

ENTREGABLES CONSULTORÍA

MATRIZ DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE IMPACTO COMUNICACIONAL

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

Presento la presente matriz como instrumento de seguimiento y evaluación para medir el desempeño comunicacional de la Secretaría Distrital del Hábitat en coyunturas de alta sensibilidad pública. Su finalidad es permitir un monitoreo ordenado de la respuesta institucional, facilitar la toma de decisiones correctivas y dejar evidencia verificable del comportamiento del mensaje, la vocería y el entorno mediático.

2. USO RECOMENDADO

Esta matriz debe activarse una vez la entidad emita una respuesta pública relevante o cuando una controversia demande seguimiento intensivo. Puede diligenciarse por horas, por corte diario o por hitos, según el nivel de exposición del caso. Recomendando conservarla como anexo del expediente de soporte de la consultoría o de la gestión de comunicaciones.

3. INSTRUCCIONES DE DILIGENCIAMIENTO

- Registrar fecha y hora de corte.
- Consolidar información de medios, redes, monitoreo institucional y retroalimentación interna.
- Valorar cada indicador según evidencia concreta y no por percepción aislada.
- Documentar acciones correctivas cuando el resultado sea desfavorable o insuficiente.
- Anexar, cuando exista, piezas, enlaces, pantallazos o reportes de monitoreo que respalden la valoración.

4. MATRIZ GENERAL DE SEGUIMIENTO

Indicador	Qué mide	Fuente de verificación	Frecuencia sugerida	Semáforo / criterio	Hallazgo del corte	Acción correctiva / decisión
Alcance mediático	Número y relevancia de menciones en medios	Clipping, monitoreo de prensa, enlaces	Cada 6 horas o diario	Verde: cobertura equilibrada; Amarillo: limitada; Rojo: negativa dominante		
Tono de cubrimiento	Balance entre positivo, neutro y negativo	Análisis de notas, entrevistas y titulares	Cada corte	Verde: neutro/positivo predominante; Rojo: negativo predominante		
Replicación de mensaje clave	Si los medios y audiencias reproducen la tesis institucional	Notas, declaraciones, redes, entrevistas	Cada corte	Verde: mensaje instalado; Amarillo: parcial; Rojo: marco adverso domina		
Consistencia de vocería	Alineación entre alcalde, secretaria y equipo	Piezas emitidas, entrevistas, comunicados	Cada corte	Verde: sin contradicciones; Rojo: contradicciones visibles		
Precisión factual	Uso correcto de cifras, fechas y atributos	Cruce con fuentes oficiales y piezas emitidas	Antes y después de la emisión	Verde: sin observaciones; Rojo: dato objetado o incierto		
Comportamiento digital	Volumen, tono y tendencias en redes	Monitoreo de redes, interacciones, hashtags	Cada 2 a 4 horas	Verde: conversación controlada; Rojo: escalamiento o viralización adversa		
Reacción institucional	Preguntas o solicitudes de otros actores públicos	Correos, requerimientos, llamados de medios o entes	Diario	Verde: sin presión adicional; Rojo: aumento de requerimientos		
Necesidad de ajuste	Si la estrategia vigente sigue siendo suficiente	Análisis integral del corte	Cada cierre de jornada	Verde: sostener; Amarillo: ajustar; Rojo: reformular o escalar		

5. INDICADORES COMPLEMENTARIOS SUGERIDOS

- Tiempo de respuesta desde la activación hasta la emisión pública.
- Número de piezas emitidas por canal y por vocero.
- Preguntas críticas recibidas y porcentaje de respuesta efectiva.
- Correcciones o aclaraciones posteriores necesarias.
- Percepción de claridad del mensaje en medios clave.
- Evolución del encuadre: si la conversación se mantuvo en el marco institucional o fue capturada por el marco adversario.

6. CRITERIOS DE LECTURA DE RESULTADOS

- Un alto alcance no equivale a una buena respuesta si el tono es negativo o si domina el encuadre adverso.
- La mejor señal de eficacia es la combinación de precisión factual, consistencia de vocería y apropiación del mensaje clave.
- Cuando el semáforo de replicación de mensaje sea rojo, la entidad debe corregir narrativa antes de aumentar exposición.
- Cuando el semáforo de precisión factual sea rojo, la prioridad no es comunicar más, sino depurar y corregir el soporte.

7. APLICACIÓN PRÁCTICA AL CASO DE VIVIENDA

En la coyuntura de vivienda, esta matriz debe medir especialmente si el mensaje de integralidad logra instalarse por encima de la simplificación del debate.

El objetivo no es solo defender a la entidad, sino verificar si medios, audiencias y actores relevantes entienden que Bogotá responde a las necesidades de adquirir, arrendar, ahorrar y mejorar, y que el mejoramiento es una pieza importante, pero no la totalidad de la política pública.

8. RECOMENDACIÓN DE ARCHIVO Y CONTROL

Recomiendo que cada versión diligenciada de esta matriz se conserve con fecha, responsable y anexos de respaldo. En escenarios de auditoría o supervisión, este instrumento permite demostrar no solo que la entidad respondió, sino que hizo seguimiento, evaluó impacto y adoptó decisiones correctivas con base en evidencia.

9. CONCLUSIÓN

Esta matriz fortalece la capacidad de seguimiento de la Oficina Asesora de Comunicaciones y convierte la gestión reputacional en un proceso medible. Su uso sistemático aporta disciplina, trazabilidad y mejores decisiones en escenarios de alta sensibilidad pública.