

ENTREGABLE DE CONSULTORÍA

ruta de producción de contenidos permanentes

Modelo operativo para la planeación, desarrollo, aprobación y publicación de contenidos digitales 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. PROPÓSITO DEL ENTREGABLE

Este documento describe una ruta de producción diseñada para sostener la estrategia de contenidos permanentes de la Secretaría. Su finalidad es ordenar el flujo entre áreas misionales, equipo de comunicaciones, validadores y responsables de publicación.

2. PROBLEMA QUE RESUELVE

En ausencia de una ruta clara, la producción de contenidos tiende a depender del afán operativo, la coyuntura o la disponibilidad ocasional de información. Esto afecta calidad, continuidad y oportunidad. La presente propuesta busca convertir la estrategia editorial en un proceso verificable y repetible.

3. FASES DE LA RUTA

3.1 IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN

El punto de partida debe ser una historia, una duda recurrente, una transformación visible o una necesidad estratégica. La priorización debe responder a la arquitectura editorial y no solo al impulso del día.

3.2 LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Se recomienda recoger contexto básico, dato verificable, testimonio, insumo visual y claridad sobre el programa o proceso involucrado. Sin esta base, el contenido tiende a volverse genérico.

3.3 Producción

La producción debe partir del formato más adecuado para el objetivo. No todo amerita video y no todo se resuelve con una pieza gráfica. La clave es elegir el recurso narrativo más eficaz.

3.4 Validación

La validación debe revisar exactitud, claridad, tono, pertinencia reputacional y alineación con la estrategia. Se recomienda evitar rondas excesivas de aprobación que enfrien o deformen la pieza.

3.5 Publicación y seguimiento

Una vez publicada la pieza, debe registrarse en el calendario y medirse con criterios mínimos de desempeño. El aprendizaje debe alimentar la planeación de la semana o del mes siguiente.

4. ROLES SUGERIDOS

- Área misional: aporta información, contexto y acceso a casos o territorio.
- Equipo editorial: define enfoque, prioridad y narrativa.
- Diseño o audiovisual: traduce la idea al formato.
- Validador técnico: confirma exactitud del contenido.
- Responsable digital: programa, publica y monitorea.

5. TIEMPOS RECOMENDADOS

- Planeación semanal: una vez por semana.
- Priorización de historias o piezas clave: con mínimo cinco días de anticipación.
- Validaciones: con criterios claros y tiempos definidos para evitar reprocesos.
- Monitoreo: revisión básica al cierre de cada semana.

6. CIERRE CONSULTIVO

Una estrategia editorial solo se vuelve sostenible cuando existe una ruta clara de producción. El modelo propuesto ayuda a reducir improvisación, aumentar consistencia y facilitar la articulación entre contenido, gestión y ciudadanía.