

PRESENTACIÓN A DIRECCIÓN

Arquitectura editorial digital para redes sociales

De programas institucionales a secciones
permanentes, humanas y útiles para la ciudadanía.



Una estrategia para ordenar, humanizar y sostener la conversación digital

La propuesta convierte cada programa en una serie editorial reconocible, con una parrilla semanal estable y una línea de especiales para reputación institucional.

12

entregables de consultoría

10

programas convertidos en secciones

7

días con lógica editorial

4

capas narrativas

Resultado para dirección

Modelo editorial permanente, con secciones, frecuencia, formatos y métricas.

Programas

Secciones

Parrilla

Especiales

Medición

El desafío: comunicar gestión sin perder cercanía



Riesgo actual

- Publicar por programa puede fragmentar la conversación y hacerla sentir técnica.
- La ciudadanía no busca “oferta institucional”; busca resolver una necesidad concreta.
- Sin secciones permanentes, cada pieza compite sola y pierde memoria editorial.

Oportunidad estratégica

Convertir la gestión en relatos útiles: historias, servicio, transformación visible e informes especiales.

Principio rector: primero la persona, luego el programa



1. Vida cotidiana

Necesidades, búsquedas, barreras, decisiones y emociones de hogares y comunidades.

2. Acompañamiento

La Secretaría aparece como orientadora, facilitadora y garante de acceso a información útil.

3. Evidencia pública

Datos, avances, resultados y transformación territorial con contexto y claridad.

Fórmula recomendada

Historia → necesidad → solución → rol institucional → llamado a la acción

La arquitectura editorial se organiza en cuatro capas

1

Historias humanas

Personas, familias, cuidadores y comunidades como protagonistas.

2

Servicio útil

Guías, requisitos, respuestas, mitos y pasos claros.

3

Transformación visible

Territorio, antes/después, barrios y apropiación ciudadana.

4

Informes especiales

Profundidad, datos, contexto y reputación institucional.

Esta estructura evita que la comunicación dependa de la coyuntura y permite construir memoria de marca pública.

Secciones permanentes para acceso y sostenimiento de vivienda

Historias que sí abren puertas

Oferta Preferente · Testimonios de hogares que encuentran una oportunidad real.

La cuota que sí te deja respirar

Reduce tu Cuota · Alivio financiero explicado con casos, simulaciones y preguntas frecuentes.

Mi ahorro, mi comienzo

Ahorro para mi Casa · Retos, consejos y relatos de avance hacia la meta de vivienda.

Números claros, decisiones tranquilas

Educación e Inclusión Financiera · Pedagogía financiera en lenguaje ciudadano.

Un techo mientras llega el hogar

Arrendamiento Temporal Solidario · Acompañamiento temporal narrado desde protección y dignidad.

Volver a creer en comprar casa

Reactiva tu Compra · Confianza para retomar procesos de compra pausados.

Secciones permanentes para territorio, barrio y sostenibilidad



Tu casa mejora, tu vida también

Mejora tu Casa · Antes/después, bienestar, seguridad, accesibilidad y dignidad cotidiana.

Barrios que renacen

Revitaliza tu Barrio · Capítulos territoriales donde el cambio se cuenta desde vecinos y comunidad.

Vecinos que cuidan, barrios que florecen

Ecobarrios · Sostenibilidad como práctica ciudadana, liderazgo comunitario y apropiación.

El agua que cuida la ciudad

SUDS · Infraestructura explicada con impacto en resiliencia, ambiente y vida diaria.

Parrilla semanal base: estabilidad editorial con flexibilidad táctica



La semana queda balanceada: 2 historias humanas, 2 contenidos de servicio, 2 de territorio y 1 pieza de profundidad.

Martes de Barrio y Viernes de Revitalización se mantienen como hitos fijos de producción.

Ejemplo de una semana de contenidos

Día	Contenido propuesto	Formato
Lunes	Historia de una madre que retomó su proceso de compra.	Reel testimonial
Martes	Recorrido por un barrio intervenido con voz de vecinos.	Carrusel / reel
Miércoles	¿Qué debo tener claro antes de aplicar a Oferta Preferente?	FAQ visual
Jueves	4 conceptos financieros explicados sin enredos.	Carrusel pedagógico
Viernes	Antes y después de una intervención de revitalización.	Video en terreno
Sábado	Jornada institucional narrada desde comunidad.	Crónica visual
Domingo	Especial: mejorar vivienda, mejorar vida.	Informe editorial

Especiales e informes especiales

La línea premium para profundizar, ordenar resultados y construir reputación.

Hogares en primera persona

La historia humana más potente del mes.

Mensual

Así se vive el Hábitat

Recorrido audiovisual por territorio y gestión.

Quincenal

Radiografía del cambio

Resultados con datos + testimonios + contexto.

Mensual

Bogotá para Habitarla

Informe editorial de profundidad por tema estratégico.

Por coyuntura

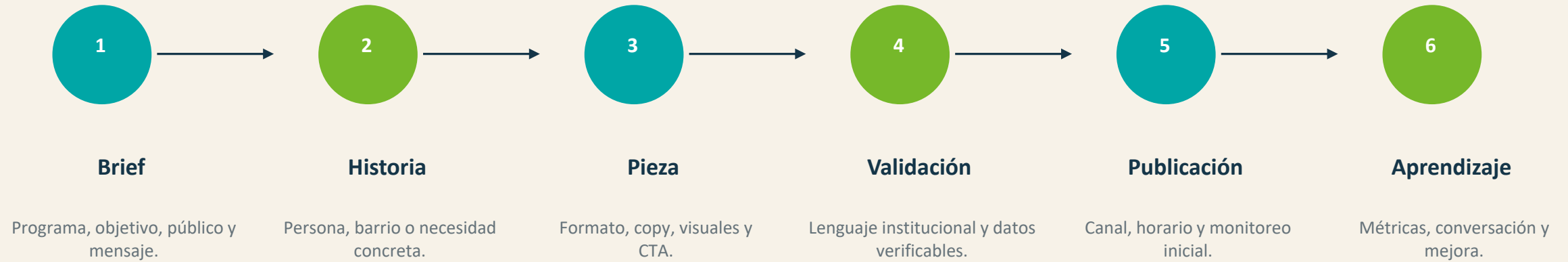
Clave: cada especial debe combinar relato humano, datos verificables, fotografía/video y CTA ciudadano.

Matriz de formatos por canal

Instagram / Facebook	X	TikTok	YouTube / Web
Reels, carruseles, historias, galerías	Hilos breves, datos + contexto, respuestas ciudadanas	Lenguaje simple, rostro humano, tomas en territorio	Crónicas, informes especiales, videos de profundidad
Uso prioritario	Uso prioritario	Uso prioritario	Uso prioritario
Alcance y conversación	Alcance y conversación	Humanización y profundidad	Humanización y profundidad

No se trata de publicar lo mismo en todos los canales, sino de traducir la misma narrativa al lenguaje de cada plataforma.

Ruta de producción de contenidos permanentes



Control editorial recomendado

Todo contenido debe tener: necesidad ciudadana clara, programa asociado, mensaje principal, evidencia disponible, formato definido y CTA.

Indicadores para evaluar desempeño editorial

Alcance útil

Personas alcanzadas, cobertura por canal, frecuencia.

Interacción

Comentarios, compartidos, guardados, respuestas a historias.

Comprensión

Clicks a requisitos, mensajes entrantes, reducción de dudas repetidas.

Reputación

Sentiment, menciones positivas, agenda de medios y conversación.

Conversión de servicio

Tráfico a trámites, registros, asistencia a jornadas.

Lectura correcta

El éxito no debe medirse solo por alcance. La estrategia debe demostrar utilidad, comprensión, reputación y avance ciudadano hacia servicios.

Implementación recomendada en tres fases

Fase 1

Ordenar

Activar portafolio de secciones, matriz de formatos y parrilla base.

0–30 días

Fase 2

Producir

Desarrollar banco de ideas, primeras historias y especiales piloto.

31–60 días

Fase 3

Optimizar

Ajustar según métricas, conversación ciudadana y resultados por canal.

61–90 días

Decisión recomendada

Aprobar la arquitectura editorial como modelo permanente de producción digital y activar la parrilla base como piloto de 90 días.

- Mantener Martes de Barrio y Viernes de Revitalización como columnas fijas.
- Aprobar las secciones por programa y los especiales mensuales.
- Medir desempeño desde utilidad, comprensión, reputación y conversación.



Primero la persona. Después el programa. Siempre la ciudad.