

MANUAL DE MENSAJES Y NARRATIVA INSTITUCIONAL

Bogotá D. C. | Mayo de 2026

PROPÓSITO ESTRATÉGICO

Unificar el relato institucional para que cada creador adapte el lenguaje a su comunidad sin alterar hechos, requisitos, alcances ni responsabilidades públicas.

1. ALCANCE Y PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN

Este manual es el marco editorial común para contenidos orgánicos, contratados, colaborativos o de cubrimiento producidos por influenciadores y amplificadores de la Ruta de la Vivienda. Su función es proteger la claridad del servicio, la coherencia institucional y la confianza ciudadana.

PRINCIPIO DE INTEGRIDAD

Regla rectora: la creatividad puede cambiar la forma; no puede cambiar los hechos, los requisitos, los plazos, las condiciones de acceso ni la naturaleza pública de la información.

1.1 PRINCIPIOS OBLIGATORIOS

- Utilidad primero: cada pieza debe ayudar a una persona a entender, prepararse, registrarse, asistir o continuar su ruta.
- Veracidad verificable: toda cifra, fecha, requisito y beneficio debe provenir de una fuente oficial vigente y quedar registrado en la ficha de aprobación.
- Lenguaje ciudadano: explicar sin tecnicismos innecesarios y sin infantilizar a la audiencia.
- No promesa: la asistencia, el registro o la interacción con un influenciador no garantizan subsidio, crédito, vivienda, cupo ni selección.
- Equidad narrativa: evitar presentar la vivienda solo como inversión; incluir hogar, seguridad, cuidado, arraigo y mejoramiento.
- Transparencia: identificar con claridad toda relación comercial, invitación o colaboración conforme a las reglas aplicables.
- Institucionalidad: la fuente de decisión y actualización es la Secretaría, no el creador.
- Accesibilidad: subtítulos, contraste, textos legibles, lenguaje inclusivo y alternativas para personas con barreras digitales.

1.2 QUÉ NO ES ESTE MANUAL

No es un guion único, una lista exhaustiva de preguntas frecuentes, un documento contractual ni una autorización automática de publicación. Cada pieza requiere verificación y aprobación según el flujo definido.

2. ARQUITECTURA NARRATIVA

2.1 IDEA RECTORA

IDEA CENTRAL
TU HOGAR NO EMPIEZA CON UNA PROMESA. EMPIEZA CON INFORMACIÓN CLARA Y UNA RUTA SEGURA.

La narrativa desplaza el foco desde la expectativa abstracta de “tener casa” hacia un primer paso concreto: conocer la opción institucional que corresponde al momento de cada hogar. Esto permite hablar de compra, ahorro, mejoramiento y apoyo de arriendo sin reducir la campaña a una oferta comercial.

2.2 CONCEPTO OPERATIVO PARA CONTENIDOS

CONCEPTO DE CAMPAÑA
EL PRIMER PASO ES SABER POR DÓNDE.

El concepto funciona como puente entre emoción y servicio. Reconoce que muchas personas desean mejorar su situación habitacional, pero enfrentan desinformación, miedo al trámite, barreras financieras o desconocimiento de las rutas disponibles.

2.3 PROMESA COMUNICACIONAL

La Secretaría acerca información, orientación y actores del ecosistema de vivienda para que cada persona pueda identificar su siguiente paso de manera informada. Esta es una promesa de orientación y acceso a información; no es una promesa de asignación.

2.4 TERRITORIO SIMBÓLICO

Territorio	Significado	Uso narrativo
Ruta	Proceso con etapas, decisiones y acompañamiento.	“Tu siguiente paso”, “prepara tu recorrido”, “encuentra la opción que aplica”.
Hogar	Bienestar, cuidado, estabilidad y proyecto de vida.	Historias de familias, jóvenes, cuidadores y hogares diversos.
Puerta	Oportunidad informada, no garantía.	“Abrir una conversación”, “conocer opciones”; evitar “puerta asegurada”.
Mapa	Claridad frente a la complejidad.	Explicadores, checklists, comparadores y recorridos.
Ciudad	Vivienda conectada con calidad de vida y Bogotá.	Territorio, servicios, barrios, movilidad y comunidad.

2.5 ARCO NARRATIVO

Momento	Pregunta ciudadana	Respuesta narrativa
Reconocimiento	“¿Esto también puede ser para mí?”	Hay rutas diferentes para momentos y necesidades diferentes.
Comprensión	“¿Por dónde empiezo?”	Empieza por informarte y reconocer tu situación.
Preparación	“¿Qué debo tener listo?”	Revisa requisitos y documentos en fuentes oficiales.
Acción	“¿Dónde me registro o asisto?”	Sigue el canal oficial y completa el paso indicado.
Continuidad	“¿Qué pasa después?”	La ruta continúa con orientación y seguimiento; no todos los procesos terminan en el evento.

3. CASA DE MENSAJES

MENSAJE PARAGUAS

Mensaje paraguas: Mi Casa en Bogotá: Tu Ruta al Hogar reúne información y opciones para que más hogares conozcan cuál puede ser su siguiente paso en vivienda.

Pilar	Desarrollo	Idea martillo
1. Una ruta para distintos momentos	No todos los hogares necesitan lo mismo: comprar, ahorrar, mejorar o buscar apoyo de arriendo requieren caminos diferentes.	“No existe una sola puerta de entrada.”
2. Información clara y segura	La decisión debe partir de fuentes oficiales, requisitos verificables y expectativas realistas.	“Infórmate antes de decidir.”
3. Prepararse también es avanzar	Organizar documentos, conocer capacidad financiera y resolver dudas son pasos valiosos.	“Tu ruta puede empezar hoy, aunque la compra no sea inmediata.”
4. Un ecosistema conectado	La Gran Feria articula actores del sector para facilitar orientación y comparación.	“Pregunta, compara y decide con información.”
5. Vivienda con sentido de hogar	La vivienda no es solo una transacción: es bienestar, seguridad, cuidado y ciudad.	“Detrás de cada decisión hay un proyecto de vida.”

3.1 EVIDENCIAS QUE SOSTIENEN LA NARRATIVA

Al corte de mayo de 2026, las fuentes oficiales informaron que la Gran Feria de Vivienda estaba prevista para el 2, 3 y 4 de julio de 2026, con participación anunciada de 29 constructoras, 12 entidades financieras y 5 cajas de compensación. Estos datos deben volver a verificarse antes de cada publicación. Fuentes: F03-F05.

USO SEGURO DE DATOS

Nunca convertir una cifra de oferta o participación en una garantía de acceso. “Habrá entidades para orientar” es válido; “allí te aprueban la vivienda” no lo es.

4. MENSAJES POR PÚBLICO

Público	Tensión	Mensaje prioritario	Acción esperada
Hogares que buscan comprar por primera vez	“No sé si puedo.”	Conoce opciones, requisitos y pasos antes de tomar una decisión.	Descubrir / registrarse
Jóvenes y parejas arrendatarias	“Comprar se ve lejano.”	Preparar finanzas y entender la ruta también es avanzar.	Guardar / compartir / consultar
Mujeres cuidadoras y jefas de hogar	“No tengo tiempo para trámites confusos.”	Información organizada y canales oficiales reducen incertidumbre.	Revisar ruta / preparar documentos
Trabajadores independientes	“Mis ingresos no son iguales cada mes.”	Infórmate sobre soportes, capacidad y alternativas; no te autoexcluyas.	Consultar entidad / asistir
Hogares interesados en mejoramiento	“La conversación siempre es sobre comprar.”	Mejorar la vivienda también hace parte del derecho a habitar mejor.	Identificar programa
Hogares con necesidad de apoyo de arriendo	“Necesito estabilidad ahora.”	La ruta incluye información sobre distintas soluciones habitacionales.	Consultar opción oficial
Personas con barreras digitales	“No puedo completar todo en línea.”	Busca canales de orientación y apoyo; el contenido debe mostrar alternativas disponibles.	Llamar / acudir a punto
Ciudadanía general / amplificadores	“¿Por qué esto importa?”	Una ciudad que orienta mejor sus opciones de vivienda fortalece hogares y barrios.	Amplificar información oficial

4.1 ADAPTACIÓN SIN ESTEREOTIPOS

- No asumir que todos los jóvenes son solteros, que todas las mujeres son madres o que todos los hogares tienen estructura tradicional.
- No asociar bajos ingresos con falta de responsabilidad o educación.
- No presentar la propiedad como única forma válida de estabilidad habitacional.
- No usar historias de vulnerabilidad como recurso emocional sin consentimiento y contexto.
- No mostrar a beneficiarios como receptores pasivos; destacar decisiones, preparación y agencia.

5. MENSAJES POR MOMENTO DE CAMPAÑA

Fase	Mensaje funcional	Gancho narrativo	CTA
Expectativa / descubrimiento	Hay rutas de vivienda que quizá no conoces.	¿Sabes cuál podría ser tu siguiente paso?	Explorar el canal oficial
Pedagogía	Antes de registrarte, identifica tu necesidad y revisa requisitos.	No todos los hogares empiezan en el mismo punto.	Guardar checklist
Inscripción	El registro se realiza únicamente por el canal oficial y dentro del plazo vigente.	Evita intermediarios y verifica el enlace.	Registrarse
Preparación	Organiza preguntas y documentos; asistir informado mejora la experiencia.	Llegar preparado también es avanzar.	Preparar recorrido
Cubrimiento	La feria es un espacio de orientación y encuentro con actores del ecosistema.	Pregunta, compara y toma nota.	Asistir / seguir cobertura
Resultados / continuidad	La ruta no termina con una publicación o un evento.	Consulta los siguientes pasos oficiales.	Continuar proceso

5.1 Regla de actualización de coyuntura

Los mensajes de inscripción, fecha, lugar, horario, requisitos y aforo no pueden reciclarse sin una nueva verificación. Toda pieza debe registrar “fuente, fecha y responsable de validación”.

6. TONALIDAD Y ESTILO

Debe ser	Cómo se ve	Debe evitar
Claro	Frases cortas, un concepto por pantalla, pasos numerados.	Jerga técnica, siglas sin explicar, exceso de texto.
Cercano	Preguntas reales, ejemplos cotidianos, empatía.	Paternalismo, diminutivos o condescendencia.
Esperanzador con rigor	Mostrar posibilidades y próximos pasos.	Promesas, triunfalismo o “casa garantizada”.
Útil	Checklists, comparaciones, mapas, enlaces oficiales.	Contenido ornamental sin acción concreta.
Institucional sin rigidez	Creador conserva su voz dentro de límites.	Lectura literal de boletines o tono burocrático.
Plural	Hogares diversos, distintas etapas y soluciones.	Un solo modelo de familia o éxito.

6.1 FÓRMULA RECOMENDADA PARA PIEZAS

Bloque	Función	Ejemplo
1. Gancho	Nombrar una duda o barrera.	“¿Quieres avanzar en vivienda, pero no sabes por dónde empezar?”
2. Valor	Dar una orientación concreta.	“Primero identifica si buscas comprar, mejorar o conocer apoyos.”
3. Precisión	Aclarar límites.	“Registrarte o asistir no garantiza un beneficio.”
4. Acción	Dirigir al canal oficial.	“Consulta requisitos y fechas en el enlace oficial de Hábitat Bogotá.”

7. LLAMADOS A LA ACCIÓN

Objetivo	CTA aprobado	Condición
Conocer	“Consulta la ruta oficial y reconoce cuál opción corresponde a tu necesidad.”	Incluir enlace o ruta de acceso validada.
Prepararse	“Guarda este checklist y verifica tus documentos.”	Checklist aprobado técnicamente.
Registrarse	“Regístrate únicamente en el canal oficial dentro del plazo informado.”	Fecha y enlace revalidados el día de publicación.
Asistir	“Revisa tu confirmación, horario y condiciones antes de desplazarte.”	No convocar sin control de aforo o protocolo.
Compartir	“Envíale esta información a alguien que esté buscando orientación.”	No usar cadenas o presión artificial.
Continuar	“Consulta los siguientes pasos en los canales oficiales.”	No prometer contacto individual si no está previsto.

PROHIBICIÓN

CTA no autorizado: “Escríbeme y yo te consigo el subsidio / crédito / vivienda”. El influenciador no actúa como intermediario, asesor financiero ni canal de asignación.

8. REGLAS DE PRECISIÓN Y LENGUAJE SEGURO

8.1 AFIRMACIONES QUE EXIGEN SOPORTE

Tipo de afirmación	Control mínimo	Ejemplo de reformulación segura
Fechas y horarios	Fuente oficial + fecha de verificación.	“Según la información oficial consultada hoy...”
Cupos / aforo	Confirmación operativa.	“La participación está sujeta a registro y condiciones vigentes.”
Subsidios / beneficios	Ficha técnica del programa.	“Puedes conocer si cumples requisitos”; no “te entregan”.
Crédito	Validación de cada entidad.	“La aprobación depende del análisis de la entidad financiera.”
Número de aliados	Confirmación del equipo organizador.	“Se ha anunciado la participación de...”
Casos reales	Consentimiento y validación documental.	“Esta experiencia corresponde a un caso particular.”
Costos / gratuidad	Confirmación institucional.	“Verifica en el canal oficial si existe algún costo aplicable.”

8.2 CLÁUSULAS DE PRECISIÓN SUGERIDAS

- “La información puede actualizarse; consulta siempre el canal oficial”
- “El cumplimiento de requisitos no equivale por sí solo a asignación”
- “La aprobación de crédito depende de la evaluación de la entidad financiera”
- “Las condiciones de cada programa pueden variar según la convocatoria”
- “Este contenido es informativo y no reemplaza la orientación oficial”

9. PALABRAS RECOMENDADAS, CONDICIONADAS Y PROHIBIDAS

Categoría	Expresiones	Regla
Recomendadas	orientación, ruta, opciones, siguiente paso, requisitos, canal oficial, preparación, comparar, hogar	Refuerzan servicio y agencia ciudadana.
Condicionadas	beneficio, subsidio, cupo, acceso, oportunidad, gratis, seleccionado	Solo con contexto, fuente y aclaración de condiciones.
Prohibidas	garantizado, aprobado seguro, te entregan casa, sin requisitos, subsidio para todos, yo te lo consigo, cupos ilimitados	Generan engaño, expectativa falsa o intermediación indebida.
Evitar por tono	pobrecitos, regalado, aprovecha antes de que se acabe, oportunidad única de tu vida	Paternalismo, presión o sensacionalismo.

9.1 TITULARES: ANTES Y DESPUÉS

No usar	Versión recomendada
“Consigue casa gratis con la Alcaldía”	“Conoce las rutas y requisitos para avanzar en vivienda en Bogotá.”
“Te aprueban el subsidio en la feria”	“En la feria podrás orientarte y conocer opciones; la asignación depende de requisitos y procesos.”
“Últimos cupos: corre”	“Consulta el plazo y las condiciones vigentes en el canal oficial.”
“Si arriendas, estás perdiendo plata”	“Arrendar, ahorrar, comprar o mejorar son decisiones que dependen de cada hogar.”
“La inversión que te hará rico”	“Compara condiciones y toma decisiones financieras informadas.”

10. APLICACIÓN POR ARQUETIPO DE INFLUENCIADOR

Arquetipo	Rol narrative	Temas adecuados	Límites
Experto en vivienda	Traducir procesos y alertar sobre errores.	Requisitos, documentos, comparación, seguridad jurídica.	No emitir concepto individual ni sustituir a la entidad.
Educador financiero	Preparar decisiones responsables.	Presupuesto, ahorro, capacidad, preguntas a entidades.	No prometer crédito ni recomendar producto específico sin control.
Familia / hogar	Conectar con proyecto de vida.	Estabilidad, cuidado, organización familiar, barreras de tiempo.	No explotar emocionalmente historias ni exponer menores.
Creador territorial	Acercar la información a localidades.	Canales, orientación, movilidad, accesibilidad.	No anunciar puntos no confirmados ni hablar por la Secretaría.
Cuenta de ciudad / agenda	Amplificar utilidad y convocatoria.	Qué, cuándo, cómo prepararse, servicio público.	No reducir el mensaje a entretenimiento o “plan del fin de semana”.
Beneficiario / testimonio	Humanizar una ruta real.	Aprendizajes, pasos, decisiones.	Caso particular no equivale a resultado general.

11. PROTOCOLO DE CORRECCIÓN EDITORIAL

11.1 ANTES DE PUBLICAR

- Verificar fuente, fecha, vigencia y responsable técnico.
- Revisar texto en pantalla, voz, caption, portada, enlaces y comentarios fijados.
- Confirmar identificación de colaboración o publicidad, cuando corresponda.
- Aplicar checklist de riesgos del Entregable 5.
- Conservar versión aprobada y evidencia de publicación.

11.2 ERROR DETECTADO DESPUÉS DE PUBLICAR

Nivel	Ejemplo	Respuesta
Menor	Ortografía sin cambio de sentido.	Corregir cuando sea posible y registrar.
Material	Fecha, requisito, enlace o cifra incorrecta.	Pausar amplificación, corregir o retirar, publicar aclaración visible y registrar incidente.
Crítico	Promesa de subsidio, fraude, discriminación, datos personales o contenido partidista.	Retiro inmediato, escalamiento a Comunicaciones/Jurídica/Despacho según protocolo, mensaje de corrección y preservación de evidencia.

11.3 MODELO BREVE DE CORRECCIÓN

TEXTO BASE

“Corrección: en la versión anterior se informó [dato incorrecto]. La información correcta, verificada en [fuente oficial] el [fecha], es [dato]. Consulta las condiciones completas en el canal oficial. Ofrecemos disculpas por la confusión”

12. MATRICES Y FORMATOS DE CONTROL

12.1 FICHA MAESTRA DE MENSAJE

Campo	Diligenciamiento
ID de mensaje	MM-__
Público prioritario	
Fase de campaña	
Objetivo	
Mensaje central	
Dato o afirmación verificable	
Fuente / enlace	
Fecha de verificación	
CTA	
Aclaración obligatoria	
Arquetipo de creador	
Responsable técnico	
Aprobación comunicaciones	
Observaciones / vigencia	

12.2 CHECKLIST EDITORIAL DE APROBACIÓN

Control	Sí	No	N/A	Evidencia / ajuste
¿La pieza resuelve una necesidad concreta?				
¿Datos y fechas tienen fuente vigente?				
¿Evita promesas y garantías?				
¿El CTA dirige al canal oficial?				
¿Identifica la colaboración cuando aplica?				
¿Incluye subtítulos y texto legible?				
¿No expone datos personales?				
¿Respeto diversidad y dignidad?				
¿Caption, video y portada dicen lo mismo?				
¿Existe versión final aprobada y archivada?				

12.3 MATRIZ DE CONSISTENCIA MULTICANAL

Pieza / canal	Mensaje central	Dato sensible	CTA	Fuente	Estado
Reel					
Historias					
Post institucional					
WhatsApp / mailing					
Pieza de cubrimiento					

REGISTRO DE FUENTES Y TRAZABILIDAD

Código	Fuente	Documento / recurso	Uso en el entregable
F01	Secretaría Distrital del Hábitat	Mi Casa en Bogotá: Tu Ruta al Hogar	Micrositio institucional vigente en mayo de 2026
F02	Secretaría Distrital del Hábitat	Programas del plan de vivienda Mi Casa en Bogotá	Oferta institucional y rutas de acceso
F03	Portal Bogotá	Tener casa propia en Bogotá ya no será un sueño	4 de mayo de 2026. Evento del 2 al 4 de julio; 29 constructoras, 12 entidades financieras y 5 cajas
F04	Portal Bogotá	La Ruta al Hogar avanza: apertura de convocatoria	20 de mayo de 2026. Apertura de inscripciones para la Gran Feria
F05	Portal Bogotá	Vence el plazo de inscripción para la Gran Feria	29 de mayo de 2026. Cierre de inscripciones el 1 de junio
F06	Superintendencia de Industria y Comercio	Guía de buenas prácticas en publicidad a través de influenciadores	Transparencia de la relación comercial y prevención de mensajes engañosos
F08	Consultoría	Entregable 1 - Informe técnico de evaluación estratégica	Línea base de conveniencia, vacíos y controles
F09	Consultoría	Entregable 2 - Matriz técnica de selección y priorización	Criterios, ponderaciones y puertas de habilitación
F10	Consultoría	Entregable 3 - Lista ampliada y curada de influenciadores	Arquitectura de perfiles y prioridades de verificación

ENLACES DE CONSULTA

F01 - Mi Casa en Bogotá: Tu Ruta al Hogar: <https://habitatbogota.gov.co/turutaalhogar/index.html>

F02 - Programas del plan de vivienda Mi Casa en Bogotá: <https://habitatbogota.gov.co/transparencia/tramites-servicios/mi-casa-en-bogota>

F03 - Tener casa propia en Bogotá ya no será un sueño: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/habitat/conoce-los-programas-para-acceder-vivienda-en-bogota-2026>

F04 - La Ruta al Hogar avanza: apertura de convocatoria: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/habitat/abierta-convocatoria-para-la-gran-feria-de-vivienda-en-bogota>

F05 - Vence el plazo de inscripción para la Gran Feria: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/habitat/inscripciones-para-la-gran-feria-de-vivienda-de-bogota-2026-fechas>

F06 - Guía de buenas prácticas en publicidad a través de influenciadores: <https://sedeelectronica.sic.gov.co/noticias/superindustria-expide-guia-de-buenas-practicas-en-la-publicidad-traves-de-influenciadores>

F08 - Informe técnico de evaluación estratégica: E1-IM-RVH-2026

F09 - Matriz técnica de selección y priorización: E2-MSP-RVH-2026

F10 - Lista ampliada y curada de influenciadores: E3-LAC-RVH-2026

REGLA DE ACTUALIZACIÓN

Las fechas, requisitos, cifras, enlaces, horarios, lugares, formatos de inscripción y condiciones de los programas son variables operativas. Antes de publicar o ejecutar, el responsable técnico deberá contrastar cada dato con el canal oficial vigente, registrar la fecha de verificación y conservar la evidencia utilizada.