostrar y defender acciones clave para promover la vivienda para todos.**
- **Promover alianzas e iniciativas que ayudarán a incrementar la vivienda para todos con el objetivo de mejorar la resiliencia de ciudades y comunidades en el futuro.**



# 5 semanas para Vivienda para Todos

Cinco semanas para tomar conciencia y comprometerse con el programa de vivienda para todos

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Salud

Dignidad

Seguridad

Inclusión

Bienestar

Vivienda adecuada =

Una primera línea de defensa contra riesgos para la salud



*Discutir la importancia de una vivienda adecuada para enfrentar la crisis por COVID-19*

Una condición esencial para una vida digna



*Reflejar la situación de desamparo durante el Día Mundial de la Carencia de Hogar*

Protección contra riesgos para la seguridad y riesgos climáticos



*Explora los vínculos entre vivienda y seguridad en el reto 40 días para Ciudades más Seguras realizado por UN-Habitat*

Estabilidad para asegurar la inclusión social y económica



*Discute el papel de la vivienda en "Valorar nuestras comunidades y ciudades", el tema del Día de las Ciudades del Mundo*

La base del bienestar para vivir, trabajar y aprender



*Discute la importancia de la vivienda para el bienestar como una contribución para el desarrollo*



Vivienda para todos

Octubre Urbano



### **Haz uso de Urban October durante la campaña**

Urban October es una oportunidad para poner mayor atención en los retos y oportunidades en la urbanización

Puedes compartir tus eventos y actividades durante el mes de Octubre para aumentar la atención sobre este tema e inspirar a otros a unirse al movimiento colectivo para tener ciudades más seguras para todos.

[Conoce más](#)

## Eslóganes

Los siguientes eslóganes pueden ser utilizados por los socios de la campaña Housing4All



**Una vivienda no sólo es un techo.  
Contar con una vivienda es un derecho  
que todos poseemos.**

**Una vivienda son los cimientos para la  
salud de las personas, su dignidad,  
seguridad, bienestar e inclusión.**

**Asegurar los derechos de contar con una  
vivienda es una responsabilidad  
compartida por todas las partes  
interesadas.**

## Mensajes clave

Los siguientes mensajes clave pueden ser utilizados por los socios de la campaña Housing4All



- **Salud:** Una vivienda digna es la primera línea de defensa contra un gran número de riesgos para la salud. Contribuye a reducir la transmisión de enfermedades y ayuda a las personas a seguir los protocolos de salud. La calidad de la vivienda tiene grandes implicaciones en enfermedades cardiovasculares y respiratorias, daños físicos y salud mental.
- **Dignidad:** Tener una vivienda adecuada es una condición esencial para vivir con dignidad. Contar con una vivienda es particularmente muy importante para personas con alguna discapacidad, adultos mayores y personas con otras necesidades relacionadas a la salud, a temas culturales y a temas sociales.
- **Bienestar:** Una vivienda digna proporciona la base para que el bienestar de las personas les ayude a crecer, trabajar y aprender de manera conjunta.
- **Seguridad:** Un refugio adecuado protege a las personas contra muchos riesgos. Con el aumento de las incidencias climáticas, el programa de vivienda para todos contribuye a construir la resiliencia de las comunidades y ciudades al cambio climático
- **Inclusión:** Contar con la seguridad de un hogar es esencial para asegurar la inclusión social y económica como parte de un vecindario y de una comunidad, así como el acceso a trabajos y el sustento.

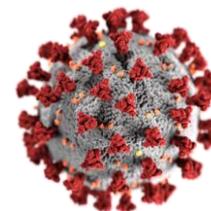
## Mensajes clave

Los siguientes mensajes clave pueden ser utilizados por los socios de la campaña Housing4All



## COVID-19

- **Un hogar seguro es la primera línea de defensa durante la pandemia**
- **La crisis por COVID-19 se ha convertido en un momento único a nivel global para demostrar que es posible proporcionar un hogar si se coopera, colabora y coordina entre todos los participantes.**



## Datos clave

Los siguientes datos pueden ser utilizados por los socios de Housing4All en la comunicación de la campaña



- **1.8 millones de personas alrededor del mundo viven en condiciones inadecuadas, con precariedad en la vivienda y en espacios reducidos (UN-Habitat)**
- **3 millones de personas carecen de facilidades para el lavado de manos (UNICEF-WHO)**
- **55% de la población mundial – alrededor de 4 mil millones de personas – no reciben ayuda por parte de ningún programa social (ILO)**
- **Cada año 2 millones de personas alrededor del mundo son desalojados por la fuerza y muchos son amenazados con un desalojo. Esto significa que a millones de personas se les despoja de su hogar y de su grupo social regularmente, y además no se les otorga el apoyo suficiente para reconstruir sus vidas (UN-Habitat)**
- **Alrededor del 80% de las ciudades en el mundo no cuentan con opciones de vivienda asequible para la mitad de su población (Lincoln Institute of Land Policy, UN-Habitat, and New York University - Atlas of Urban Expansion)**

Vivienda para todos

Redes sociales

**#Housing4all**

**#TakeAction4Cities**

**#GetYourHousingRight**

**#NotJustARoof**

**#HousingAtTheCentre**

**#ViviendaParaTodos**

**#NoSoloUnTecho**

**#ViviendaAlCentro**



PLANTILLA

Promoviendo tu  
solución para  
Housing4All



***Promueve tus soluciones en las redes sociales y sube una historia de impacto:***



PLANTILLA

## Historia de impacto

*Socios de la campaña Housing4All  
promoverán sus historias de  
impacto, incorporando los  
siguientes elementos:*



### **Para hacer tu historia informativa y animada:**

- Explica los **retos** que están siendo atendidos
- Describe la iniciativa con **palabras simples** – evitando palabras técnicas, jerga o acrónimos
- Incluye algunos **detalles** y **datos clave** acerca de **resultados** específicos de la iniciativa
- Enfócate en los **impactos** y en los resultados **positivos**
- Incluye **citas** de compañeros y beneficiarios de la iniciativa
- No olvides **reconocer** a los participantes clave de la iniciativa y a los donadores

***Promueve el programa de vivienda para todos  
utilizando citas de un influencer en redes sociales***

PLANTILLA

Cita en las redes  
sociales



Vivienda para todos

Logo y  
estandarte



PROMUEVE TU COMPROMISO DURANTE LA  
CAMPAÑA

UTILIZANDO EL LOGO DE LA CAMPAÑA:



# PROMUEVE TU COMPROMISO DURANTE LA CAMPAÑA

## ■ UTILIZANDO EL ESTANDARTE DE LA CAMPAÑA:

**5**  
*semanas para*  
**#Housing4All**

[www.unhabitat.org/Housing4All](http://www.unhabitat.org/Housing4All)



**Vivienda**  
**PARA TODOS**

- 1 Salud**
- 2 Dignidad**
- 3 Seguridad**
- 4 Inclusión**
- 5 Bienestar**



**Vivienda**  
**PARA TODOS**

*Salud*  
*Dignidad*  
*Seguridad*  
*Inclusión*  
*Bienestar*

**5** *semanas para*  
**#Housing4All**

[www.unhabitat.org/Housing4All](http://www.unhabitat.org/Housing4All)



IMPLEMENTING  
THE NEW  
URBAN AGENDA