

# OPTIMIZACIÓN DE GUIONES PARA REELS Y VIDEOS DE “MI CASA EN BOGOTÁ: TU RUTA AL HOGAR”

Revisión de ganchos, lenguaje ciudadano, formatos, riesgos y llamados a la acción

|                    |                                                 |
|--------------------|-------------------------------------------------|
| 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     | Propuesta de guiones para Gran Feria de Vivienda, Ahorro para mi Casa, Mejora tu Casa en Suba y Engativá, Arrendamiento Temporal Solidario y trivias tipo GIF.                                              |
| Alcance             | Se evaluaron cinco conceptos audiovisuales y sus piezas de interacción asociadas. Las fechas incluidas corresponden al insumo recibido y deben validarse contra el cronograma oficial antes de publicación. |
| 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 propuesta busca apropiarse de códigos de TikTok y Reels, lo cual es pertinente. Sin embargo, varios ganchos entretienen sin conectar de inmediato con vivienda. El objetivo no debe ser solo detener el desplazamiento, sino lograr que la persona entienda en segundos el beneficio, determine si aplica y sepa dónde actuar.

**Principio rector**

El gancho debe atraer por el problema real de la audiencia: pagar arriendo, comprar vivienda, mejorar la casa o acceder a un apoyo. El humor es un recurso, no el mensaje central.

## 3. HALLAZGOS TRANSVERSALES

| Hallazgo              | Recomendación                                                                                               |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ganchos desconectados | La conquista amorosa, la infidelidad o el cojín pueden retener, pero compiten con el mensaje institucional. |
| Promesas genéricas    | Frases como “tu vivienda está más cerca” necesitan explicar cómo funciona la oportunidad.                   |
| Datos tardíos         | Fechas, público objetivo y canal de inscripción deben aparecer temprano y también en pantalla.              |
| CTA impreciso         | “Estén pendientes” es débil. Se requiere “entra, revisa requisitos, inscríbete o guarda este video”.        |
| Trivias escolares     | Varias preguntas comprueban memoria, pero no resuelven dudas ciudadanas.                                    |

## 4. ESTRUCTURA SUGERIDA PARA VIDEOS DE 20 A 25 SEGUNDOS

| Momento        | Función                                                             |
|----------------|---------------------------------------------------------------------|
| 0–3 segundos   | Pregunta o afirmación vinculada con el problema real de la persona. |
| 3–8 segundos   | Nombre del programa y beneficio principal.                          |
| 8–15 segundos  | Quién puede participar o qué condición debe cumplir.                |
| 15–22 segundos | Fecha, lugar, canal y documentos o requisitos básicos.              |
| 22–25 segundos | CTA directo y visible.                                              |

5. REVISIÓN Y PROPUESTA POR VIDEO

| Contenido               | Diagnóstico                                                                        | Gancho recomendado                                                                                                |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gran Feria              | La entrevista sobre conquista distrae y “a nadie le importa” puede sonar agresivo. | “¿Quieres comprar vivienda y no sabes por dónde empezar? Conoce proyectos, subsidios y asesoría en la Gran Feria” |
| Ahorro para mi Casa     | La nota de voz es cercana, pero la promesa es genérica.                            | “¿Pagas arriendo y quieres empezar a ahorrar para comprar vivienda? Esta convocatoria puede ser tu primer paso”   |
| Mejora tu Casa Suba     | La escena de infidelidad atrae, pero trivializa el propósito.                      | “Te tengo un chisme bueno: si te postulaste y fuiste habilitado, esta feria es para ti”                           |
| Mejora tu Casa Engativá | El recurso de la señal funciona y solo necesita más contexto.                      | “¿Pediste una señal para arreglar tu casa? Aquí está. Revisa la convocatoria de Mejora tu Casa en Engativá”       |
| Arriendo Solidario      | El cojín funciona como patrón de interrupción, pero puede volverse protagonista.   | “¿No te alcanza para pagar el arriendo? Revisa si puedes acceder a este apoyo temporal”                           |

6. GUIONES EJECUTIVOS RECOMENDADOS

| Pieza                   | Versión resumida                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gran Feria              | ¿Quieres comprar vivienda y no sabes por dónde empezar? En la Gran Feria puedes conocer proyectos, subsidios y recibir asesoría. Revisa las fechas e insíbete en <a href="#">habitatbogota.gov.co</a> .                |
| Ahorro para mi Casa     | ¿Pagas arriendo y sueñas con comprar vivienda? Ahorro para mi Casa puede ayudarte a cubrir parte del arriendo mientras avanzas en tu ahorro. Consulta requisitos y postúlate en <a href="#">habitatbogota.gov.co</a> . |
| Mejora tu Casa Suba     | Si te postulaste a Mejora tu Casa y cumpliste los requisitos, esta feria es para ti. Allí podrás avanzar en el diagnóstico y en la elección del ejecutor de las mejoras. Consulta fecha, lugar y horario.              |
| Mejora tu Casa Engativá | ¿Tu vivienda necesita arreglos? Esta puede ser la señal. Consulta la convocatoria de Mejora tu Casa en Engativá y revisa requisitos, documentos y punto de atención.                                                   |
| Arriendo Solidario      | ¿Necesitas apoyo para pagar el arriendo? Arrendamiento Temporal Solidario ofrece un apoyo económico por tiempo limitado a hogares que cumplen los requisitos. Revisa si aplicas y postúlate.                           |

7. RECOMENDACIONES PARA TRIVIAS

- Cambiar preguntas de memoria por dudas reales: quién aplica, si es virtual o presencial, qué documentos se requieren y dónde se consulta el resultado.
- Usar una pregunta por historia y mostrar la explicación después de la respuesta.
- Cerrar cada trivía con un enlace o CTA, no solo con la opción correcta.
- Evitar opciones absurdas que vuelvan obvia la respuesta y reduzcan aprendizaje.

## 8. GUÍA DE PRODUCCIÓN

| Elemento          | Lineamiento                                                                                     |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Formato           | Vertical 9:16, encuadre medio o primer plano y lectura móvil.                                   |
| Texto en pantalla | Gancho desde el primer cuadro, subtítulos completos y fecha/CTA durante al menos tres segundos. |
| Ritmo             | Cortes ágiles cada dos o tres segundos, sin introducciones institucionales largas.              |
| Marca             | Logo discreto durante el video y cierre con campaña, URL y acción.                              |
| Talento           | Personas reales, tono cercano y actuación natural; evitar caricaturizar situaciones sensibles.  |

## 9. MÉTRICAS RECOMENDADAS

- Retención a 3 segundos y porcentaje de reproducción completa.
- Compartidos y guardados, porque indican utilidad y circulación orgánica.
- Clics hacia la página de inscripción y tasa de conversión del formulario.
- Comentarios con preguntas frecuentes, para alimentar nuevas piezas pedagógicas.
- Comparación contra la mediana de los últimos diez videos del mismo formato.

## 10. CONCLUSIÓN

La propuesta puede conservar recursos de tendencia, pero debe anclarlos al beneficio desde el primer segundo. Una campaña pública gana resultados cuando el entretenimiento facilita la comprensión y la inscripción, no cuando compite con ellas.