

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES						Código: PL-M1-GC-2 Versión: 8	
Objetivo:	Fortalecer el posicionamiento y la visibilidad institucional de la ESU a través de estrategias de comunicación efectivas y coherentes, que promuevan el reconocimiento de su gestión, consoliden su reputación pública y fortalezcan el vínculo con los diferentes grupos de interés mediante el uso de canales y contenidos alineados con los objetivos estratégicos de la entidad.							
Responsable:	Jefe Oficina estratégica: responsable de la planeación, ejecución y seguimiento del plan. Comunicadores: encargados del desarrollo de las iniciativas, creación de contenido y gestión de canales.							
PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	IMPACTO	KPI PROYECTO	ACTIVIDAD	CANAL	KPI (anual)	SEGUIMIENTO	EVALUACIÓN
Posicionamiento y visibilidad de la ESU en los ecosistemas propios de la marca	Consolidar a la ESU como referente en la transformación hacia ciudades inteligentes, generando confianza en territorios, empresas y ciudadanos a través de un desarrollo tecnológico que da seguridad y propósito al futuro urbano.	Aumentar la visibilidad y conexión emocional mediante contenido que fomente interacción y alcance orgánico.	Contenido orgánico estratégico para lograr resultados reales: conectar con la audiencia, ampliar el alcance, generar interacción, aumentar la visibilidad y convertir.	Ampliación de la audiencia digital	Instagram Facebook YouTube LinkedIn	19.209 seguidores 2.650 seguidores 1.850 seguidores 300 seguidores		
				Generación de interacción relevante	LinkedIn Facebook Instagram	4.700 interacciones 700 interacciones 1.800 interacciones		
				Visibilidad y consumo de contenido	(Instagram + Facebook + LinkedIn) YouTube	106.600 impresiones totales estimadas 4.450 reproducciones		
				Calidad de la experiencia digital y conversión	Sesiones en sitio web	22.400		
					Tiempo medio en el sitio	2-30 minutos		
					Interacción en sitio web	45%		
				CTR Sitio Web (Instagram + Facebook) LinkedIn	4% 6% de engagement 12% de engagement			
Generación de Consideración y Credibilidad	Construir confianza y aumentar la percepción de valor de la ESU entre clientes potenciales del sector público y privado, destacando su impacto en seguridad e innovación urbana.	Incrementar la credibilidad y la percepción de la ESU mediante su presencia activa en espacios sectoriales y el uso efectivo de canales institucionales.	Aumento del reconocimiento institucional en sectores clave (seguridad, tecnología, innovación)	Canales propios: Publicar al menos cuatro contenidos de alto valor por trimestre en medios propios, como el sitio web y LinkedIn.	# de artículos publicados	16 artículos		
				Participación en mínimo 2 eventos por semestres (ferias, congresos, charlas, ponencias, foros, simposio, entre otros)	Creación de stands, guiones comerciales y de ventas	2 asistencias a ferias o foros		
Apoyo Estratégico a la Actividad Comercial	Potenciar la conversión de oportunidades de negocio mediante estrategias de comunicación alineadas con ventas, facilitando contenido y herramientas que impulsen negociaciones.	Fortalecer la efectividad comercial mediante materiales diseñados a la medida, que destaquen las capacidades y soluciones de la ESU adaptadas a los clientes.	Producir al menos 5 materiales trimestralmente.	Producción de merchandising	# de materiales / diseños producidos	20 diseños / producciones		
		Aumentar el conocimiento de la oferta institucional de la ESU en segmentos clave.	Producir al menos 2 materiales trimestralmente.	Desarrollo de presentaciones, brochures y piezas gráficas destacando soluciones específicas del portafolio ESU según sus necesidades.	Brindar herramientas de comunicación personalizadas que faciliten la comprensión de los servicios de la ESU, mejoren la experiencia comercial y fortalezcan la relación con los aliados estratégicos.	5 kits comerciales personalizados entregados 3 presentaciones diseñadas para reuniones estratégicas Nivel de satisfacción en aliados >80%		
		Generar espacios de relacionamiento estratégico que faciliten nuevas alianzas comerciales y posicionen a la ESU como actor clave en el ecosistema de ciudades inteligentes y seguridad.	Alcance y frecuencia de exposición del portafolio de la ESU en canales propios y externos. Reconocimiento de servicios clave entre públicos objetivo.	Creación de contenidos en torno a casos de éxito de la ESU	Usar a conocer de manera clara y estratégica los servicios, soluciones y capacidades de la ESU a través de contenidos informativos y campañas de visibilidad, fortaleciendo su posicionamiento como proveedor confiable e	4 publicaciones de servicios clave (una mensual) 1 pieza audiovisual institucional compartida con aliados		
		Posicionar a la ESU como un actor clave en soluciones tecnológicas a través del evento Med360 con espacios de interacción con aliados estratégicos, oportunidades comerciales, fortalecer el relacionamiento institucional	Generar leads	Diseño y ejecución del evento propio "Med360"	Impulsar espacios propios de conversación en torno a ciudad inteligente, vigilancia y tecnología, con participación de aliados estratégicos.	1 evento anual / 1000 asistentes		
		Facilitar la comunicación clara y visualmente atractiva de la propuesta de valor de la ESU, reforzando su imagen corporativa ante potenciales clientes.	Actualizar el brochure una vez al año con los servicios de la ESU	Diseño y distribución del brochure comercial	Estandarizar la presentación de los servicios de la ESU, permitiendo una comunicación más clara y homogénea hacia clientes y entidades aliadas.	1 brochure actualizado y distribuido a aliados y clientes clave		
		Obtener retroalimentación estratégica que permita ajustar la oferta comercial y mejorar continuamente la experiencia del cliente.	Medir la percepción y experiencia de clientes, aliados y usuarios frente a los servicios y atención brindada por la ESU, identificando oportunidades de mejora.	Aplicación periódica de encuestas de satisfacción	Obtener retroalimentación directa de clientes y aliados sobre la percepción de la ESU, sus servicios y atención.	Tasa de respuesta >30% / Satisfacción promedio >80%		
		Fortalecimiento de Cultura Organizacional	Desarrollar una cultura organizacional sólida que fomente el sentido de pertenencia, la innovación y la colaboración, fortaleciendo el compromiso interno y la identidad corporativa.	Implementar un Ecosistema de Comunicación Interna	Realización de campañas internas.	Campañas: - Cultura - Proyectos Integradores	# de campañas	2 campañas al año
Capsulas informativas diarias para conocimiento del publico interno	Mail con información relevante de la empresa.			Mail con información relevante de la empresa.	# de mails	360 anuales		
Reconocer logros y mantener informada a la organización sobre hitos relevantes	Implementación			Envío de 1 boletín mensual	# de boletines	1 boletín mensual		
Identificar percepciones internas y oportunidades de mejora que contribuyan al bienestar de la organización.	Implementación de Medición			Implementar solución para medición bimensual de eNPS .	Medición bimensual de ENPS	eNPS ≥ 50%		
Reforzar la motivación y el compromiso del equipo a través de acciones de beneficios.	Asegurar un uso de las cartas para un superior al 80%			Incentivar el uso de Cartas para Uno en los empleados	% de uso/redención de cartas	≥ 80% de uso/redención de los empleados		