

ENTREGABLE DE CONSULTORÍA

ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN DE COPYS PARA VIDEO EN REDES SOCIALES

Consultor	Juan Manuel Caicedo
Entidad beneficiaria	Secretaría Distrital del Hábitat
Fecha del informe	Bogotá D.C., abril de 2026
Carácter del documento	Entregable de consultoría

1. OBJETO DEL ENTREGABLE

Presentar el análisis técnico de los copys propuestos para piezas de video de la Secretaría Distrital del Hábitat, identificar fortalezas y oportunidades de mejora desde una perspectiva de comunicación digital y social media, y dejar una propuesta optimizada por plataforma para publicación en Facebook, Instagram y YouTube.

2. ALCANCE

Este entregable revisa siete copys de video enfocados en contenidos institucionales, pedagógicos y testimoniales. El análisis se concentra en su capacidad de generar atención inicial, comprensión rápida, conexión emocional, claridad del beneficio para la audiencia y cierre con llamado a la acción.

3. CRITERIOS DE ANÁLISIS

La evaluación se realizó con base en principios actuales de rendimiento para video social: apertura con hook claro, priorización del valor en los primeros segundos, lenguaje directo, enfoque en necesidad o beneficio ciudadano, diferenciación por plataforma y cierre con CTA específico. Como respaldo metodológico, se tomaron como referencia guías oficiales de YouTube y TikTok sobre claridad en títulos, descripciones, hooks tempranos y estructura narrativa para video digital.

Fuentes de referencia metodológica: YouTube Help – recomendaciones para títulos y descripciones; TikTok for Business – buenas prácticas creativas para captar atención temprana y sostener visualización.

4. DIAGNÓSTICO GENERAL

En términos institucionales, los copys originales cumplen una función básica de información y acompañamiento. Sin embargo, desde la lógica de rendimiento en redes, la mayoría abre de forma lenta, repite estructuras similares y privilegia el lenguaje institucional sobre la necesidad concreta del usuario.

La revisión permite concluir que las piezas tienen una base útil, pero requieren una edición orientada a retención y engagement: mensajes más directos, mayor especificidad, mejor aprovechamiento del conflicto o la promesa informativa y CTA menos repetitivos.

El mayor ajuste que se recomienda es pasar de una redacción centrada en “lo que hace la entidad” a una redacción centrada en “lo que la persona necesita saber, resolver o sentir”.

4.1 FORTALEZAS IDENTIFICADAS

- Existe claridad temática en casi todas las piezas: el usuario entiende de qué trata el video.
- El tono general es humano y evita una comunicación excesivamente fría o burocrática.
- Las piezas de servicio, como Hábitat Te Responde, parten de preguntas reales del ciudadano, lo que mejora su relevancia.
- La historia de Carmenza ofrece una base sólida de storytelling, uno de los formatos de mejor comportamiento en social video.

4.2 OPORTUNIDADES DE MEJORA

- Varias aperturas no generan suficiente tensión, curiosidad o beneficio inmediato.
- La fórmula de cierre se repite demasiado (“Dale play”), lo que reduce recordación y frescura.
- En varias piezas faltan datos, consecuencias o recompensas más concretas para sostener la atención.
- Los textos no estaban suficientemente diferenciados por plataforma, especialmente en el caso de YouTube, donde se requiere mayor claridad temática y presencia de palabras clave desde el inicio.
- Algunos copys privilegian frases aspiracionales o institucionales, pero no aterrizan rápido por qué el contenido le importa al usuario.

5. ANÁLISIS POR PIEZA

5.1 VIDEO ENTREVISTA BISHOP

El copy original tenía una pregunta de entrada valiosa, apoyada en la autoridad de un invitado internacional. No obstante, después del primer renglón el texto caía en formulaciones amplias y previsibles. Se propuso una versión más editorial, que convierte el nombre del urbanista y su mirada externa en el principal anzuelo narrativo.

5.2 HÁBITAT TE RESPONDE – EDILBERTO

La pieza parte de una duda ciudadana concreta y, por tanto, tiene alta utilidad. La mejora se enfocó en hacer más clara la promesa informativa, reducir relleno y cuidar el lenguaje frente a expectativas sensibles relacionadas con pagos y tiempos.

5.3 HÁBITAT TE RESPONDE – CAROLINA

El texto original resolvía bien una intención de búsqueda real: saber si aún era posible postularse a Reduce Tu Cuota. La propuesta fortaleció la claridad, priorizó información accionable y aceleró la entrada para evitar que la empatía institucional retrasara el dato relevante.

5.4 VIDEO CARMENZA

Se identificó como una de las piezas con mayor potencial por su valor testimonial y emocional. El ajuste buscó conservar la sensibilidad, pero simplificando expresiones técnicas y reforzando la dimensión humana del proceso.

5.5 BOGOTÁ SE TRANSFORMA BARRIOS

Esta fue la pieza más abstracta del paquete original. Su redacción destacaba ideas correctas, pero sin suficiente especificidad para competir en entornos de scroll rápido. La versión ajustada aterriza la transformación barrial en beneficios concretos para la vida cotidiana.

5.6 VIDEO ENAJENADORES

El mensaje original era funcional por su componente de urgencia, pero presentaba una barrera de lenguaje ciudadano. La propuesta mantuvo el sentido de cumplimiento, incorporando mayor claridad sobre a quién va dirigido y qué debe hacer.

5.7 VIDEO CIFRAS DE VIVIENDA

La pieza tenía una idea potente, pero el cierre podía percibirse más como eslogan que como resultado informado. La mejora consistió en poner primero el dato, luego su significado para la gente y finalmente un llamado a conocer el impacto.

6. MATRIZ DE VALORACIÓN ESTRATÉGICA

Pieza	Fortaleza principal	Riesgo principal	Valoración
Entrevista Bishop	Autoridad externa y curiosidad	Apertura correcta, pero desarrollo genérico	Alta oportunidad de mejora editorial
Hábitat te responde – Edilberto	Dolor real del ciudadano	Expectativas sensibles si no hay precisión	Muy alta utilidad
Hábitat te responde – Carolina	Intención de búsqueda concreta	Empatía que retrasa el dato clave	Muy alta utilidad
Video Carmenza	Storytelling humano	Exceso de tecnicismo en el desarrollo	Alto potencial de engagement
Bogotá se transforma barrios	Narrativa de ciudad	Abstracción y baja especificidad	Necesita aterrizaje fuerte
Video enajenadores	Urgencia y cumplimiento	Lenguaje poco ciudadano	Buen contenido de servicio
Video cifras de vivienda	Dato y resultado	Riesgo de sonar autocelebratorio	Potente si se soporta visualmente

7. PROPUESTA OPTIMIZADA DE COPYS POR PLATAFORMA

A continuación se presenta la versión ajustada de los copys, lista para uso editorial. Se conservó el enfoque institucional de la Secretaría, pero con una lógica más competitiva para redes sociales y video digital.

7.1 VIDEO ENTREVISTA BISHOP

Facebook / Instagram: ¿Qué vio en Bogotá uno de los urbanistas más influyentes del Reino Unido? Peter Bishop visitó la ciudad y dejó una mirada que vale la pena escuchar: cómo Bogotá está transformándose a través de proyectos clave en movilidad, vivienda y sostenibilidad. Una visión internacional que también nos recuerda algo importante: Bogotá no solo aprende del mundo, también empieza a inspirarlo. Mira el video y descubre qué fue lo que más le llamó la atención.

YouTube: Peter Bishop analiza a Bogotá: esto fue lo que vio en la ciudad. Recibimos a Peter Bishop, uno de los urbanistas más reconocidos del Reino Unido, para conversar sobre los cambios que vive Bogotá en temas como Metro, vivienda y sostenibilidad. Su visión externa permite entender mejor dónde está hoy la ciudad, qué está haciendo bien y por qué Bogotá empieza a llamar la atención a nivel internacional. Dale play y conoce su análisis.

7.2 HÁBITAT TE RESPONDE – EDILBERTO

Facebook / Instagram: ¿No te ha llegado el subsidio de #AhorroParaMiCasa? Sabemos que esta demora genera preocupación. Por eso, en este video te explicamos de forma clara qué pasó, cómo funciona el proceso y qué debes tener en cuenta sobre los pagos. Míralo y sal de la duda. #HábitatTeResponde

YouTube: Ahorro Para Mi Casa: qué pasó con los pagos y qué debes saber. Si estás esperando el subsidio de #AhorroParaMiCasa, este video es para ti. Aquí te explicamos qué ocurrió con los retrasos, cómo funciona el programa y qué información debes revisar frente al proceso. Reproduce el video y entiende qué sigue. #HábitatTeResponde

7.3 HÁBITAT TE RESPONDE – CAROLINA

Facebook / Instagram: ¿Todavía puedes postularte a #ReduceTuCuota? Muchas familias siguen pendientes de esta oportunidad. En este video te contamos qué pasó con los cupos, qué ocurre con quienes ya se postularon y qué debes saber si estás esperando una nueva convocatoria. Míralo y entérate en minutos. #HábitatTeResponde

YouTube: Reduce Tu Cuota: estado de cupos, postulaciones y próximas novedades. ¿Aún te puedes postular a #ReduceTuCuota? En este video resolvemos las dudas más frecuentes: qué pasó con los cupos, qué sigue para quienes ya aplicaron y qué debes tener en cuenta frente a futuras convocatorias. Dale play y conoce la información clave. #HábitatTeResponde

7.4 VIDEO CARMENZA

Facebook / Instagram: Carmenza no sueña solo con una casa. Sueña con un lugar tranquilo para su hijo. Su historia demuestra que, cuando hay información, orientación y constancia, los sueños dejan de sentirse lejanos. A través de Educación e Inclusión Financiera encontró herramientas para entender mejor sus finanzas y dar pasos más firmes hacia su meta. Conoce su historia y todo lo que hay detrás de este sueño.

YouTube: La historia de Carmenza: un sueño de hogar que empezó con información. Para Carmenza, tener vivienda no era solo una meta personal: era la posibilidad de darle tranquilidad

y futuro a su hijo. En ese camino, la Educación e Inclusión Financiera le ayudó a entender mejor sus finanzas, tomar decisiones con más seguridad y acercarse a un sueño que antes parecía lejano. Mira el video y conoce su proceso.

7.5 BOGOTÁ SE TRANSFORMA BARRIOS

Facebook / Instagram: Una mejor ciudad también empieza por el barrio. En Bogotá trabajamos para que más personas puedan vivir cerca del transporte, el empleo, la educación y espacios de calidad. Porque transformar un barrio no es solo hacer obra: es mejorar la vida cotidiana y fortalecer la comunidad. Mira cómo esta transformación se siente más cerca de lo que imaginas.

YouTube: Así se transforman los barrios de Bogotá para conectar vivienda, servicios y comunidad. Bogotá avanza con una visión de ciudad que pone a los barrios en el centro: más cercanía al transporte, al empleo, a la educación y a espacios de calidad para la vida en comunidad. Este video muestra cómo esa transformación va más allá de la infraestructura y busca mejorar la vida diaria de las personas. Dale play y conoce cómo se está moviendo esta apuesta.

7.6 VIDEO ENAJENADORES

Facebook / Instagram: Si eres enajenador inscrito ante la Secretaría de Hábitat, ojo: se acerca la fecha límite. Es momento de ponerte al día con tu reporte y cumplir con este proceso dentro del plazo establecido. Hacerlo a tiempo te permite evitar sanciones y seguir operando con transparencia. Mira el paso a paso y revisa qué debes presentar.

YouTube: Enajenadores: paso a paso para presentar tu reporte a tiempo. Si estás inscrito ante la Secretaría Distrital del Hábitat como enajenador, este video te orienta sobre el reporte que debes presentar, los puntos que debes revisar y la importancia de cumplir dentro de la fecha establecida. Reproduce el video y verifica el proceso completo.

7.7 VIDEO CIFRAS DE VIVIENDA

Facebook / Instagram: Más de 14 mil hogares ya están más cerca de tener vivienda en Bogotá. A través de programas como #OfertaPreferente y #ReduceTuCuota, seguimos acompañando a las familias en el camino de comprar vivienda y aliviar el pago mes a mes. Detrás de cada cifra hay una historia, una meta y una oportunidad real de hogar. Mira el video y conoce lo que significan estos avances para miles de familias.

YouTube: Vivienda en Bogotá: más de 14 mil hogares avanzan hacia su meta. En Bogotá, miles de familias han encontrado una oportunidad real para acercarse a su vivienda gracias a programas como #OfertaPreferente y #ReduceTuCuota. Este video reúne cifras, resultados y el impacto de estas apuestas en la vida de los hogares que hoy están más cerca de cumplir su meta. Dale play y conoce los resultados.

8. RECOMENDACIONES DE IMPLEMENTACIÓN

- No usar el mismo copy en todas las plataformas. En YouTube conviene una lógica más informativa y descriptiva; en Facebook e Instagram funciona mejor una apertura más emocional o basada en duda concreta.
- Acompañar estas piezas con texto en pantalla y subtítulos, especialmente en videos pedagógicos o de servicio.

- Variar los CTA entre piezas para evitar monotonía editorial y aumentar naturalidad.
- En contenidos sensibles sobre subsidios, pagos o convocatorias, revisar que el copy no prometa más de lo que el video y la información oficial puedan respaldar.
- En piezas testimoniales, reforzar la conexión humana antes que la explicación institucional.
- En piezas de cifras, privilegiar la traducción del dato a impacto cotidiano para evitar que el mensaje se perciba solo como auto celebración.

9. CONCLUSIÓN

La propuesta optimizada mantiene el tono institucional de la Secretaría Distrital del Hábitat, pero mejora su capacidad de competir en entornos de video social. El ajuste principal no es solo de redacción, sino de enfoque: pasar de una comunicación centrada en la entidad a una comunicación centrada en la atención, la utilidad y la conexión con la ciudadanía. Con esta adaptación, las piezas quedan mejor preparadas para generar visualización, comprensión y recordación.