

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA PARRILLA DE CONTENIDOS DE PREVENCIÓN, ARRENDAMIENTO Y CONTROL DE ENAJENACIÓN

Evaluación de frases gráficas, copies y capacidad de enganche ciudadano

Entidad	Secretaría Distrital del Hábitat de Bogotá
Área de aplicación	Comunicación estratégica y contenidos digitales
Consultor	Juan Manuel Caicedo
Fecha	Mayo de 2026
Versión	1.0 · Documento final

Propósito del documento
Dejar trazabilidad técnica del análisis realizado, sus hallazgos, riesgos y recomendaciones, y ofrecer una propuesta aplicable por el equipo de comunicaciones.

1. FICHA DE CONTROL Y ALCANCE

Fuente primaria	Documento “Parrilla Dirección de Prevención, Arrendamiento y Control de Enajenación”.
Alcance	Se analizaron seis contenidos sobre polígonos de monitoreo, actividades de control, equipo antiocupación, enajenación de vivienda, arrendadores y prevención de engaños.
Metodología	Revisión cualitativa de claridad, jerarquía del mensaje, lenguaje ciudadano, gancho inicial, llamado a la acción, riesgos reputacionales y capacidad de conversión.
Criterio de calidad	El contenido debe poder entenderse sin conocimientos previos, comunicar un beneficio concreto y orientar una acción verificable.

2. RESUMEN EJECUTIVO

La parrilla contiene información relevante y jurídicamente útil, pero está redactada principalmente desde la función institucional. Para redes sociales, la prioridad debe ser traducir cada tema a un riesgo, beneficio o decisión concreta para la ciudadanía. La reiteración de “¿Sabías que...?” reduce diferenciación y fuerza de entrada. El contenido debe decir, en los primeros segundos, por qué le importa a la persona y qué debe hacer.

Conclusión principal

La campaña debe pasar de “esto es lo que hace la entidad” a “esto es lo que la entidad ayuda a evitar o resolver en la vida de la gente”.

3. HALLAZGOS TRANSVERSALES

Hallazgo	Implicación
Lenguaje técnico	Términos como “polígono de monitoreo”, “enajenador”, “matrícula de arrendador” y “ocupación por vías de hecho” requieren traducción inmediata.
Gancho débil	La fórmula “¿Sabías que...?” informa, pero no siempre detiene el desplazamiento ni instala un beneficio.
Exceso de institucionalidad	Los copies enumeran funciones internas, pero en varios casos no explican qué gana o evita el ciudadano.
CTA insuficiente	Faltan acciones directas: verificar, consultar, denunciar, revisar requisitos o no entregar dinero sin confirmar.
Oportunidad narrative	“Que no te pinten casas en el aire” es la idea más memorable y puede convertirse en sombrilla pedagógica.

4. EVALUACIÓN POR CONTENIDO

Tema	Diagnóstico	Propuesta de frase gráfica
Polígonos de monitoreo	El dato “282” no explica su utilidad.	“No todo terreno sirve para construir vivienda. En Bogotá monitoreamos 282 zonas para prevenir riesgos y urbanismo ilegal”
Actividades de monitoreo	Enumera tareas internas sin beneficio visible.	“Vigilamos el territorio para que Bogotá crezca en orden y las familias no construyan en zonas no aptas”
Equipo antiocupación	Puede sonar policivo si no se explica el propósito.	“Prevenir ocupaciones ilegales también es proteger vidas y evitar que familias lleguen a zonas de riesgo”
Enajenadores	La definición legal es poco cotidiana.	“Antes de comprar vivienda, verifica quién te está vendiendo”
Arrendadores	La regulación se comunica sin explicar su utilidad.	“Si vives en arriendo, esta vigilancia también protege tus derechos”
Casas en el aire	Es la frase con mayor recordación y potencial pedagógico.	“Que no te pinten casas en el aire. Antes de entregar tu dinero, verifica”

5. PROPUESTA DE ARQUITECTURA DE MENSAJE

- Abrir con una preocupación reconocible: dinero, seguridad, vivienda o derechos.
- Explicar el beneficio institucional en una frase de lenguaje ciudadano.
- Agregar el dato técnico únicamente como respaldo, no como titular.
- Cerrar con una acción verificable: consulta, verifica, denuncia o infórmate.

Fórmula recomendada

Riesgo o necesidad + respuesta institucional + acción ciudadana.

6. COPIES OPTIMIZADOS

Línea	Copy sugerido
Compra de lote	Antes de comprar un lote o construir, verifica que el terreno sea seguro y permitido. La Secretaría monitorea zonas con restricciones urbanísticas, ambientales o de riesgo para prevenir urbanismo ilegal. No arriesgues tus ahorros.
Compra de vivienda	Comprar vivienda es una decisión de vida. Antes de separar o entregar dinero, verifica quién vende y qué respaldo tiene. No compres a ciegas.
Arriendo	Quienes administran cinco o más inmuebles deben cumplir requisitos y estar bajo seguimiento. Antes de arrendar, infórmate y conoce tus derechos.
Prevención de engaños	Hay promesas de vivienda que pueden terminar en pérdidas y problemas legales. Antes de entregar tu plata, verifica. Que no te pinten casas en el aire.

7. RECOMENDACIONES DE PRODUCCIÓN Y MEDICIÓN

- Usar una sola idea por pieza y máximo dos niveles de lectura.
- Priorizar titulares de cinco a nueve palabras y verbos de acción.
- Incluir rostros, situaciones reales o evidencia territorial, no solo íconos institucionales.
- Medir alcance, porcentaje de lectura o reproducción, compartidos, guardados, clics y preguntas recibidas.
- Comparar cada publicación con la mediana de los últimos diez contenidos del mismo formato, en lugar de usar metas aisladas sin línea base.

8. CONCLUSIÓN

La parrilla puede ganar claridad, recordación y utilidad pública si reemplaza definiciones administrativas por mensajes que protejan el patrimonio, la seguridad y los derechos de las familias. La idea “Que no te pinten casas en el aire” ofrece el mejor territorio creativo para unificar la campaña.