

## ENTREGABLE DE CONSULTORÍA

**MATRIZ DE FORMATOS POR CANAL**

***Orientaciones para la adaptación de las secciones permanentes a cada red y entorno digital de la Secretaría Distrital del Hábitat de Bogotá***

|                        |                                  |
|------------------------|----------------------------------|
| Consultor              | Juan Manuel Caicedo              |
| Entidad beneficiaria   | Secretaría Distrital del Hábitat |
| Fecha del informe      | Bogotá D.C., abril de 2026       |
| Carácter del documento | Entregable de consultoría        |

**1. OBJETO DEL ENTREGABLE**

La presente matriz orienta la adaptación de la estrategia editorial a los distintos canales digitales. Su finalidad es evitar la replicación mecánica del mismo contenido en todas las plataformas y promover un uso más eficiente de formatos, tonos y ritmos.

**2. PRINCIPIO RECTOR**

No todo contenido debe publicarse igual en todas las redes. La coherencia estratégica debe mantenerse, pero cada canal exige una traducción propia. La matriz propuesta permite definir qué tipo de pieza funciona mejor según el objetivo comunicacional.

**3. INSTAGRAM**

- Fortalezas: alto valor visual, reels, carruseles y stories.
- Mejor uso: historias humanas, antes y después, recorridos, FAQ visuales y resúmenes de especiales.
- Secciones con mejor adaptación: Hogares en primera persona, Martes de Barrio, Viernes de Revitalización, Así se vive el Hábitat.

**4. FACEBOOK**

- Fortalezas: alcance comunitario, publicación de textos algo más amplios, álbumes y video.
- Mejor uso: testimonios, explicación institucional, convocatorias, resúmenes y contenido barrial.
- Secciones con mejor adaptación: Historias de acceso, mejoramiento, transformación barrial y especiales.

## 5. X

- Fortalezas: inmediatez, conversación pública, hilos y mensajes sintéticos.
- Mejor uso: mensajes de servicio, aclaraciones rápidas, datos clave, cobertura en vivo y resúmenes ejecutivos.
- Secciones con mejor adaptación: Hábitat Responde, Radiografía del cambio, anuncios y explicaciones cortas.

## 6. TIKTOK

- Fortalezas: video corto, lenguaje simple, alta cercanía.
- Mejor uso: explicadores rápidos, testimonios espontáneos, recorridos, mitos y verdades.
- Secciones con mejor adaptación: Números claros, Hábitat Responde, Así se vive el Hábitat.

## 7. YOUTUBE

- Fortalezas: profundidad, permanencia, valor documental.
- Mejor uso: microdocumentales, informes especiales, historias completas y piezas institucionales de mayor duración.
- Secciones con mejor adaptación: Informes especiales, Radiografía del cambio, recorridos territoriales.

## 8. WEB O MICROSITIOS

- Fortalezas: profundidad, archivo, organización temática y SEO institucional.
- Mejor uso: especiales, guías, repositorios y contenidos permanentes de consulta.
- Secciones con mejor adaptación: Hábitat Responde, especiales, informes, rutas y explicadores de mayor detalle.

## 9. RECOMENDACIONES TRANSVERSALES

- Pensar primero el objetivo del contenido y luego el formato.
- No forzar todas las piezas a todos los canales.
- Construir versiones nativas por plataforma cuando el contenido tenga alto valor estratégico.

- Medir el desempeño por tipo de formato y no solo por tema.

## 10.CIERRE CONSULTIVO

La matriz por canal permite que la estrategia gane efectividad sin perder unidad. Su valor práctico está en que ordena decisiones cotidianas de producción y ayuda a sacar mayor provecho de cada pieza según el entorno donde circulará.