

Resumen

La estrategia de posicionamiento social para el programa de acogimiento institucional de niños y adolescentes Casa Hogar de Jesús, con miras a alcanzar patrocinio en la ciudad de Santo Domingo en el año 2015, se desarrolló en vista de la carencia de posicionamiento y financiamiento que conlleva -entre otros aspectos- al incumplimiento de la norma técnica de protección especial emitida por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, la misma que propone un acercamiento entre la comunidad y los servicios de acogimiento. Para esto, se requirió realizar un análisis situacional y una investigación de mercados, para obtener información fundamental sobre la institución y el público objetivo, lo que permitió plantear correctamente el direccionamiento estratégico y la propuesta de posicionamiento, asimismo se estimó la viabilidad para una acertada toma de decisiones.

Palabras Claves

Marketing social

Posicionamiento

Programa de acogimiento institucional

Predisposición de apoyo a obras sociales