

MATRIZ TÉCNICA DE EVALUACIÓN, SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN DE INFLUENCIADORES

Entidad	Secretaría Distrital del Hábitat de Bogotá
Fecha del entregable	Mayo de 2026
Consultor	Juan Manuel Caicedo
Clasificación	Uso institucional – Instrumento técnico para decisión

Propósito del documento

Establecer un instrumento objetivo, trazable y reproducible para comparar perfiles, habilitar o descartar candidatos, priorizar funciones dentro de la campaña y sustentar cualquier recomendación de vinculación. La matriz no reemplaza la debida diligencia reputacional, jurídica, contractual ni financiera.

1. RESUMEN EJECUTIVO

La Ruta al Hogar reúne programas y momentos comunicacionales diferentes: ahorro, adquisición, cierre financiero, mejoramiento, arrendamiento y la Gran Feria de Vivienda. La Secretaría informó en mayo de 2026 que la Feria se realizaría del 2 al 4 de julio y reuniría constructoras, entidades financieras y cajas de compensación; por tanto, la selección de influenciadores debe responder a objetivos concretos de descubrimiento, pedagogía, registro, asistencia y orientación ciudadana, no únicamente a volumen de seguidores.

El directorio recibido permite reconocer afinidad temática, pero no contiene analítica suficiente para comparar desempeño, audiencia en Bogotá, autenticidad, eficiencia económica o capacidad de conversión. La matriz propuesta separa dos decisiones: primero, si el perfil puede ser habilitado; segundo, si, contando con evidencia suficiente, merece prioridad frente a otras opciones.

El modelo asigna 100 puntos distribuidos en ocho dimensiones y agrega un Índice de Confianza de Evidencia. Un perfil con puntaje alto pero evidencia insuficiente no puede pasar a lista corta. Asimismo, existen causales de suspensión o exclusión que prevalecen sobre cualquier resultado numérico.

Elemento	Decisión propuesta
Habilitación	Cumplimiento de requisitos mínimos y ausencia de alertas críticas.
Puntaje técnico	Escala de 0 a 100 con ocho dimensiones ponderadas.
Confianza de evidencia	Porcentaje de variables respaldadas y vigentes.
Lista corta	Puntaje técnico ≥ 80 y confianza ≥ 80 %, sin causal de exclusión.
Reserva	Puntaje 70-79 y confianza ≥ 70 %, o perfil táctico de nicho.
Pendiente	Buen encaje, pero evidencia insuficiente o dato crítico sin aclarar.
No priorizar	Puntaje < 70 , costo ineficiente, baja pertinencia o riesgo no mitigable.

2. OBJETO, ALCANCE Y LÍMITES

2.1. Objeto

Diseñar una herramienta homogénea para valorar, comparar y priorizar influenciadores que puedan apoyar la comunicación de Mi Casa en Bogotá: Tu Ruta al Hogar y la Gran Feria de Vivienda 2026, con criterios defendibles ante revisión interna, control contractual o auditoría.

2.2. Alcance

- Define puertas de habilitación y causales de suspensión.
- Establece criterios, pesos, escalas, fórmulas y umbrales de decisión.
- Determina evidencia mínima, fecha de corte y responsables de validación.
- Clasifica roles comunicacionales y evita que todos los perfiles cumplan la misma función.
- Aplica un prechequeo al directorio recibido, sin convertirlo en decisión contractual.
- Incluye formatos para ficha individual, acta de comité y registro de soportes.

2.3. Exclusiones

- No reemplaza el estudio reputacional y de conflictos de interés.
- No valida tarifas, disponibilidad ni capacidad jurídica para contratar.
- No certifica seguidores, alcance, ubicación o conversiones.
- No autoriza contacto, negociación, producción o publicación.

- No define por sí sola el mecanismo contractual ni la disponibilidad presupuestal.
- No otorga ventajas a un perfil por haber sido incluido en el directorio inicial.

Principio de prudencia

La ausencia de información no se interpreta a favor del candidato. Se registra como “no disponible” y reduce el nivel de confianza, pero no debe rellenarse mediante supuestos.

3. Arquitectura de decisión alineada con la Ruta al Hogar

La matriz se construye sobre la mezcla estratégica que incluye a la autoridad técnica, familia y hogar, microcreadores territoriales y amplificadores de ciudad. Cada perfil debe ser evaluado para un rol específico, porque un creador útil para explicar crédito no necesariamente es el más eficiente para convocar familias o movilizar una localidad.

Rol	Objetivo principal	Contenido esperado	Indicador dominante
R1. Descubrimiento	Aumentar conocimiento de la Ruta y la Feria.	Piezas de alto alcance, agenda de ciudad, llamados claros.	Alcance útil en Bogotá.
R2. Pedagogía	Explicar programas, requisitos y pasos.	Reels explicativos, carruseles, preguntas frecuentes, lives.	Retención, guardados y comprensión.
R3. Consideración	Ayudar a decidir y prepararse.	Ahorro, perfil financiero, documentos, mitos y barreras.	Interacción cualitativa y clics.
R4. Conversión	Llevar a inscripción, consulta o asistencia.	CTA medible, historias con enlace, recordatorios.	Clics, registros atribuibles y asistencia.
R5. Territorio	Generar confianza y movilización local.	Lenguaje cercano, ubicación, rutas, testimonios.	Participación por localidad.
R6. Protección	Prevenir fraudes y errores jurídicos.	Alertas, gratuidad, canales oficiales, contratos.	Reducción de dudas y desinformación.

Un mismo influenciador puede desempeñar máximo dos roles principales dentro del plan. Esta restricción evita sobrecargar perfiles, repetir formatos y atribuirles capacidades que no están demostradas.

4. GOBIERNO Y RESPONSABILIDADES

La evaluación debe realizarse mediante comité o revisión colegiada. Para disminuir sesgos, se recomienda que el puntaje técnico sea emitido por al menos tres personas y que la propuesta económica se valore después de cerrar la evaluación de pertinencia y evidencia.

Actor	Responsabilidad mínima	Evidencia de actuación
Comunicaciones	Define objetivo, rol, audiencia, tono y entregables.	Brief, ficha y concepto de pertinencia.
Equipo técnico de vivienda	Valida requisitos, cifras, programas y mensajes.	Visto bueno técnico fechado.
Analítica digital	Revisa métricas, geografía, interacción, fraude e instrumentos de atribución.	Reporte comparativo y capturas.
Jurídica/contractual	Revisa modalidad, obligaciones, transparencia, derechos y causales de incumplimiento.	Concepto o lista de verificación.
Gestión reputacional	Identifica alertas públicas y condiciones de mitigación.	Semáforo reputacional independiente.
Comité decisor	Aprueba lista corta y deja motivación de la decisión.	Acta firmada y matriz congelada.

Separación de funciones

Quien negocie la tarifa no debería ser la única persona que califique la pertinencia técnica. La separación entre evaluación, negociación y aprobación reduce riesgos de favoritismo y facilita la trazabilidad.

5. PUERTAS DE HABILITACIÓN

Las puertas de habilitación son requisitos previos al puntaje. Si un perfil no supera una puerta obligatoria, no debe ser comparado económicamente ni incorporado a la lista corta hasta subsanar la condición.

Código	Puerta	Condición de aprobación	Resultado posible	Responsable sugerido
G1	Identidad y titularidad	Nombre, cuenta oficial, titular o representante y contacto verificables.	Cumple / subsanar / no cumple	Comunicaciones
G2	Analítica mínima	Media kit y analítica reciente, con fecha de corte y capturas de plataforma.	Cumple / incompleto	Analítica digital
G3	Audiencia pertinente	Evidencia de ubicación, edad e intereses compatibles con el público asignado.	Cumple / no demostrada	Analítica digital
G4	Integridad y conflictos	Declaración de relaciones con constructoras, financiadores, campañas o intermediarios.	Sin alerta / condicionada / incompatible	Reputación + Jurídica
G5	Transparencia publicitaria	Acepta identificar la colaboración y diferenciarla de una recomendación espontánea.[5]	Acepta / rechaza	Jurídica
G6	Control editorial	Acepta brief, aprobación previa, corrección, retiro y uso exclusivo de fuentes oficiales.	Acepta / condiciona / rechaza	Comunicaciones
G7	Protección al ciudadano	No promete subsidio, crédito, cupo, selección ni trámite preferente.	Cumple / alerta crítica	Técnica + Jurídica

Código	Puerta	Condición de aprobación	Resultado posible	Responsable sugerido
G8	Capacidad operativa	Disponibilidad, formato, tiempos, derechos de uso, reporte y documentación contractual.	Cumple / parcial	Contractual
G9	Costo comparable	Cotización desagregada y condiciones equivalentes entre candidatos.	Comparable / no comparable	Contractual + Analítica

5.1. Causales de suspensión o exclusión

Causal	Tratamiento
Dato de alcance materialmente inconsistente o imposible de aclarar	Suspender evaluación hasta corrección documental.
Negativa a compartir analítica o a permitir verificación	No habilitar.
Promesa de asignación de subsidio, crédito o cupo	Excluir o exigir rectificación previa, según gravedad.
Captura directa de datos ciudadanos sin autorización institucional	Excluir del flujo y escalar a Jurídica/protección de datos.
Conflicto de interés no declarado	Suspender y realizar verificación independiente.
Contenido discriminatorio, fraudulento o incompatible con el servicio público	No priorizar; remitir a debida diligencia.
Negativa a identificar la naturaleza publicitaria o institucional	No habilitar.

Causal	Tratamiento
Uso de canales distintos a los oficiales para postulación o pago	No habilitar.
Participación político-electoral que comprometa neutralidad institucional	Evaluar incompatibilidad y riesgo, especialmente en periodo electoral.

6. MODELO PONDERADO DE EVALUACIÓN

Una vez superadas las puertas, cada criterio se califica de 1 a 5. El puntaje ponderado se calcula como: Puntos del criterio = (calificación ÷ 5) × peso. El total máximo es 100.

Código	Dimensión	Peso	Qué se evalúa	Evidencia principal
C1	Pertinencia estratégica	20	Encaje con el rol, los programas y la narrativa de vivienda como proyecto de vida.	Muestra de contenidos, brief propuesto, historial temático.
C2	Afinidad y localización de audiencia	15	Proporción y características de público útil para Bogotá y el segmento asignado.	Analítica geográfica y demográfica.
C3	Desempeño real	15	Alcance mediano, vistas, retención, interacción, guardados y consistencia.	Analítica de 90 días y publicaciones comparables.
C4	Calidad pedagógica y narrativa	10	Claridad, rigor, lenguaje ciudadano, creatividad y capacidad de simplificación.	Auditoría de contenidos y prueba de concepto.
C5	Capacidad de conversión	10	Clics, respuestas, registros, asistencia o acciones atribuibles.	Campañas previas, enlaces, códigos, casos.

Código	Dimensión	Peso	Qué se evalúa	Evidencia principal
C6	Idoneidad institucional y seguridad de marca	15	Neutralidad, transparencia, manejo de información, tono y riesgo preliminar.	Declaraciones, revisión pública y condiciones contractuales.
C7	Capacidad operativa	5	Cumplimiento, producción, tiempos, derechos, reportes y coordinación.	Portafolio, referencias, plan de trabajo.
C8	Eficiencia económica	10	Relación entre costo y resultado útil esperado, comparada por formato y audiencia.	Cotización y métricas normalizadas.
	TOTAL	100		

6.1. Escala común de calificación

Calificación	Descriptor	Regla de uso
1 - Insuficiente	No demuestra el criterio o la evidencia contradice la expectativa.	No puede sustentarse con afirmaciones generales.
2 - Bajo	Demostración limitada, inconsistente o poco pertinente.	Requiere mitigación significativa.
3 - Adecuado	Cumple el estándar mínimo con evidencia suficiente.	Es comparable, pero no diferencial.
4 - Fuerte	Desempeño probado y claramente pertinente.	Aporta valor superior al promedio.

MATRIZ TÉCNICA DE SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN

Calificación	Descriptor	Regla de uso
5 - Sobresaliente	Evidencia robusta, reciente y diferencial para el objetivo.	Debe poder verificarse y replicarse.

6.2. Umbrales de decisión

Resultado	Puntaje técnico	Confianza de evidencia	Decisión
Lista corta A	85-100	$\geq 85 \%$	Candidato prioritario, sujeto a debida diligencia y negociación.
Lista corta B	80-84	$\geq 80 \%$	Candidato viable para rol definido.
Reserva	70-79	$\geq 70 \%$	Perfil complementario o táctico; comparar costo y cobertura.
Pendiente de evidencia	Cualquier puntaje estimado	$< 70 \%$	No decidir. Completar soportes y recalificar.
No priorizar	< 70	Cualquiera	Bajo aporte relativo o condiciones no competitivas.
No habilitado	No aplica	Cualquiera	Falla una puerta crítica o existe causal de exclusión.

Doble llave de decisión

El puntaje técnico y la confianza de evidencia deben cumplirse simultáneamente. Esta regla impide que un perfil sea aprobado por intuición, fama o seguidores declarados sin soporte.

7. EVIDENCIAS MÍNIMAS Y NIVEL DE CONFIANZA

El Índice de Confianza de Evidencia (ICE) mide la proporción de elementos exigidos que están disponibles, son interpretables y tienen fecha de corte. Se calcula así: $ICE = \text{elementos válidos} \div \text{elementos requeridos} \times 100$. La presencia de un dato no implica que sea verdadero; únicamente indica que puede ser revisado.

N.º	Evidencia	Obligatoria para lista corta	Vigencia sugerida
1	Identidad del creador y cuenta oficial	Sí	Actual
2	Contacto profesional o representante	Sí	Actual
3	Descripción de servicio y formatos	Sí	Actual
4	Seguidores por plataforma, con fecha	Sí	≤ 30 días
5	Media kit	Sí	≤ 90 días
6	Alcance mediano por formato	Sí	≤ 90 días
7	Vistas medianas y retención de video	Sí	≤ 90 días
8	Tasa de interacción calculable	Sí	≤ 90 días
9	Distribución geográfica, incluida Bogotá	Sí	≤ 90 días
10	Edad, género e intereses de audiencia	Sí	≤ 90 días
11	Resultados de campañas comparables	Deseable	≤ 12 meses
12	Cotización desagregada	Sí	Vigencia oferta
13	Declaración de conflictos de interés	Sí	Fecha de evaluación
14	Aceptación de transparencia y control editorial	Sí	Fecha de evaluación
15	Disponibilidad, derechos y reporte	Sí	Fecha de evaluación

Para mantener consistencia, el comité deberá conservar la evidencia en una carpeta única, con nombres normalizados y registro de fecha. Las capturas deben mostrar la cuenta, el periodo analizado y la métrica; los archivos sin fecha o sin identificación no se consideran evidencia completa.

8. APLICACIÓN PRELIMINAR AL DIRECTORIO RECIBIDO

La aplicación siguiente no otorga puntaje técnico definitivo. Solo verifica la presencia o interpretabilidad de los 15 elementos del apartado anterior a partir del Excel recibido. Los elementos 5 a 15 no fueron aportados en el archivo, por lo que ninguno de los seis perfiles alcanza el umbral de evidencia para lista corta.

Perfil	Elementos disponibles o interpretables	ICE preliminar	Rol de verificación	Ruta operativa
Mabell/Mabel Quintero	1, 2, 3, 4, enlace social y descripción temática: 6/15	40,0 %	Autoridad técnica / preparación financiera	Solicitar analítica, audiencia Bogotá, tarifa, conflictos y condiciones.
Santiago Garzón	Identidad, descripción, enlace social y seguidores: 4/15	26,7 %	Consideración / storytelling	Normalizar contacto y servicios; solicitar paquete completo.
Brayan Rojas	1, 2, 3, 4, enlace social y descripción temática: 6/15	40,0 %	Educación financiera	Validar plataforma principal, audiencia, rendimiento y credenciales.
Sergio Mahecha - Súper Propietarios	1, 2, 3, 4, enlace social y descripción temática: 6/15	40,0 %	Pedagogía de vivienda / conversión	Solicitar analítica, casos comparables, tarifa y conflictos comerciales.
Mauricio Maldonado	Identidad, descripción, servicios, enlace social y seguidores: 5/15	33,3 %	Nicho / live / preguntas frecuentes	Normalizar contacto profesional y validar audiencia local e interacción.
Leonardo Carmona	Identidad, contacto, servicios, enlace social y descripción: 5/15	33,3 %	Protección jurídica	Corregir el dato ambiguo de seguidores antes de estimar alcance.

Cálculo del promedio de evidencia del portafolio: $(40,0 + 26,7 + 40,0 + 40,0 + 33,3 + 33,3) \div 6 = 35,6 \%$. Este porcentaje demuestra que el archivo sirve como base de prospección, pero no como soporte suficiente para selección o contratación.

Lectura correcta

El ICE no mide calidad ni reputación. Un perfil puede tener 100 % de documentos y obtener un puntaje técnico bajo; también puede tener alto potencial estratégico y permanecer pendiente por falta de evidencia.

8.1. Prioridad para completar información

Nivel	Perfiles	Justificación operativa	Acción siguiente
P1 - Verificación inmediata	Súper Propietarios y Mabel Quintero	Mayor encaje preliminar con pedagogía de vivienda, crédito y bienes raíces.	Solicitar paquete completo y prueba de brief.
P2 - Verificación complementaria	Santiago Garzón y Brayan Rojas	Aportan consideración, storytelling y preparación financiera.	Validar Bogotá, formato y rol específico.
P3 - Opción táctica	Mauricio Maldonado	Potencial para profundidad e interacción, no para alcance masivo por sí solo.	Comparar costo por interacción y desempeño en live.
H - En espera	Leonardo Carmona	Aporta dimensión jurídica, pero el dato de seguidores es ambiguo.	Corregir base y evaluar solo para función preventiva.

9. REGLAS DE COMPOSICIÓN DEL PORTAFOLIO

La decisión no debe maximizar seguidores individuales sino cobertura incremental de públicos y funciones. La siguiente mezcla es una guía de planeación, no una distribución presupuestal obligatoria.

Capa	Participación indicativa	Objetivo	Perfiles actuales que podrían aportar	Vacío que debe abrirse
Autoridad técnica	40 %	Explicar vivienda, crédito, finanzas, subsidios y prevención.	Súper Propietarios, Mabel, Brayan, Santiago, Leonardo.	Validar desempeño y evitar redundancia temática.
Familia y hogar	30 %	Conectar con proyecto de vida, cuidado, estabilidad y decisiones familiares.	No cubierto claramente por el archivo.	Creadores de familia, hogar, maternidad/paternidad y vida cotidiana.
Territorio	20 %	Movilizar localidades y generar confianza de proximidad.	No cubierto.	Microcreadores de Bogotá y comunidades locales.
Amplificación de ciudad	10 %	Instalar la Feria como agenda útil y relevante.	No cubierto.	Cuentas de ciudad, planes y servicio ciudadano.

9.1. Reglas para evitar concentración y repetición

Regla	Control propuesto	Finalidad
Diversidad funcional	Ningún perfil debe recibir más de dos roles principales.	Evitar mensajes genéricos y sobrepromesas.
Diversidad de audiencia	La lista final debe incluir al menos tres capas del portafolio.	Ampliar públicos más allá del nicho inmobiliario.

Regla	Control propuesto	Finalidad
Incrementalidad	Comparar solapamiento de audiencia cuando la herramienta lo permita.	No pagar dos veces por la misma comunidad.
Concentración económica	Documentar cualquier asignación superior al 35 % del valor total a un solo perfil.	Reducir dependencia y justificar excepciones.
Prueba piloto	En perfiles sin casos comparables, iniciar con una pieza o formato medible.	Limitar exposición y aprender antes de ampliar.
Diferenciación editorial	Asignar ángulos y formatos distintos por perfil.	Evitar repetición de mensajes y fatiga.
Cobertura territorial	Incluir perfiles con evidencia de audiencia en Bogotá o estrategia complementaria de distribución.	Asegurar pertinencia distrital.

10. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y APROBACIÓN

Paso	Actividad	Producto verificable	Control
1	Definir objetivo, público, rol y formato requerido.	Ficha de necesidad.	No iniciar por nombres de influenciadores.
2	Abrir o actualizar universo de candidatos.	Base normalizada y fecha de corte.	Incluir perfiles fuera del directorio inicial.
3	Solicitar paquete de evidencia estándar.	Carpeta individual por candidato.	Mismo requerimiento para comparabilidad.
4	Aplicar puertas de habilitación.	Checklist firmado.	Registrar subsanaciones.

Paso	Actividad	Producto verificable	Control
5	Calificar criterios técnicos por separado.	Tres matrices individuales.	Evitar deliberación previa que induzca puntajes.
6	Consolidar promedio y discrepancias.	Matriz maestra.	Justificar diferencias mayores a 1 punto.
7	Revisar debida diligencia y conflictos.	Semáforo reputacional.	Resultado independiente del puntaje.
8	Abrir y comparar propuestas económicas.	Cuadro de costo por resultado estimado.	Usar unidades comparables.
9	Aprobar lista corta y reserva.	Acta motivada.	Dejar razones de selección y descarte.
10	Congelar versión y contratar.	PDF/XLSX finales y expediente.	No modificar puntajes sin adenda.
11	Medir ejecución y actualizar aprendizaje.	Informe de desempeño.	Retroalimentar futuras matrices.

10.1. Normalización económica

Las tarifas deben compararse por unidades equivalentes. Para cada perfil se recomienda calcular, como mínimo: costo por mil personas útiles alcanzadas en Bogotá; costo por vista de video; costo por clic; costo por registro atribuible; y costo total por paquete, incluidos derechos de uso, desplazamientos, producción, impuestos y exclusividades.

Indicador	Fórmula	Observación
CPM útil Bogotá	Costo total ÷ alcance estimado en Bogotá × 1.000	No usar seguidores como denominador.
Costo por vista	Costo total ÷ vistas válidas	Definir ventana y formato.
Costo por clic	Costo total ÷ clics medidos	Requiere enlace UTM o equivalente.
Costo por registro	Costo total ÷ registros atribuibles	Requiere trazabilidad y consentimiento.
Índice de eficiencia	Resultado útil normalizado ÷ costo	Comparar perfiles del mismo rol.

Precaución

No puede estimarse retorno ni eficiencia con los datos del directorio actual, porque no contiene tarifas, alcance real, audiencia en Bogotá ni conversiones.

11. TRAZABILIDAD Y CONSERVACIÓN DE SOPORTES

Para que la decisión sea reconstruible, cada candidato debe contar con un expediente digital independiente. Se recomienda conservar la versión original de los archivos, una copia no editable, el registro de recepción y la matriz consolidada con control de cambios.

Carpeta	Contenido mínimo	Nombre sugerido
01_Identidad	Cuenta, documento del titular/representante y contactos.	Perfil_Identidad_AAAAMMDD
02_Analitica	Media kit, capturas, exportaciones y cálculos.	Perfil_Analitica_90d_AAAAMMDD
03_Contenido	Muestras, prueba de brief y referencias.	Perfil_Muestras
04_Integridad	Declaraciones, conflictos y debida diligencia.	Perfil_Integridad

Carpeta	Contenido mínimo	Nombre sugerido
05_Economico	Cotización y condiciones.	Perfil_Cotizacion_Vx
06_Evaluacion	Matrices individuales y consolidada.	Perfil_Matriz_Firmada
07_Decision	Acta, aprobación, subsanaciones y decisión final.	Perfil_Decision
08_Ejecucion	Contrato, piezas aprobadas, métricas y reporte.	Perfil_Ejecucion

11.1. Controles de integridad de la matriz

- Asignar un identificador único a cada candidato y no sobrescribir versiones.
- Registrar nombre del evaluador, fecha, cargo y evidencia consultada.
- Bloquear la matriz una vez aprobada y conservar copia en PDF.
- Justificar en texto cualquier calificación de 1 o 5.
- No aceptar celdas vacías: usar "ND" o "No aplica" con explicación.
- No modificar pesos después de conocer cotizaciones; toda excepción debe documentarse.
- Registrar recusaciones o relaciones previas entre evaluadores y candidatos.
- Mantener separadas la calificación técnica, la reputacional y la económica.

12. CONCLUSIONES Y CONCEPTO TÉCNICO

La Secretaría cuenta con un directorio temáticamente pertinente, pero con información insuficiente para una selección defendible. El promedio preliminar de evidencia es 35,6 %, muy por debajo del umbral propuesto para lista corta. La acción correcta no es contratar sobre la base actual, sino completar datos bajo un requerimiento uniforme y aplicar la matriz a perfiles actuales y nuevos.

La lista inicial debe mantenerse abierta. La estrategia requiere incorporar perfiles de familia y hogar, jóvenes y primeros compradores, microcreadores territoriales y amplificadores de ciudad, de manera que el alcance técnico de los perfiles inmobiliarios se complemente con conexión emocional, proximidad y descubrimiento.

El concepto técnico de este entregable es: aprobar la matriz como instrumento de preselección y control; ordenar la verificación P1, P2, P3 y H descrita; y abstenerse de emitir decisión contractual hasta superar puertas, alcanzar confianza de evidencia suficiente y completar la debida diligencia reputacional independiente.

Decisión recomendada

Aprobar el instrumento. No aprobar aún una lista definitiva de influenciadores. Iniciar solicitud estandarizada de evidencia y ampliar el universo de candidatos antes de comparar costos.

ANEXO A. MATRIZ MAESTRA DE EVALUACIÓN

ID	Perfil	Rol	Gates	C1/20	C2/15	C3/15	C4/10	C5/10	C6/15	C7/5	C8/10	Total/100	ICE %	Decisión
			G1-G9											
			G1-G9											
			G1-G9											
			G1-G9											
			G1-G9											

Fórmula: total = Σ[(calificación de 1 a 5 ÷ 5) × peso]. ICE = evidencias válidas ÷ 15 × 100. La decisión requiere revisar también las causales de exclusión y el semáforo reputacional.

ANEXO B. FICHA INDIVIDUAL DE EVALUACIÓN

Campo	Registro
ID del candidato	
Nombre / marca	
Cuenta y plataforma	

Campo	Registro
Rol asignado	
Público objetivo	
Fecha de corte	
Evaluador	
Puertas de habilitación	G1 _ G2 _ G3 _ G4 _ G5 _ G6 _ G7 _ G8 _ G9 _
Alertas o subsanaciones	
C1 Pertinencia estratégica (1-5)	
C2 Audiencia (1-5)	
C3 Desempeño (1-5)	
C4 Calidad pedagógica (1-5)	
C5 Conversión (1-5)	
C6 Idoneidad institucional (1-5)	
C7 Capacidad operativa (1-5)	

Campo	Registro
C8 Eficiencia económica (1-5)	
Puntaje total	
ICE	
Recomendación motivada	
Firma / fecha	

ANEXO C. ACTA RESUMIDA DE DECISIÓN

Campo	Contenido
Fecha y lugar	
Objetivo de campaña y rol evaluado	
Candidatos evaluados	
Integrantes y posibles conflictos	
Versión de la matriz	
Perfiles habilitados	

Campo	Contenido
Perfiles pendientes y subsanaciones	
Perfiles no priorizados y motivación	
Lista corta / reserva	
Condiciones previas a contratación	
Documentos anexos	
Aprobaciones y firmas	