Fuerza Aeroespacial Colombiana (FAC)
Propuesta Técnica: TASO
Periodo de implementación: Mayo – Diciembre 2026

Propuesta: **Estrategia Integral de Posicionamiento, Reputación y Gestión de Información Pública**

1. Marco Conceptual de la Estrategia

Las Fuerzas Militares modernas enfrentan un entorno comunicacional caracterizado por la hiperconectividad y la competencia narrativa. En este contexto, la comunicación institucional es un instrumento estratégico de construcción de legitimidad.

Para la **Fuerza Aeroespacial Colombiana**, la reputación pública es un activo de seguridad nacional que debe gestionarse con rigurosidad técnica y capacidad de anticipación. **TASO** plantea un modelo avanzado basado en:

- **Inteligencia Reputacional:** Análisis profundo de la percepción ciudadana.
- **Dominio Narrativo:** Posicionamiento en medios de alto impacto (Tier 1).
- **Resiliencia Comunicacional:** Gestión preventiva y reactiva de crisis.

2. Pilares de ejecución técnica

La estrategia se articula sobre los servicios y cantidades requeridas en el proceso, optimizados para un presupuesto de **$135.5M**:

A. Gestión editorial y posicionamiento mediático

- **Entrevistas Estratégicas:** Gestión de cuatro (04) espacios bimestrales en medios de cobertura nacional/internacional (Prensa, TV, Radio) con vocería de alta dirección FAC.
- **Despliegue Informativo Mensual:** Ocho (08) notas periodísticas (una por mes) en medios de alcance nacional, garantizando una narrativa coherente y presencia sostenida.
- **Hito Institucional Aniversario:** Producción y gestión de una (01) nota de profundidad (informe especial o publirreportaje) para el Aniversario No. 107 (08 de noviembre).

B. Inteligencia digital y contenidos de vanguardia (IA)

- **Laboratorio de Contenido IA:** Desarrollo de tres (03) videos de alta calidad y tres (03) piezas gráficas diseñadas mediante modelos de Inteligencia Artificial para maximizar el impacto visual.
- **Suministro Tecnológico:** Entrega de 15.000 créditos mensuales para plataformas de IA y 10 códigos QR dinámicos para métricas de acceso.
- **Estrategia de Amplificación Social:** Dos (02) campañas integrales en redes sociales con pauta digital garantizada (mínimo 3.000 impresiones diarias).

C. Liderazgo de opinión

- **Embajador de Marca:** Vinculación estratégica de un (01) creador de contenido con comunidad superior a 300.000 seguidores para humanizar y amplificar la misión institucional.

D. Sistema de evaluación y control

- **Informes Planilla:** Ocho (08) reportes mensuales de cumplimiento operativo.
- **Informes de Análisis:** Cuatro (04) reportes bimestrales de gestión y posicionamiento, incluyendo análisis de las 3 principales noticias del periodo.

3. Cronograma resumido (mayo – diciembre)

- **Fase de Instalación (Mayo):** Lanzamiento de narrativa, primera nota mensual y configuración de ecosistema digital.
- **Fase de Sostenimiento (Junio - Octubre):** Ejecución de entrevistas, notas mensuales y primera campaña de redes sociales.
- **Fase de Hito y Cierre (Noviembre - Diciembre):** Especial Aniversario 107, segunda campaña de redes y entrega de informe consolidado de gestión.

4. Estructura de inversión

Valor Neto (Base Gravable)
$113.922.545,38

IVA (19%)
$21.645.283,62

VALOR TOTAL DEL PROYECTO
$135.567.829,00

Equipo Consultor TASO
Estrategia Integral de Posicionamiento y Gestión de Información