

ARQUITECTURA DE CONTENIDOS DIGITALES

Bogotá D. C. | Mayo de 2026

PROPÓSITO ESTRATÉGICO

Ordenar mensajes, formatos, canales y secuencias para acompañar el recorrido ciudadano desde el descubrimiento hasta la continuidad, sin saturar ni duplicar contenidos.

1. PROPÓSITO Y CRITERIOS

La arquitectura de contenidos organiza el ecosistema para que cada pieza tenga una función y un siguiente paso. Evita que todos los influenciadores publiquen el mismo mensaje, reduce contradicciones y permite medir el aporte de cada activo.

PRINCIPIO DE SECUENCIA

La campaña no debe parecer una suma de publicaciones. Debe sentirse como una ruta: descubrir, entender, prepararse, actuar, asistir y continuar.

1.1 CRITERIOS DE DISEÑO

- Una pieza = una barrera principal + una acción principal.
- Cada activo se vincula a un público, etapa y fuente.
- Los contenidos de alto riesgo se producen con mayor anticipación.
- Los datos operativos caducan y deben retirarse o actualizarse.
- La cobertura no reemplaza la pedagogía previa.
- Los canales institucionales concentran la versión oficial; los creadores traducen y amplifican.
- La frecuencia se ajusta a utilidad y capacidad operativa, no a volumen por sí mismo.

1.2 Resultado esperado

Un portafolio trazable de activos que permita conducir audiencias cualificadas hacia canales oficiales, mejorar comprensión, facilitar la preparación para la Gran Feria y sostener la narrativa después del evento.

2. RECORRIDO DE CONTENIDOS

Etapa	Pregunta	Función editorial	Indicador principal
D1. Descubrir	“¿Esto tiene algo que ver conmigo?”	Reconocer necesidad y ruta.	Alcance pertinente, visualización inicial.
D2. Entender	“¿Qué opciones existen y qué significan?”	Aclarar conceptos y diferencias.	Retención, guardados, respuestas correctas.
D3. Prepararse	“¿Qué debo revisar o tener listo?”	Organizar preguntas, documentos y expectativas.	Descargas, guardados, checklist completado.
D4. Registrarse / actuar	“¿Cuál es el paso oficial?”	Derivar a canal vigente.	Clics, UTM, registros atribuibles.
D5. Asistir / interactuar	“¿Cómo aprovecho el evento?”	Orientar experiencia y preguntas.	Asistencia, vistas de cobertura, interacciones útiles.
D6. Continuar	“¿Qué sigue después?”	Mantener ruta y corregir expectativas.	Consultas cualificadas, retorno a canales.

2.1 REGLAS DE TRANSICIÓN

De	Hacia	Contenido puente
Descubrir	Entender	Test “¿en qué punto estás?” + explicación de rutas.
Entender	Prepararse	Checklist o mito/verdad con fuente.
Prepararse	Actuar	Tutorial de canal oficial y condiciones.
Actuar	Asistir	Confirmación, agenda práctica y preguntas.
Asistir	Continuar	Resumen, próximos pasos y canales.

3. PILARES Y SERIES EDITORIALES

Pilar	Función	Series sugeridas
P1. Encuentra tu ruta	Diferenciar compra, ahorro, mejoramiento y apoyo de arriendo.	¿En qué punto estás? / Tu siguiente paso
P2. Vivienda sin enredos	Traducir conceptos, requisitos y procesos.	Diccionario de vivienda / 60 segundos para entender
P3. Prepárate mejor	Checklist financiero, documental y de preguntas.	Antes de ir / Guarda esta lista
P4. Decide con información	Comparación, seguridad y prevención de fraude.	Pregunta esto / Señales de alerta
P5. Historias de hogar	Conectar con vida cotidiana y diversidad.	Lo que cambió / Una decisión a la vez
P6. Bogotá te orienta	Mostrar canales, actores, fechas y experiencia.	Ruta en vivo / Guía de la feria

3.1 BALANCE EDITORIAL RECOMENDADO

Tipo	Proporción orientativa	Finalidad
Pedagogía y preparación	40 %	Comprensión y reducción de barreras.
Convocatoria y servicio	25 %	Acción y acceso a canales.
Historias y conexión	20 %	Confianza y relevancia humana.
Seguridad / prevención	10 %	Evitar fraude, promesas y errores.
Resultados / continuidad	5 %	Rendición narrativa y siguientes pasos.

USO DE LA MEZCLA

Las proporciones son una guía de equilibrio, no una cuota contractual. Deben ajustarse con datos de desempeño, cambios operativos y capacidad de respuesta.

4. FUNCIÓN DE CANALES

Canal	Función principal	Formatos	No debe usarse para
Instagram / Facebook institucional	Versión oficial, archivo y servicio.	Reels, carruseles, historias, live aprobado.	Improvisar respuestas técnicas.
Instagram / TikTok de creadores	Traducción, alcance y conversación.	Vídeo corto, historias, duetos, POV.	Capturar datos o prometer atención.
YouTube	Profundidad y búsqueda.	Explicadores, entrevistas, recorridos.	Datos operativos sin actualización.
X	Actualización, vocería y aclaración.	Hilos, alertas, datos, enlaces.	Desarrollar procesos complejos sin soporte.
WhatsApp institucional	Recordatorio y servicio dirigido.	Piezas livianas, enlace, checklist.	Cadenas no verificadas o bases sin autorización.
Web / landing	Fuente central y conversión.	Información, formulario, preguntas.	Mensajes ambiguos o desactualizados.
Prensa / aliados	Amplificación y legitimidad.	Notas, entrevistas, piezas compartibles.	Reemplazar el canal oficial.

4.1 REGLA DE CENTRO Y SATÉLITES

El sitio o canal oficial es el centro de verdad. Las piezas de influenciadores son satélites que atraen, explican y remiten. Cuando la información cambia, se actualiza primero el centro y luego los satélites.

5. INVENTARIO MAESTRO DE ACTIVOS

ID	Activo	Etap	Pilar	Formato	Público	CTA
C01	Test: “¿Cuál es tu siguiente paso?”	D1	P1	Historias / carrusel	P1-P8	Descubrir
C02	Video manifiesto “El primer paso...”	D1	P5	Reel	P8	Explorar
C03	Mapa de rutas habitacionales	D2	P1	Carrusel / animación	P1-P7	Guardar
C04	Diccionario: subsidio, crédito, cierre	D2	P2	Serie de reels	P1-P4	Guardar
C05	Mito o verdad: asistir no garantiza	D2	P4	Reel / historia	P1-P8	Consultar
C06	Checklist de preguntas a entidades	D3	P3	Carrusel / PDF liviano	P1-P4	Guardar
C07	Checklist documental general	D3	P3	Carrusel	P1-P7	Verificar
C08	Presupuesto sin autoexcluirse	D3	P3	Reel financiero	P2-P4	Consultar
C09	Cómo reconocer el canal oficial	D3	P4	Video corto	P1-P8	Compartir
C10	Tutorial de registro	D4	P6	Captura de pantalla	P1-P7	Registrarse
C11	Recordatorio de plazo	D4	P6	Historias	P1-P7	Registrarse
C12	Qué llevar / qué preguntar	D5	P3	Carrusel / reel	P1-P7	Prepararse
C13	Guía práctica de llegada	D5	P6	Historias / mapa	P1-P7	Asistir
C14	Recorrido: así funciona la feria	D5	P6	Reel en sitio	P1-P8	Orientarse
C15	Entrevista con experto	D5	P2	Video breve	P1-P7	Entender
C16	Preguntas ciudadanas resueltas	D5	P2	Historias / reel	P1-P7	Consultar
C17	Historia de hogar con consentimiento	D5	P5	Video / fotografía	P1-P8	Compartir
C18	Alerta de prevención de fraude	D3-D5	P4	Reel / carrusel	P1-P8	Verificar
C19	Resumen del día	D5	P6	Reel / historias	P8	Seguir
C20	Qué sigue después	D6	P6	Carrusel / video	P1-P7	Continuar
C21	Aprendizajes y dudas frecuentes	D6	P2	Carrusel	P1-P8	Guardar
C22	Resultados institucionales validados	D6	P6	Pieza de balance	P8	Conocer

5.1 PRIORIDAD DE PRODUCCIÓN

Nivel	Activos	Criterio
Esenciales	C03, C05-C07, C09-C13, C18, C20	Resuelven acceso, preparación y seguridad.
De amplificación	C01, C02, C04, C08, C14-C17, C19	Aumentan alcance y comprensión.
De cierre	C21-C22	Sostienen continuidad y rendición narrativa.

6. SECUENCIA TEMPORAL DE REFERENCIA

El siguiente calendario parte de los hitos publicados oficialmente en mayo de 2026: inscripción anunciada entre el 20 de mayo y el 1 de junio y Gran FERIA prevista para el 2, 3 y 4 de julio. Toda fecha debe revalidarse antes de ejecutar.

Ventana	Foco	Activos	Resultado
4-19 mayo	Descubrimiento y pedagogía	C01-C05, C09	Instalar la ruta y prevenir expectativas.
20 mayo-1 junio	Registro	C06-C11, C18	Convertir con información y canal oficial.
2-15 junio	Seguimiento y preparación temprana	C04, C06-C09	Resolver dudas y organizar expectativas.
16 junio-1 julio	Preparación para feria	C12-C13, C15, C18	Ayudar a aprovechar el evento.
2-4 julio	Cubrimiento	C14-C19	Orientar, mostrar servicio y responder.
5-17 julio	Continuidad	C20-C22	Explicar siguientes pasos y resultados.

6.1 CADENCIA DE REFERENCIA

Momento	Cuenta institucional	Influenciadores	Control
Pedagogía	2-4 activos semanales según capacidad.	Activaciones escalonadas, no simultáneas.	Evitar repetición de ganchos.
Registro	Actualización frecuente y servicio.	Recordatorios diferenciados por público.	Verificar vigencia cada día.
Preparación	Guías y respuestas.	Piezas de checklist / expectativa.	Coordinar con operación.
Evento	Cobertura en tiempo real + cierres.	Itinerarios y ventanas asignadas.	Sala de comando.
Posterior	Resumen y continuidad.	Una pieza de aprendizaje por perfil clave.	No publicar cifras no consolidadas.

7. DISTRIBUCIÓN POR PÚBLICOS Y ARQUETIPOS

Público	Activos prioritarios	Arquetipos idóneos
P1 Compradores primerizos	C03-C07, C10, C12, C15, C20	Vivienda, finanzas, cuenta de ciudad.
P2 Jóvenes / parejas	C01, C03, C08, C12, C17	Finanzas, lifestyle, hogar.
P3 Mujeres cuidadoras	C06-C07, C12-C13, C17, C20	Familia, hogar, territorial.
P4 Independientes	C04, C06, C08, C15	Finanzas, vivienda.
P5 Mejoramiento	C01, C03, C15, C17, C20	Territorial, hogar, experto.
P6 Apoyo de arriendo	C01, C03, C15, C20	Territorial, servicio, familia.
P7 Barreras digitales	C09-C10, C13, C16, C20	Territorial, cuenta de ciudad.
P8 Ciudadanía / amplificadores	C02, C05, C14, C17, C19, C22	Cuenta de ciudad, institucional.

7.1 REGLA DE PORTAFOLIO

Una misma audiencia no debe recibir el mismo libreto desde múltiples perfiles. La coordinación asignará ángulos complementarios: uno explica, otro conecta, otro moviliza y otro cubre.

8. REUTILIZACIÓN Y MODULARIDAD

8.1 SISTEMA DE CONTENIDO MADRE

Contenido madre	Derivados posibles	Condición
Video explicador de 60-90 s	3 clips, carrusel, historias, audio corto.	No separar aclaraciones esenciales.
Entrevista técnica	Reel, citas, FAQ, nota web.	Validar cada extracto en contexto.
Recorrido de feria	Historias, mapa, reel resumen.	Ocultar datos personales y respetar zonas.
Checklist	Carrusel, PDF, WhatsApp, story.	Mantener versión y fecha.
Historia ciudadana	Video, fotografía, cita.	Consentimiento por usos y vigencia.

8.2 REGLAS DE ADAPTACIÓN

- No cortar una cláusula de precisión para reducir duración.
- Actualizar fechas y enlaces en todos los derivados.
- Preservar identificación comercial en cada plataforma aplicable.
- No reutilizar testimonios fuera del alcance autorizado.
- Mantener ID de activo y versión para trazabilidad.

9. MODERACIÓN, ACCESIBILIDAD Y CADUCIDAD

9.1 MODERACIÓN POR TIPO DE COMENTARIO

Comentario	Respuesta / acción	Escalamiento
Pregunta general	Respuesta aprobada + canal oficial.	No necesario, salvo duda técnica.
Caso individual	No pedir datos; dirigir a canal seguro.	Servicio a la Ciudadanía.
Información falsa	Corregir con fuente visible.	Comunicaciones si escala.
Amenaza / discriminación	Ocultar/reportar según política, conservar evidencia.	Seguridad / Jurídica.
Denuncia de fraude	No validar públicamente; orientar y escalar.	Jurídica / atención.
Crítica política	Responder con hechos cuando proceda; no confrontar.	Comunicaciones / Despacho.

9.2 ACCESIBILIDAD

- Subtítulos revisados en todos los videos con voz.
- Contraste suficiente y tipografía legible.
- Alternativas textuales para información visual esencial.
- Lenguaje claro y velocidad de lectura adecuada.
- No depender solo de stickers interactivos para información crítica.

9.3 CADUCIDAD

Contenido	Revisión / retiro
Fecha, plazo, horario, enlace	Revisión el día de publicación; retiro o actualización al vencer.
Tutorial de formulario	Revisión ante cualquier cambio de interfaz.
Requisitos de programa	Revisión por convocatoria o actualización normativa.
Resultados / cifras	Publicar solo después de consolidación y aprobación.
Contenido evergreen	Revisión trimestral o al cambiar la oferta.

10. MEDICIÓN Y ATRIBUCIÓN

Nivel	Pregunta	Indicadores
Exposición	¿Llegó a público pertinente?	Alcance, frecuencia, ubicación, demografía disponible.
Atención	¿Se consumió?	Retención, finalización, tiempo de visualización.
Utilidad	¿Ayudó?	Guardados, compartidos, respuestas, comentarios cualitativos.
Acción	¿Movilizó?	Clics, UTM, QR, registros o visitas atribuibles.
Servicio	¿Mejóro la experiencia?	Tipo de preguntas, reducción de errores, satisfacción.
Reputación	¿Protegió confianza?	Sentimiento, correcciones, incidentes, tiempo de respuesta.

10.1 NOMENCLATURA DE ATRIBUCIÓN

Cada enlace o código deberá identificar campaña, creador, activo, fase y fecha. Ejemplo lógico: `utm_source=creador&utm_medium=influencer&utm_campaign=ruta_hogar_2026&utm_content=C10`. La estructura final debe aprobarla el responsable digital.

10.2 LECTURA RESPONSABLE

El alcance no equivale a conversión; los clics no equivalen a elegibilidad; el registro no equivale a asignación. El informe debe separar cada nivel del embudo.

11. GOBERNANZA EDITORIAL

Rol	Responsabilidad
Dirección / Despacho	Orientación estratégica y decisiones de alta sensibilidad.
Comunicaciones	Arquitectura editorial, aprobación y coordinación de campaña.
Área técnica	Verificación de programas, requisitos y datos.
Digital / analítica	Calendario, publicación, UTM, monitoreo y reporte.
Jurídica / contratación	Condiciones, derechos, transparencia y contingencias.
Servicio a la Ciudadanía	Rutas de atención y escalamiento de casos.
Influenciador / agencia	Producción fiel, publicación, moderación y evidencia.
Operación del evento	Datos logísticos y autorización de cobertura.

11.1 REUNIÓN EDITORIAL MÍNIMA

- Revisión de calendario y cambios operativos.
- Estado de activos y aprobaciones.
- Preguntas emergentes y desinformación.
- Rendimiento por etapa, no solo por perfil.
- Decisión sobre reforzar, pausar, corregir o retirar.

12. FORMATOS EDITABLES

12.1 FICHA DE ACTIVO

Campo	Registro
ID / versión	
Título / gancho	
Etapas / pilar	
Público / arquetipo	
Objetivo / CTA	
Formato / canal / duración	
Mensaje y aclaración	
Fuente / fecha de verificación	
Fecha de producción / publicación / retiro	
Responsables / aprobaciones	
UTM / código de atribución	
Métricas y aprendizajes	

12.2 CALENDARIO SEMANAL

Fecha	ID	Canal / creador	Público	Etapas	Mensaje	CTA	Estado

12.3 CONTROL DE DUPLICACIÓN

Activo	Público	Gancho	Creador	Solapamiento detectado	Ajuste

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
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>

F10 - Entregable 3 - 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.