



DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA

POLITICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA

GESTIÓN DE COMUNICACIONES

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción
 - 1.1 Objetivos
 - 1.1.1 Objetivo general
 - 1.1.2 Objetivos específicos
 - 1.2 Alcance
 - 1.3 Definiciones
 - 1.4 Marco Normativo e institucional
2. Políticas
 - 2.1 Pilares de la política de comunicación de la DNBC
 - 2.2 Apoyo estratégico institucional
 - 2.3 Carácter estratégico
 - 2.4 Comunicación con el público interno
 - 2.5 Comunicación con el público externo
 - 2.6 Apertura y visibilidad en la comunicación con los usuarios
 - 2.7 Vocerías institucionales
 - 2.8 Relaciones con los medios de comunicación
 - 2.9 Gestión en comunicaciones
 - 2.9.1 Profesional especializado en comunicaciones
 - 2.9.2 Equipo de trabajo del proceso de gestión de comunicaciones
 - 2.9.3 Proceso de gestión de tecnología e informática
 - 2.9.4 Funcionarios y contratistas de la entidad
3. Comunicación institucional
 - 3.1 Lineamientos de la comunicación interna
 - 3.2 Canales de comunicación interna
 - 3.3 Usuarios internos
 - 3.4 Comunicación estratégica para la educación en el servicio bomberil
 - 3.4.1 Lineamientos pedagógicos para fortalecer la comunicación en los cuerpos de bomberos.
4. Comunicación externa
 - 4.1 Lineamientos de la comunicación externa
 - 4.2 Manual de identidad visual corporativa DNBC
 - 4.3 Canales de comunicación externa
 - 4.3.1 Redes sociales
 - 4.4 Usuarios externos
 - 4.5 Lineamientos adicionales de divulgación
 - 4.6 Plan de medios
5. Comunicación de crisis

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

1 INTRODUCCIÓN

El proceso de Comunicaciones de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia (DNBC) desarrolla estrategias de comunicación organizacional acorde con la misión, visión y objetivos de la entidad, las cuales son difundidas por los medios de comunicación establecidos; velando por la difusión e intercambio oportuno, transparente y eficaz de estrategias, mensajes y demás información con los diferentes grupos de interés internos y externos de la DNBC.

Dichas estrategias van dirigidas a vislumbrar un conocimiento más personal de la entidad, lo que nos provee un acercamiento de cómo opera y cómo son sus lazos de cooperación. Es necesario precisar que la comunicación no solo debe ser un aspecto estático de análisis sino también de planeación y participación, a ello nos referimos a que el proceso de Gestión de Comunicaciones debe encontrarse en los niveles más altos de decisión de la organización debido a que, su campo de planeación, ejecución y evaluación, es realizado bajo una vista panorámica que le permite ver cómo está evolucionando la entidad en el cumplimiento de su misionalidad.

La comunicación interna, es uno de los dos ejes funcionales del proceso de Gestión de Comunicaciones en la entidad, el cual propende un espacio de confianza entre los colaboradores en la alineación de los objetivos a lograr.

Como segundo eje, la comunicación externa y su relación con la organización, permitirá entender cuál es el alcance de nuestra labor como servidores/funcionarios públicos en la comunidad, asimismo reconocer la importancia de la relación e imagen institucional que se tiene con los distintos públicos de interés, partiendo del vínculo sólido entre la Comunicación Interna y Cultura Organizacional, las cuales tejen sentidos que unifican y direccionan a la entidad a través de sus colaboradores y la visualizan ante toda la comunidad.

Finalmente, la política de comunicaciones, enmarcada en pilares, acciones y mediciones permitirá apalancar planes estratégicos de la entidad como visibilizar y fortalecer la integración en las instituciones de Bomberos del país, posicionar a la DNBC en el territorio nacional como ente de coordinación de las instituciones de Bomberos del país, fortalecer el desempeño organizacional e institucional de la Dirección, gestionar y afianzar relaciones interinstitucionales con entidades del orden nacional, el sector privado y la comunidad internacional.

OBJETIVOS

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Posicionar a la DNBC como líder en la implementación de políticas y estrategias en el fortalecimiento de la actividad bomberil, garantizando la protección de la vida, los bienes y el medio ambiente. A través de mensajes claros, se busca fortalecer el servicio público de bomberos, mejorar la relación con las comunidades y consolidar la DNBC como una entidad eficiente en la gestión del riesgo.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Optimizar mensajes claros a través de canales oficiales para dar a conocer pautas que permitan mejorar la comunicación organizacional.
- Fortalecer los lineamientos para el manejo eficaz de los medios de comunicación y asegurar la difusión de la ejecución de los planes estratégicos de la DNBC.
- Desarrollar estrategias de comunicación internas específicas para mejorar la comunicación entre colaboradores.
- Diseñar estrategias de comunicación externas efectivas con los diferentes públicos externos de la DNBC, incluyendo los cuerpos de bomberos de Colombia, la comunidad, medios de comunicación, Gobierno Nacional y local, ONG's, sector privado, sector educativo, proveedores, comunidad internacional, y demás stakeholders.
- Implementar las estrategias de comunicación encaminadas a visualizar los protocolos que aseguren la transparencia en la difusión de información con historias, hechos y datos.
- Optimizar los canales de comunicación existentes y/o implementar nuevos contenidos que se ajusten a la agenda pública de medios de comunicación tradicionales, redes sociales y canales digitales internos que faciliten el flujo ágil y eficaz de información.
- Establecer indicadores de desempeño con evaluaciones semestrales sobre el alcance e impacto de las estrategias comunicación ejecutadas a través de redes sociales, página web e impacto en medios de comunicación.

1.2 ALCANCE

El presente documento es la guía fundamental para la debida ejecución de las actividades de comunicación internas y externas de la organización, lo dicho en colaboración y participación del equipo de Gestión de Comunicación y los demás funcionarios y contratistas de la DNBC, al igual que los usuarios de impacto externo de la entidad. En este sentido, se busca que se institucionalice lineamientos básicos y claros en materia de comunicación para la DNBC.

1.3 DEFINICIONES

APERTURA: capacidad organizacional de estar disponible. La Entidad pública debe su existencia a la participación ciudadana, por ende, debe propiciar espacios para el intercambio comunicacional de la información dentro de un carácter comunal.

COMUNICACIÓN: la comunicación es una acción de interacción simbólica que bien conducida posee un carácter transformador de la sociedad y no solo en concepto de masa, sino desde círculos específicos como los organizacionales.

COMUNICACIÓN EDUCATIVA: herramienta pedagógica que permite la construcción de

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

significados colectivos e interacción con los mismos, a partir de un objetivo en común, en este caso la cultura de resiliencia.

COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL: Proceso mediante el cual el gobierno transmite información y establece un diálogo con la ciudadanía.

COMUNICACIÓN INFORMATIVA: campo de actuación de la comunicación pública que busca que las entidades se expresen frente a la sociedad y a las partes interesadas, comunicándoles su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente, esta clase de información se encuentra asociada a los medios de comunicación y de manera más específica al periodismo, en donde la veracidad, transparencia, suficiencia y oportunidad de la información emitida son garantizados por el actuar de las oficinas de prensa o comunicaciones o quien asuma estas funciones.

COMUNICACIÓN PÚBLICA: espacio construido por diversos actores pertenecientes al Estado que ponen a disposición información o contenidos para el "alcance de todos, y que salvaguarda al ciudadano de la opresión del Estado y de la Iglesia, al tiempo que le facilita la libre expresión de sus opiniones, intereses y reclamos". (Jaramillo, 2004 p. 5)

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: campo de la comunicación, que busca garantizar el orden y coherencia desde el punto de vista de la articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito misional. Este se refiere a la comunicación interna y de ella dependen las señales que la entidad envía hacia la comunidad, reierten sobre su imagen y condicionan sus márgenes de credibilidad, además, orienta la difusión de políticas y la información generada dentro de la entidad para una clara identificación de objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad.

ESTRATEGIA: tácticas y acciones que atienden las necesidades y problemas del componente comunicacional.

INTERLOCUCIÓN: capacidad de construir sentido y visión compartida. Hace referencia al diálogo e interacción del dirigente de la organización con sus equipos de trabajo.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por la entidad pública, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés. Usualmente se utiliza este término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos. De igual forma dentro de la entidad, deben considerarse como tal, las circulares informativas, los memorandos, las reuniones de trabajo, y los medios de comunicación electrónica como: la intranet, el correo electrónico, salas de conversación, redes sociales, página web, entre otros.

RENDICIÓN DE CUENTAS: control social, que comprende acciones de petición de información y de explicaciones, así como la evaluación de la gestión; este busca la transparencia de la gestión de la administración pública para lograr la adopción de los principios de buen Gobierno.

POSICIONAMIENTO: visibilizarían de la gestión tanto administrativa como misional de la entidad que sea ejemplo para las entidades con estructura pública.

PÚBLICO OBJETIVO: 'parte interesada', y que se refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

REDES SOCIALES: sitios de Internet y aplicaciones formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común que permiten el contacto e intercambio información.

REPUTACIÓN: conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los diversos grupos de interés con los que se relaciona (públicos), tanto internos como externos. Es resultado del comportamiento desarrollado por la empresa a lo largo del tiempo y describe su capacidad para distribuir valor, siendo este un Indicador no financiero contribuido por los mismos públicos.

RELACIONES PÚBLICAS: elemento que evalúa las actitudes públicas, identifica temas que pueden producir una preocupación pública y ejecuta programas para la comprensión y aceptación de sus públicos, evaluando las actitudes y acciones de estos.

ORGANIZACIÓN: sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella.

VISIBILIDAD: se relaciona con informar las políticas, los programas y planes que adelanta la entidad a favor de la comunidad y la manera como invierte los recursos asignados por el Estado. Cuando se es visible se genera confianza y se construye una imagen institucional sustentada en el sentido de pertenencia de los ciudadanos hacia la entidad y su gestión.

1.4 MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL

- Ley 57 de 1985, artículo 1º.- La Nación, los Departamentos y los Municipios incluirán en sus respectivos Diarios, Gacetas, o Boletines Oficiales, todos los actos gubernamentales y administrativos que la opinión deba conocer para informarse sobre el manejo de los asuntos públicos y para ejercer eficaz control sobre la conducta de las autoridades, y los demás que según la ley deban publicarse para que produzcan efectos jurídicos.
- Constitución Política de Colombia de 1991, artículo 20.- Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva... No habrá censura.
- Constitución Política de Colombia de 1991, artículo 74. - Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos, salvo los casos donde lo establezca la ley.
- Ley 594 de 2000, artículo 2º.- *Ámbito de aplicación.* La presente ley comprende a la administración pública en sus diferentes niveles, las entidades privadas que cumplen funciones públicas y los demás organismos regulados por la presente ley.
- Ley 1341 de 2009, artículo 2 º.- Son principios orientadores de la presente ley: 1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad. la educación, los contenidos y la competitividad.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

- Ley 1581 de 2012, artículo. - Principios para el Tratamiento de datos personales. En el desarrollo, interpretación y aplicación de la presente ley, se aplicarán, de manera armónica e integral, los siguientes principios:

a) Principio de legalidad en materia de Tratamiento de datos: El Tratamiento a que se refiere la presente ley es una actividad reglada que debe sujetarse a lo establecido en ella y en las demás disposiciones que la desarrollen;

b) Principio de finalidad: El Tratamiento debe obedecer a una finalidad legítima de acuerdo con la Constitución y la Ley, la cual debe ser informada al Titular;

c) Principio de libertad: El Tratamiento sólo puede ejercerse con el consentimiento, previo, expreso e informado del Titular. Los datos personales no podrán ser obtenidos o divulgados sin previa autorización, o en ausencia de mandato legal o judicial que releve el consentimiento;

d) Principio de veracidad o calidad: La información sujeta a Tratamiento debe ser veraz, completa, exacta, actualizada, comprobable y comprensible. Se prohíbe el Tratamiento de datos parciales, incompletos, fraccionados o que induzcan a error;

e) Principio de transparencia: En el Tratamiento debe garantizarse el derecho del Titular a obtener del responsable del Tratamiento o del Encargado del Tratamiento, en cualquier momento y sin restricciones, información acerca de la existencia de datos que le conciernan;

f) Principio de acceso y circulación restringida: El Tratamiento se sujeta a los límites que se derivan de la naturaleza de los datos personales, de las disposiciones de la presente ley y la Constitución. En este sentido, el Tratamiento sólo podrá hacerse por personas autorizadas por el Titular y/o por las personas previstas en la presente ley;

Los datos personales, salvo la información pública, no podrán estar disponibles en Internet u otros medios de divulgación o comunicación masiva, salvo que el acceso sea técnicamente controlable para brindar un conocimiento restringido sólo a los Titulares o terceros autorizados conforme a la presente ley;

g) Principio de seguridad: La información sujeta a Tratamiento por el responsable del Tratamiento o Encargado del Tratamiento a que se refiere la presente ley, se deberá manejar con las medidas técnicas, humanas y administrativas que sean necesarias para otorgar seguridad a los registros evitando su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento;

h) Principio de confidencialidad: Todas las personas que intervengan en el Tratamiento de datos personales que no tengan la naturaleza de públicos están obligadas a garantizar la reserva de la información, inclusive después de finalizada su relación con alguna de las labores que comprende el Tratamiento, pudiendo sólo realizar suministro o comunicación de datos personales cuando ello corresponda al desarrollo de las actividades autorizadas en la presente ley y en los términos de esta.

- Ley 1712 de 2014, artículo 2. -Principio de máxima publicidad para titular universal. Toda información en posesión, bajo control o custodia de un sujeto obligado es pública y no podrá ser reservada o limitada sino por disposición constitucional o legal, de conformidad con la presente ley.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

- Resolución 439 del 6 de noviembre de 2015 de la DNBC “por medio del cual se adopta el Código de Ética y de Buen Gobierno”.
- Resolución 396 de 2015 de la DNBC a través de la cual se reglamenta el trámite de PQRSD al interior de la entidad.
- Resolución 3564 del 31 de diciembre de 2015. Por la cual se reglamentan aspectos relacionados con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ley 1978 de 2019, artículo 3. - 1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad, la educación, los contenidos y la competitividad.
- Circular 1 de 2019. 1. Principios a ser tenidos en cuenta en el manejo de las redes sociales.

1.1. Seguridad y control: La operación de las cuentas de redes sociales institucionales debe hacerse bajo un protocolo de seguridad y control, que garantice la confidencialidad de las claves de acceso y del manejo de contenido. Se recomienda el cambio periódico de las contraseñas y asociar todas las cuentas a correos institucionales y no personales.

1.2. Valoración del contenido: Las redes sociales son un canal de doble vía. Antes de publicar algún mensaje se deben valorar las posibles interpelaciones o respuestas que este podría generar. Si bien habrá usuarios dispuestos a controvertir, criticar o incluso ofender, tenga en cuenta que existe siempre la posibilidad de una respuesta respetuosa hacia quien no está de acuerdo.

1.3. Calidad: La información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos, deben someterse a criterios de pertinencia, respeto, adecuación y objetividad. Antes de publicar algo es importante dar una lectura final para asegurarse que el mensaje está bien expresado. De ser posible, hacer una revisión adicional con alguien que no haya participado en la redacción para asegurarse de que el mensaje se entiende claramente.

1.4. Veracidad: La información que se comparte por las redes sociales debe provenir de fuentes certificadas. Antes de publicar cualquier mensaje es indispensable preguntarse: ¿Es cierto lo que estoy diciendo? ¿Es una información verificable? ¿Proviene de una fuente confiable?

1.5. Corresponsabilidad: Debemos ser conocedores de las normas básicas en las redes sociales, tener claro a quien representamos, saber que debemos comunicar y cómo hacerlo.

Antes de publicar, revise si el mensaje será publicado por la cuenta institucional. Procure no mantener activas cuentas institucionales y personales al tiempo o en el mismo dispositivo.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

1.6. Participación: Debe ser profesional, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos, que animen a la participación. Antes de publicar la respuesta a un comentario es bueno preguntarse: Si fuera yo quien hubiera hecho un comentario como este, ¿Me parecería apropiado recibir una respuesta como esta?

1.7. Respeto: Las redes sociales son un espacio para el intercambio de ideas, opiniones y soluciones, no de agresiones. Se debe evitar cualquier comentario que pueda tener una interpretación que resulte insultante u ofensiva hacia un género, una raza, una opción sexual, un credo, una visión política o una región del país, o que eleven a difamar o afectar la imagen o reputación. No haga en las redes sociales lo que no quisiera que le hicieran a usted.

1.8. Legalidad: Se debe acatar, respetar y cumplir lo establecido en la legislación y normatividad vigente sobre derechos de autor, marca registrada, derechos de publicidad y otros derechos de terceros. Bajo esta premisa, confirme siempre el origen de fotografías, videos o textos para asegurarse de que son de uso libre o tienen permiso de uso en canales de Gobierno.□

- Ley 1575 del 2012, artículo 45. -La Junta Nacional de Bomberos a través de la Dirección Nacional, creará en todas las entidades bomberiles del país, un sistema de información y estadísticas de las actividades de la gestión del riesgo de incendios, preparativos y atención de rescates e incidentes con materiales peligrosos, así como de los equipos, recurso humano, técnico y operativo que, en cumplimiento de lo dispuesto en la presente ley, desarrollen las Instituciones Bomberiles del país.
- Ley 1575 del 2012, artículo 46. -Profesionalización de los Bomberos de Colombia. El Gobierno Nacional a partir de los doce (12) meses siguientes a la entrada en vigor de la presente ley, a través de la dirección nacional de bomberos, establecerá, en asocio con los entes territoriales, los mecanismos para la creación y puesta en marcha de la escuela nacional de bomberos y de las escuelas regionales de bomberos. La junta nacional de bomberos apoyará al gobierno en todo lo relacionado con los parámetros técnicos. La Aeronáutica Civil determinará lo concerniente a la capacitación básica y especialización de los bomberos aeronáuticos, conforme a las normas aeronáuticas aplicables.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

2 POLÍTICAS

2.1 PILARES DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA DNBC

La política de comunicación busca ser un instrumento clave para alcanzar los objetivos establecidos de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia, transmitir de manera efectiva los mensajes institucionales, fortalecer la relación con las comunidades, a través de la gestión de los cuerpos de bomberos oficiales, voluntarios y aeronáuticos, y contribuir al cumplimiento de la visión a 2030 de ser una entidad reconocida por su servicio de alta calidad. Por lo que, para su realización, es necesario establecer siete pilares transversales que permitirán dar cumplimiento a los logros propuestos.

2.1.1 Primer pilar: Apropiación y posicionamiento de la plataforma del Registro Único de Bomberos de Colombia RUE como único espacio de verificación estadística de la DNBC. Objetivos de cumplimiento:

Objetivos:

- Definir los mensajes claves, en articulación con CITEI, sobre la plataforma RUE, su importancia para los procesos estadísticos y su rol central en la DNBC, dirigido tanto a audiencias internas como externas.
- Fortalecer la confianza en la veracidad de la plataforma RUE entre los colaboradores de la DNBC y los cuerpos de bomberos del país, a través de acciones de capacitación, comunicación transparente y validación de la información, garantizando su fiabilidad como herramienta central en los procesos estadísticos.

Acciones:

- Diseñar materiales de comunicación visual y escrita a través de presentaciones, piezas gráficas, infografías, boletines, videos y cuñas radiales para promover la plataforma RUE, destacando su impacto en la mejora de la calidad de los procesos estadísticos dentro de la DNBC.
- Publicar las piezas gráficas a través de redes sociales de la DNBC.

2.1.2 Segundo pilar: Educación para la prevención de emergencias, durante los eventos meteorológicos (temporada lluvias, menos lluvias, huracanes, etc.). Objetivos de cumplimiento:

Objetivos:

- Promover la educación sobre la importancia de los planes de evacuación y el uso adecuado de los recursos de emergencia, a través de simulacros y ejercicios prácticos organizados en las comunidades y escuelas.

Acciones:

- Realizar un diagnóstico en articulación con la Sala Situacional, encargada de elaborar los planes de contingencia, para identificar las necesidades de comunicación y mejorar la coordinación en la difusión de información preventiva antes, durante y después de las emergencias a causa de los fenómenos meteorológicos.
- Elaborar materiales educativos visuales y escritos (folletos, infografías, videos y piezas gráficas) que expliquen de manera clara las acciones preventivas que

deben tomar los ciudadanos antes, durante y después de un evento meteorológico, adaptados a diferentes audiencias (niños, adultos, personas mayores).

- Crear alianzas estratégicas con medios de comunicación locales y nacionales, para difundir mensajes clave de prevención, alertas tempranas y recomendaciones de seguridad durante la temporada de emergencias, asegurando el alcance de la información. (radio, tv y plataformas digitales).
- Fortalecer la comunicación en tiempo real a través de canales oficiales (como redes sociales, páginas web y aplicaciones móviles) para emitir alertas y actualizaciones sobre situaciones meteorológicas, brindando a la ciudadanía información oportuna y precisa.

2.1.3 Tercer pilar: Incorporación de Bomberos - ¿Quieres ser bombero? Objetivos de cumplimiento:

Objetivos:

- Promover la incorporación de ciudadanos al cuerpo de bomberos de Colombia.

Acciones:

- Evaluar la situación actual de la incorporación de nuevos bomberos en el país, identificando vacíos en los procesos de inscripción y formación, y proponiendo estrategias para establecer un sistema efectivo de incorporación que responda a las necesidades del servicio.
- Integrar un botón destacado en la página web oficial que redirija a los usuarios a una sección con información detallada sobre cómo convertirse en bombero, incluyendo requisitos, beneficios y el proceso de inscripción, facilitando el acceso a interesados en unirse al Cuerpo de Bomberos.
- Elaborar materiales informativos y educativos sobre los requisitos, beneficios y el proceso de incorporación al Cuerpo de Bomberos, asegurando que la información esté clara, accesible y sea de fácil comprensión para todos los interesados.
- Crear testimonios y contenidos visuales (videos, entrevistas, historias de bomberos activos, a través de radio, tv, redes sociales.) que muestren la experiencia real de ser bombero, destacando tanto los desafíos como las satisfacciones de la profesión, para inspirar a potenciales postulantes.
- Organizar eventos de orientación y jornadas informativas en instituciones educativas, universidades y comunidades locales para brindar detalles sobre el proceso de incorporación de bombero, resolver dudas y facilitar el proceso de inscripción.
- Organizar jornadas de impulso al programa 'Bomberitos' en los cuerpos de bomberos como una iniciativa jornadas educativa y motivacional, destinada a inspirar a los niños a interesarse por la carrera de bombero, fomentando valores de solidaridad, valentía y trabajo en equipo desde una edad temprana.

2.1.4 Cuarto pilar: Educación y entrenamiento continuo a los bomberos de Colombia.**Objetivo:**

- Desarrollar espacios de capacitación enfocados en la permanente educación y fortalecimiento de la divulgación de sus actividades de entrenamiento por parte de los bomberos de Colombia.

Acciones:

- Promover, a través de diversos medios de comunicación (radio, redes sociales, página web, y materiales impresos), la oferta de cursos y programas de formación disponibles para convertirse en bombero y ascender en la carrera, brindando información detallada sobre los requisitos, beneficios y modalidades de los cursos de capacitación, para facilitar el desarrollo profesional continuo dentro del Cuerpo de Bomberos.
- Desarrollar programas radiales educativos que ofrezcan contenido regular sobre técnicas de prevención, seguridad y respuesta a emergencias, actualizando constantemente los conocimientos y habilidades de los bomberos en Colombia.
- Establecer una franja horaria fija en la programación radial para la transmisión de talleres y charlas de capacitación en vivo, permitiendo la interacción en tiempo real con expertos y facilitadores, y resolviendo dudas sobre procedimientos y buenas prácticas.

2.1.5 Quinto pilar: Dignificación de la labor Bomberil. Objetivos de cumplimiento:**Objetivo:**

- Divulgar acciones, historias de vida e información relevante sobre la labor de los bomberos de Colombia.

Acciones:

- Crear materiales educativos y visuales que resalten la labor de los bomberos, tanto en situaciones de emergencia como en prevención, para difundir en comunidades, escuelas y medios, reforzando el respeto y admiración por su trabajo.
- Difundir testimonios y experiencias de bomberos a través de diversas plataformas (radio, redes sociales, prensa), para humanizar la labor de los bomberos y sensibilizar a la población sobre los riesgos y sacrificios asociados a su trabajo.
- Fomentar la creación de convenios con alcaldías y entidades territoriales, a través de videos, piezas gráficas y programas radiales, para fortalecer el apoyo a los cuerpos de bomberos locales, y se dignifique la labor bomberil.
- Organizar un evento conmemorativo el 11 de noviembre para celebrar el Día del Bombero, con actividades y menciones honoríficas a los bomberos destacados, en agradecimiento a su dedicación y valentía.
- Desarrollar una jornada de puertas abiertas en estaciones de bomberos durante el Día del Bombero, invitando a la comunidad a conocer la labor de los bomberos, con exposiciones de equipos, demostraciones de rescate y charlas educativas sobre prevención de incendios y emergencias.
- Realizar una campañas de sensibilización, utilizando redes sociales y medios locales, para destacar el rol fundamental de los bomberos en la seguridad

de la comunidad y promover la participación en las actividades del Día del Bombero.

2.1.6 Sexto pilar: Promoción de la educación del personal de la DNBC para fomentar la apropiación del horizonte estratégico institucional de la entidad. Objetivos de cumplimiento:

Objetivos:

- Promover el conocimiento del horizonte estratégico institucional entre el personal de la DNBC en articulación con talento humano.
- Documentar la estrategia de Promoción de la Educación del Personal de la DNBC para fomentar la apropiación del horizonte estratégico institucional, detallando acciones, metas y recursos necesarios para alinear al equipo con los objetivos y visión de la entidad.

Acciones

- Diseñar un Kit de Bienvenida e inducción para los nuevos funcionarios, con el objetivo de facilitar su integración y fomentar la apropiación del horizonte estratégico institucional. Este kit incluirá materiales como una carta de bienvenida, un manual con la misión, visión y objetivos estratégicos, presentaciones digitales, recursos visuales.

2.1.7 Séptimo pilar: Divulgación continua de la información sobre las acciones realizadas por la DNBC, con el fin de garantizar la rendición de cuentas parcial y la gestión anual. Objetivos de cumplimiento:

Objetivo:

- Crear estrategias y acciones de divulgación sobre la gestión permanente de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia.

Acciones:

- Se publicarán en tiempo real las acciones realizadas por la DNBC a través de nuestras redes sociales, con el objetivo de garantizar la transparencia y mantener a la comunidad informada sobre nuestras iniciativas, logros y avances de manera inmediata y accesible.
- Se implementará el programa "Al Día con la DNBC", el cual consistirá en la publicación semanal de las noticias más relevantes sobre las acciones realizadas por la DNBC, garantizando la transparencia y manteniendo a todo el personal y la comunidad informados.
- Crear el programa "Conexión Bomberil", que consistirá en realizar visitas a las estaciones de bomberos locales para resaltar las historias y experiencias de los bomberos, destacando su labor, desafíos y logros. El programa se difundirá a través de redes sociales y otros canales de comunicación, con el fin de promover la valorización y el reconocimiento de su trabajo.
- Se elaborará noticias para la página web de la DNBC, donde se publicarán todas las acciones y actividades realizadas por la entidad. Estas noticias permitirán mantener a la comunidad informada sobre los avances, logros y proyectos en curso, garantizando la transparencia y el acceso a la información actualizada.
- Se realizarán reportajes sobre las acciones más importantes de los bomberos y la DNBC, destacando sus esfuerzos, logros y contribuciones

clave. Estos reportajes se compartirán a través de diferentes canales de comunicación para resaltar su impacto y fortalecer la conexión con la comunidad.

- Se realizará el cubrimiento de las acciones realizadas por la DNBC, documentando y compartiendo a través de diversos canales las actividades más relevantes, con el fin de mantener a la comunidad informada y garantizar la transparencia en la gestión de la entidad.
- Crear un archivo digital que contenga todo el material audiovisual y fotográfico de los eventos realizados por la DNBC, con el objetivo de preservar y organizar la información para su fácil acceso y futura consulta.
- Se mantendrá actualizado el canal de comunicación con los medios, enviando un kit de prensa que incluirá noticias relevantes, audios, videos y el informe de emergencias diario, para que los medios puedan hacer uso de esta información y difundir de manera efectiva las acciones, logros y situaciones relevantes de la DNBC.
- Se implementará una estrategia de Líderes de Comunicación, mediante la capacitación de las oficinas de comunicación de los cuerpos de bomberos del país en el manejo de redes sociales. Esto fortalecerá su capacidad para generar contenido relevante, optimizar su presencia digital y aumentar la visibilidad de las acciones de los bomberos a nivel local. De esta forma, la información compartida por los cuerpos de bomberos se convertirá en un insumo clave para la rendición de cuentas de la entidad.
- Elaborar un informe anual de gestión que resuma todas las actividades y resultados alcanzados durante el año, y divulgarlo a través de un programa de redes sociales, boletines y otros medios de comunicación internos y externos.

2.2 APOYO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

En aras de garantizar el flujo de información y fortalecimiento de la imagen institucional, el proceso de Gestión de Comunicaciones acompañará a todos los procesos misionales y estratégicos; **desde la Dirección General**, como brazo fundamental de apoyo al cumplimiento de las estrategias de comunicación para garantizar la **visibilización** de la gestión administrativa en eventos, reuniones, comités, gestión operativa en salidas de campo, entre otras actividades relacionadas al quehacer institucional.

De igual manera, los líderes de proceso deben asegurar que se cumplan los estándares establecidos para el flujo de información a través de los canales de comunicación, supervisando el control previo, la aprobación y el seguimiento de la información.

2.3 CARÁCTER ESTRATÉGICO

- Los directivos aplicarán los procedimientos que rigen el proceso de Gestión de Comunicaciones, así como las estrategias de comunicación propuestas por el equipo para el eficiente logro de los objetivos misionales.
- La comunicación deberá gozar de un espacio institucional para lo cual se proferirán los actos administrativos pertinentes y se realizará la provisión de los recursos financieros, técnicos y humanos suficientes con miras a implementar la política de comunicación.
- Se generarán estrategias que garanticen la participación de los Bomberos de Colombia y la ciudadanía en la política pública Bomberil.
- Las comunicaciones internas y externas deberán pasar por un consejo de editorial que contará con la aprobación de la Dirección Nacional como principal responsable del proceso.

2.4 COMUNICACIÓN CON EL PÚBLICO INTERNO

Los funcionarios y contratistas de la entidad deben interiorizar la visión, misión y objetivos institucionales en concepto y práctica. Esto implica que las relaciones entre los servidores públicos no estar basadas en el diálogo, el respeto y la participación, para la promoción permanente del trabajo en equipo, contribuyendo al fortalecimiento de un clima laboral saludable, el cual se basa en una gestión ética, eficiente y eficaz.

Acciones:

- El resultado del relacionamiento que surja entre contratistas y la entidad será de propiedad de la DNBC.
- Las comunicaciones internas divulgadas a través de canales oficiales como correos electrónicos estarán a cargo de funcionarios de planta con la misión de comunicaciones en sus funciones. Asimismo, el trabajo estará mancomunado con el cumplimiento de las obligaciones de los contratistas que coincidan con lineamientos de comunicaciones internas.
- El proceso de Gestión de Comunicaciones debe realizar semestralmente la evaluación de los canales de comunicación internos de la entidad, así como el carácter pertinente de la información, respeto por los servidores públicos, la entidad, y que estará amparado por un documento que previamente exprese las necesidades del servicio de publicación.

2.5 COMUNICACIÓN CON EL PÚBLICO EXTERNO

La comunicación de la entidad, a nivel externo, se orienta a la prestación de un servicio de calidad, donde se debe practicar la escucha, receptividad y empatía frente a los usuarios quienes en su mayoría son Cuerpos de Bomberos, ciudadanía, medios de comunicación y demás actores de la democracia, aplicando la transparencia en todas sus actuaciones y la rendición de cuentas oportuna y suficiente sobre su gestión.

Acciones:

- El relacionamiento con los Cuerpos de Bomberos y demás público externo se deberá ejecutar a través de los canales oficiales establecidos en esta política, los términos de la comunicación (sea cual fuere el tema) deben ir alineados a los principios de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia: respeto, emprendimiento, equidad, legalidad, transparencia y publicidad.

- El relacionamiento de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia con los proveedores se dará en el marco del beneficio de la gestión institucional a través de los funcionarios y contratistas pertenecientes a los procesos que conforman la entidad y que tienen algún tipo de acercamiento con los proveedores.
- La relación que surja entre contratistas y proveedores se tendrá que realizar a través de los medios de comunicación establecidos en esta política, cumpliendo los principios de la transparencia y respeto; y no vulnerará el lineamiento de confidencialidad y reputación en favor de terceros en el contexto institucional.
- Los productos que surjan en el marco de esta relación quedarán a plena disposición de la Dirección Nacional de Bomberos, una vez finalice cualquier tipo de relación de la Entidad con los contratistas y los proveedores, quien será el responsable de conservar dicha información y memoria institucional serán los gestores de los procesos.
- Los contratistas y proveedores tendrán que dar cumplimiento tácito a los términos y condiciones en los que se dé el relacionamiento en el marco de la gestión institucional.
- El proceso de Gestión de Comunicaciones debe realizar semestralmente la evaluación de los canales de comunicación externos de la entidad con los grupos de interés, analizando la pertinencia de la información y escogiendo la metodología más adecuada para su realización con el fin de conocer el alcance que se tiene e identificar las posibles mejoras del proceso.

2.6 APERTURA Y VISIBILIDAD EN LA COMUNICACIÓN CON LOS USUARIOS

- La comunicación con los usuarios que acuden a la DNBC se ejecuta en términos de respeto, claridad, pertinencia, oportunidad y transparencia, teniendo en cuenta que la razón de ser de la administración es la prestación de un servicio de excelente calidad.
- El contacto de cualquier persona, entidad pública/privada o Cuerpo de Bomberos con un área y/o proceso específico de la entidad, se asume como un contacto institucional y por tanto se debe demostrar interés por atender sus requerimientos y orientarlos adecuadamente.
- En aplicación de los principios de acceso a la información pública y de rendición de cuentas, la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia debe informar a las respectivas audiencias sobre sus actuaciones y gestión.
- Las respuestas que se den a los requerimientos de los usuarios deben ser personalizadas, oportunas y sin evasivas.

2.7 VOCERÍAS INSTITUCIONALES

- La Dirección Nacional de Bomberos, establece voceros autorizados en temas estratégicos de su gestión y misión, quienes se expresan únicamente en los temas que son de su competencia. En la actualidad, los voceros autorizados por la entidad son: el director nacional de Bomberos, el subdirector Estratégico y de Coordinación Bomberil, el subdirector Administrativo y Financiero y el Asesor del Despacho o a quien el director nacional de Bomberos delegue.
- La Entidad define y promulga los criterios de manejo de la información, cuidando de imagen corporativa y confidencialidad, que deben seguir todos los funcionarios y colaboradores de la entidad.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

2.8 RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- El proceso de Gestión de Comunicaciones es el encargado de coordinar todo lo relacionado a la presencia de la entidad con los medios de comunicación, cuando sea requerido, dichos voceros serán la imagen de la institución.
- A través de los medios de comunicación se difunde la gestión realizada por la DNBC y se adelanta acercamientos con programas y/o campañas que requieran divulgación de parte de la entidad.
- La DNBC mantendrá relaciones institucionales con los medios de comunicación masiva, asegurando el respeto por estos, la imparcialidad y la autonomía de la entidad, sin verse influenciada por tendencias políticas o intereses particulares. Se garantizará que no exista privilegio exclusivo de la información para ningún medio en particular.

2.9 GESTIÓN DE COMUNICACIONES

2.9.1 PROFESIONAL ESPECIALIZADO EN COMUNICACIONES

Velar, formular, adoptar y ejecutar la Política de Comunicaciones junto con los procesos comunicativos (planes, proyectos, estrategias y demás), orientados a comunicar y potenciar la imagen de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia, al tiempo que cumple con los objetivos propuestos en el marco de fortalecimiento de la política pública Bomberil y lo establecido por el Ministerio del Interior.

2.9.2 EQUIPO DE TRABAJO DEL PROCESO GESTIÓN DE COMUNICACIONES

Facilitar la ejecución y apoyo del comité creativo, cumplir con Política de Comunicaciones, programas, planes y proyectos estratégicos comunicativos establecidos para cada periodo, creando contenidos dinámicos, informativos y formativos que promuevan la cultura de conocimiento, prevención y resiliencia en el país. Este comité contará con profesionales en comunicación social, periodismo, producción audiovisual, fotografía, videografía, diseño, publicidad y especialistas con enfoque en medios de comunicación.

2.9.3 PROCESO DE GESTIÓN DE TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA

Garantizar el buen funcionamiento de la infraestructura de los sistemas informáticos y redes de la entidad. De igual manera, brindar el soporte técnico requerido para subsanar las fallas que eventualmente se puedan presentar en cada uno de ellos.

2.9.4 FUNCIONARIOS Y CONTRATISTAS DE LA ENTIDAD

Participar y ser facilitadores de la información en el momento en que esta sea requerida por el equipo de comunicaciones, apoyando la circulación de la información verídica y el establecimiento de una cultura comunicacional basada en la cooperación y trabajo en equipo.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

3. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

“El comunicador interno además de poseer las competencias y habilidades requeridas por su rol debe gestionar la comunicación interna con un doble sentido: optimizar los canales y promover un cambio cultural” (Brandolini A., 2009).

La Comunicación institucional/ interna es un instrumento indispensable y transversal de la entidad que permite lograr mayor competitividad, compromiso y consenso dentro de toda la estructura organizativa de la entidad en el cumplimiento de su misionalidad, ello apoyado por la cultura organizacional, desde donde se piensan las estrategias para el fortalecimiento y apropiación del concepto comunicacional junto con su importancia en la entidad.

Se trata de la información generada por las actividades de la DNBC y compartida internamente para identificar de manera clara los objetivos, estrategias, planes, programas, proyectos y gestión de sus operaciones.

3.1 LINEAMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

- Orientar a los directivos de la entidad sobre la aplicación, beneficios y resultados de un plan de comunicación acorde con las necesidades vigentes, que vaya enfocado a fortalecer la comunicación interna de la entidad.
- Establecer mesas de trabajo con los gestores de los procesos que conforman la entidad con el fin de ejecutar el plan de comunicación, facilitar el flujo y relacionamiento laboral entre los actores internos DNBC.
- Incrementar la participación de los funcionarios y contratistas en la producción de contenidos propios, adopción de prácticas de comunicación y relacionamiento laboral interno.

3.2 CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

- **Correo electrónico Institucional:** es el canal de comunicación interna que se utiliza para la difusión de mensajes masivos dirigidos al personal de la entidad.
- **Chat de Difusión:** canal de Teams interno que facilita el contacto inmediato y la difusión de información en relación con la DNBC con el personal de la entidad, este medio opera con previa autorización del funcionario o contratista para recibir dicha información.
- **Pantallas:** piezas gráficas generalmente publicados en monitores – pantallas de la infraestructura, utilizadas para generar impacto en el público interno acerca de temas y actividades de interés.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

3.3 USUARIOS INTERNOS

Funcionarios de planta, contratistas, personal de servicios generales y de seguridad. El propósito de gestionar la comunicación interna es reforzar las relaciones entre sus integrantes con el fin de visibilizar un clima organizacional saludable donde se construya una visión compartida entorno a ejes estratégicos organizacionales, cumplimiento de logros misionales y sentido de pertenencia con la entidad.

3.4 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EDUCACIÓN EN EL SERVICIO BOMBERIL

Con el objetivo de dar cumplimiento a cuatro de los siete pilares de la política de comunicación es necesario la gestión de una serie de talleres, cursos y programas de formación enfocados en la labor pedagógica en la creación, actualización y buen funcionamiento de las comunicaciones de los cuerpos de bomberos.

3.4.1 Lineamientos pedagógicos para fortalecer la comunicación en los cuerpos de bomberos.

Los lineamientos tienen como objetivo fortalecer las capacidades de comunicación escrita, oral y digital de los Cuerpos de Bomberos para mejorar su desempeño en escenarios de divulgación, atención a medios, redes sociales y relacionamiento institucional y comunitario.

Entre las propuestas programáticas están:

- Técnicas de escritura para comunicación estratégica.
- Habla con poder: vocería e interacción con medios.
- Creación y Gestión de Canales Digitales.
- Relaciones Institucionales y Comunitarias.

4. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa propicia la interacción de la entidad con las distintas partes interesadas como: Bomberos, organizaciones, comunidades y ciudadanos interesados en nuestra actividad, contribuyendo así a mejorar las relaciones y redes de comunicación en la promoción de servicios con base en la información, bajo los principios de oportunidad, accesibilidad y confiabilidad.

4.1 LINEAMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

Fortalecer, a través de mensajes claros y canales adecuados, el servicio público de bomberos, mejorar la relación con las comunidades, medios de comunicación e instituciones, así como consolidar a la DNBC como una entidad eficiente en la gestión del riesgo.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

4.2 MANUAL DE IDENTIDAD

Un Manual de Identidad Visual Corporativa es un documento que establece las normas y directrices para asegurar la coherencia y consistencia en la representación visual de la DNBC.

Este manual es fundamental para mantener una imagen corporativa sólida y reconocible, tanto internamente entre los empleados como externamente ante el público. El objetivo principal del Manual de Identidad Visual Corporativa es garantizar que todos los elementos visuales relacionados con la marca se utilicen de manera consistente y profesional, fortaleciendo así la percepción de la marca y facilitando su reconocimiento por parte del público objetivo.

En esta versión se actualizó el Manual de Identidad Visual Corporativa en cumplimiento de la Ley 2345 de 2023, "La presente ley tiene por objeto establecer medidas que permitan unificar la imagen de las entidades estatales a través de la implementación del Manual de Identidad Visual, prohibiendo las marcas de gobierno con el fin de impedir que se pierda la identidad institucional, además de establecer medidas que permitan la austeridad en la publicidad estatal.

4.3 CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

- **Portal web:** herramienta que divulga información de carácter público acerca de políticas, planes, programas, proyectos, trámites y servicios que ofrece la entidad.
- **Correo electrónico de Peticiones, Quejas, Reclamos, Solicitudes y Denuncias:** canal de contacto, donde el ciudadano y públicos interesados interponen, peticiones, quejas, reclamos y denuncias, mediante el correo electrónico atencionciudadano@dnbc.gov.co.
- **Redes sociales:** recurso de interacción continua que nos permite como entidad acercarnos a las partes interesadas en nuestra gestión, con el fin de facilitar el conocimiento de nuestras acciones y evidenciar nuestro actuar comprometido y transparente. Las redes oficiales de la dirección se manejan en las redes sociales Instagram, Facebook, X, Tiktok y Youtube.
- **Teléfono de contacto:** aplicación de mensajería directa con los usuarios personalizada y con objetivos institucionales para el público Bomberil y de la organización, o en su debido caso un canal de WhatsApp que unifique la comunicación e interacción con estos stakeholders.
- **Medios de comunicación masiva:** buscar espacios de información brindados por noticieros, publicaciones digitales y/o franjas radiales para la publicación de información en temas de políticas Bomberiles, dichas declaraciones son realizadas por el Director Nacional de Bomberos de Colombia o quien él en coordinación con la oficina de gestión de comunicaciones designe. En el debido caso, también se hará uso de plataformas digitales como X y/o página web para la difusión noticiosa.

4.3.1 REDES SOCIALES

La DNBC cuenta con presencia en medios digitales a través de los siguientes nombres registrados en las siguientes redes sociales:

COPIA NO CONTROLADA

Dirección Nacional de Bomberos Colombia

Dirección: Av. Calle 26 # 69 - 76, Edificio Elemento, Torre 4 piso 15, Bogotá

Línea de atención: (1) 555 7926 Ext. 201 - 205

E-mail: atencionciudadano@dnbc.gov.co

Celular: 310 241 4387

23/05/2023

Página 20 | 28

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

X: @DNBomberosCol
Facebook: Dirección Nacional de Bomberos de Colombia
YouTube: @dnbomberoscol
Tik Tok: @dnbomberoscol

Estas cuentas son propiedad exclusiva de esta entidad y se consideran activos digitales institucionales y se rigen por las siguientes cláusulas:

- Titularidad: Las cuentas y perfiles en redes sociales, incluyendo sus nombres de usuario, contraseñas, accesos, configuraciones, estadísticas y cualquier contenido publicado o almacenado en dichas plataformas, pertenecen exclusivamente a la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia.
- Exclusividad: Estas cuentas tienen un uso exclusivamente institucional, por lo tanto, su finalidad es la comunicación oficial de campañas, actividades, alertas, emergencias, noticias, actos administrativos, circulares informativas y demás contenidos de interés público, en el marco de la misión institucional y de las funciones contractuales asignadas.
- Se prohíbe su utilización para fines personales, políticos, comerciales o ajenos a la función pública.
- Toda publicación o interacción deberá observar criterios de veracidad, responsabilidad, neutralidad institucional y respeto.
- Custodia de credenciales de acceso: Las credenciales de acceso (usuarios y contraseñas) de las cuentas oficiales no deben ser compartidos con personas externas a la entidad, ni con funcionarios o contratistas ajenos al área de comunicaciones y sin autorización expresa.
- Cada funcionario o contratista autorizado será responsable individualmente por el uso y custodia de estas credenciales. En caso de desvinculación laboral o terminación de la relación contractual, el responsable debe realizar el proceso de entrega formal de accesos, y la entidad realizará el cambio inmediato de contraseñas.
- Confidencialidad y reserva: Se recuerda que los funcionarios y contratistas del área de comunicaciones están sujetos a deberes de reserva, confidencialidad y buen manejo de la información institucional. Contratos de prestación de servicios, en los que se incorporan cláusulas de confidencialidad de la información a la cual se tiene acceso durante la ejecución del contrato.
- Toda actividad relacionada con redes sociales institucionales debe realizarse bajo los principios de transparencia, legalidad, responsabilidad y seguridad digital.
- Se prohíbe el uso de redes públicas, cafés internet o equipos de terceros para ingresar a las cuentas institucionales oficiales de la Dirección Nacional de Bomberos.
- Cualquier gestión debe realizarse preferiblemente desde equipos oficiales o corporativos provistos por la entidad, o desde dispositivos personales debidamente autorizados bajo protocolos de seguridad definidos por el área de tecnología.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

- Cualquier cambio, modificación o actualización de las credenciales de acceso a las cuentas oficiales deberá ser informado de manera inmediata al correo institucional designado por el área de comunicaciones para tal efecto, a fin de garantizar la trazabilidad, control y seguridad en la administración de estos accesos.
- Cualquier incidente de seguridad (como pérdida de accesos, hackeo o publicación no autorizada) debe ser reportado de forma inmediata al superior jerárquico y al área de tecnología o sistemas de la Dirección Nacional de Bomberos.
- Si las cuentas de redes sociales están a cargo de un contratista por la naturaleza de las obligaciones de su contrato, éstas deberán ser entregadas de manera formal al correo institucional de la Gestión de Comunicaciones para su posterior cambio de contraseñas.

4.4 USUARIOS EXTERNOS

Son aquellas personas que no pertenecen, laboran y/o prestan sus servicios a la Dirección Nacional de Bomberos.

Los usuarios externos se clasifican en:

- **Organizaciones No Gubernamentales:** Las ONG son cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común. Técnicamente las ONG son entidades de derecho privado, sin ánimo de lucro, con claros objetivos de beneficio social, tienen trabajo voluntario y reinvierten sus excedentes en su objeto social.
- **Particulares:** Personas naturales interesadas en los temas institucionales.
- **Órganos de Control:** Procuraduría General de la Nación, Contraloría General de la República y Contralorías Territoriales, Personerías.
- **Gremios y Universidades:** Asociaciones de profesionales, universidades, docentes, representantes estudiantiles, gremios ganaderos, agrícolas, de comercio, transporte, industria o construcción, entre otros.
- **Medios de comunicación:** Prensa, radio, televisión regional, nacional e internacional.
- **Entidades estatales y territoriales:** Ministerios, Departamentos Administrativos, Unidades Administrativas Especiales, Superintendencias, Departamentos, Municipios, y en general, las Entidades centralizadas y descentralizadas del sector Ejecutivo.
- **Instituciones que integran los Bomberos de Colombia:** Cuerpos de Bomberos Voluntarios, Cuerpos de Bomberos Oficiales, Bomberos Aeronáuticos, Juntas Departamentales de Bomberos, Confederación Nacional de Cuerpos de Bomberos de Colombia, Delegación Nacional de Bomberos de Colombia, Junta Nacional de Bomberos de Colombia.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

➤ Unidades Bomberiles

Bomberos Oficiales: empleados públicos o del sector oficial, que prestan su servicio en la actividad Bomberil, por cuenta del respectivo Municipio o Distrito.

Bomberos Aeronáuticos: personas que cuentan con certificado aeromédico, licencia de bombero aeronáutico expedida por la autoridad competente y estén nombrados y vinculados como tal a la entidad Aeronáutica Civil de carácter oficial o a la entidad territorial donde presten su servicio.

Bomberos Voluntarios: personas que cumplen con todos los requisitos de formación Bomberil y son reconocidos como tal, integran las filas de la Institución y asisten a las actividades propias de la misma de acuerdo con lo estipulado en las leyes, decretos reglamentarios, los reglamentos y los estatutos de cada Institución Bomberil, pudiendo ejercer la actividad con o sin remuneración alguna.

Estos pueden ser:

Bomberos Voluntarios en servicio activo operativo: son quienes participan en la prevención, atención y control de incidentes y tienen mando sobre el personal de acuerdo con su grado o rango.

Bombero Honoríficamente retirado: Es quien, habiendo prestado sus servicios a la Institución en forma destacada y valiosa, a su retiro definitivo como Bombero Voluntario en servicio activo, merece esta distinción a criterio del Consejo de Oficiales.

4.5 LINEAMIENTOS DE DIVULGACIÓN

Lineamientos adicionales de divulgación generada por los líderes de proceso en el desarrollo de la Información y Comunicación en la DNBC, tanto interna como externamente, incluyen:

- Ser breve
- Ser correcta
- Ser completa
- Ser precisa
- Ser coherente
- Ser oportuna para la fecha de publicación
- Ser pertinente para el público al que está dirigida
- Ser difundida en un lenguaje claro y adecuado al perfil de los usuarios.
- Estar redactada según las reglas de redacción y ortografía del español
- Ajustarse a los estándares de citación establecidos en las Normas APA, séptima edición, para evitar el plagio y respetar los derechos de autor.

Estos requisitos aseguran que la información comunicada por la DNBC sea clara, precisa, respetuosa de los derechos de autor y adecuada para su audiencia prevista.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

4.6 PLAN DE MEDIOS

La realización de un plan medios contempla varios aspectos estratégicos que permitirán afianzar las relaciones con los medios de comunicación.

- Objetivo: Gestionar el relacionamiento con medios de información con el objetivo de informar a la ciudadanía sobre la gestión de la DNBC.
- Público objetivo: Medios de comunicación tradicionales, alternativos, comunitarios.
- Medios:
 - Medios tradicionales: radio, televisión, prensa.
 - Medios digitales: página web, redes sociales, mail.
 - Medios regionales
 - Medios comunitarios
- Creación de base de datos regionales por municipios y departamentos.
- Base de datos de medios nacionales tradiciones y alternativos.
- Construcción de lazos con medios internacionales.
- Calendario y cronograma: Fechas importantes para las entidades, presencia en territorios, entregar de equipos, graduaciones, alianzas con entidades, alertas relacionadas con la gestión del riesgo.
- Presupuesto: pauta, alianzas con medios.
- Indicadores de medición: Número de personas alcanzadas, menciones, impresiones, compartidos, mensajes, visitas a las redes sociales, correos recibidos.
- Distribución de piezas por canal: Plan de contenido. Redes sociales: Reels, posts, mensajes personalizados, fotos, encuestas, caja de preguntas.
 - Radio: cuña de 30 segundos
 - Prensa digital: Publireportajes en sección de contenidos publicitarios
 - Televisión nacional: comerciales, espacios informativos
- Análisis de resultados. Medición según objetivos planteados.

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

5. COMUNICACIÓN DE CRISIS

Se plantea la construcción de un plan estratégico que contempla las reacciones, mensajes y salidas ante las crisis entendidas como eventuales hechos y narrativas que puedan afectar la credibilidad, reputación operaciones o relaciones de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia, apuntando a quien ejerza la dirección, las subdirecciones, funcionarios y/o contratistas.

A continuación, se presentan posibles eventos de crisis

- Establecer tipo de crisis: Operativas (entrega de insumos, ausencia de insumos necesarios, fallas en las herramientas usadas por el cuerpo bomberil), institucionales (Escándalos de corrupción, incumplimientos contractuales, despedidos, declaratorias de insubsistencias), reputación e imagen (fake news, mala publicidad, filtración de datos, ataques por redes sociales) y naturales (propios de la dinámica del servicios bomberil).
- Principios de la comunicación en crisis.
- Protocolo de gestión: investigación de la crisis, documentación que asevera o refuta, comunicación de la situación a altos mandos, mensaje inicial, relacionamientos con medios de comunicación, pronunciamiento por canales oficiales de la entidad.
- Evaluación y monitoreo de la información, su impacto y las estrategias de contención.
- Una vez se establezca como crisis o como situación que afecte a la entidad en las próximas horas, es necesaria la reunión inmediata de quienes hacen parte del Comité de Crisis. Este encuentro puede ser personal, vía reunión por conectividad de correo electrónico o WhatsApp.

Comité de crisis:

- Director o Directora de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia
- Subdirector (a) Estratégico y de Coordinación Bomberil
- Subdirector (a) Administrativa y Financiera
- Delegado de oficina de Gestión de Comunicaciones
- Contratista o funcionario delegado de la oficina encarga del tema en cuestión
- Asesor jurídico según el tema
- Asesor de planeación según el tema

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

6. Plan de implementación

Actividad	Responsable	Producto / Evidencia	Indicador	Frecuencia de medición
Difundir la política de comunicación a funcionarios y contratistas.	Proceso Gestión de Comunicaciones	Comunicación interna / correo masivo / acta de socialización	% de funcionarios que recibieron la política	Trimestral
Implementar los pilares estratégicos definidos en la política.	Gestión de Comunicaciones + procesos misionales	Reportes de ejecución / piezas / campañas	% de acciones ejecutadas sobre las planificadas	Semestral
Evaluación semestral de canales internos y externos.	Profesional de comunicaciones internas / externas	Informe semestral de evaluación	Nº de mejoras implementadas frente a hallazgos detectados	Semestral
Actualizar lineamientos de redes sociales según normativa.	Gestión de Comunicaciones + TI	Versión actualizada del protocolo	Nº de actualizaciones anuales	Anual
Reportar avances en materia de comunicación para rendición de cuentas.	Gestión de Comunicaciones	Insumo para informe anual	Nº de informes entregados	Anual

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	CAMBIO	VERSIÓN
16/02/2016	Emisión Inicial Oficial	1.0
30/08/2019	Actualización al documento en general y nuevo enfoque comunicativo.	2.0
23/06/2020	Actualización a las políticas de funcionamiento a. Carácter Estratégico e l. Vocerías Institucionales.	3.0
09/06/2021	Actualización de Políticas en el literal c y d. En el Punto 8 de Comunicación Interna, literal b, se eliminación "Google Hangouts"	4.0
29/03/2022	Revisión y actualización general del documento	5.0
16/12/2024	Se incluyó el numeral 2.11 lineamientos adicionales de divulgación y el numeral 2.12 Manual de Identidad Visual Corporativa DNBC.	6.0
20/10/2025	Se agregó tabla de contenido al documento general Se agregó el numeral 2.8 Gestión en comunicaciones Se reemplazó el texto del numeral 1.1.1 Objetivo general Se reemplazaron los objetivos específicos del numeral 1.1.2 Se ajustó el primer, tercer, cuarto, quinto, sexto objetivo específico Se cambió el nombre al 1.4 por Marco normativo e institucional En el numeral 1.4 se agregó la Ley 1575 del 2012 Por medio de la cual se establece la Ley General de Bomberos de Colombia y su artículo 45 En el numeral 1.4 se agregó la Ley 1575 del 2012 y Artículo 46. Se agregó el numeral 2.1 Pilares de la política de comunicación de la DNBC Se cambió el numeral 2.1 por 2.2 Apoyo Estratégico Institucional Se cambió el numeral 2.2 por 2.3 Carácter estratégico Se cambió el numeral 2.3 por 2.4 Comunicación con el público interno Se cambió el numeral 2.4 por 2.5 Comunicación con el público externo Se cambió el numeral 2.5 por 2.6 apertura y visibilidad en la comunicación con los usuarios Se cambió el numeral 2.6 por 2.7 Vocería institucional Se cambió el numeral 2.7 por 2.8 Relación con medios de comunicación Se reemplazó el 2.8 Roles y Responsabilidades por 2.9 Gestión en comunicaciones Se reemplazó 2.8.1 por 2.9.1. Profesional Especializado en comunicaciones Se reemplazó 2.8.2 por 2.9.2 Equipo de trabajo del proceso gestión de comunicaciones Se reemplazó 2.8.3 por 2.9.3 Proceso de gestión de tecnología e informática Se reemplazó 2.8.4 por 2.9.4 Funcionarios y contratistas de la entidad Se reemplazó 2.9 comunicación interna – comunicación organizacional por 3. Comunicación institucional Se reemplazó 2.9.1 Metas internas comunicaciones por 3.1 Lineamientos de la comunicación interna	7.0

	PROCESO GESTIÓN COMUNICACIONES	
	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA	Vigente Desde: 12/12/2025

	Se reemplazó 2.9.2 Canales de comunicación interna por el ítem 3.2 Se reemplazó 2.9.3 por 3.3 Usuarios internos Se agregó el ítem 3.4 comunicación estratégica para la educación en el servicio bomberil Se agregó el ítem 3.4.1 Lineamientos pedagógicos para fortalecer la comunicación en los cuerpos de bomberos. Se reemplazó el ítem 2.10 por 4. Comunicación externa Se agregó el ítem 4.1 lineamientos de la comunicación externa Se reemplazó 2.12 Manual de identidad visual corporativa DNBC por 4.2 Manual de identidad Se reemplazó el ítem 2.10.1 por 4.3 canales de comunicación externa Se agregó el ítem 4.3.1 Redes sociales Se reemplaza 2.10.2 por 4.4 Usuarios externos Se reemplazó 2.11 por 4.5 Lineamientos de divulgación Se agregó el ítem 4.6 Plan de medios Se agregó el ítem 5.0 Comunicación de crisis Se agregó el ítem 6.0 Plan de Implementación	
--	---	--

CONTROL DE CAMBIOS

Elaboró Nombre: Andrea Dávila Claro Cargo: Contratista proceso de gestión comunicaciones Firma:	Revisó Técnicamente Nombre: Juan Pablo Ardila- Ct. Edgar Hernán Molina Cargo: Asesor Jurídico- Supervisor gestión comunicaciones Firma:	Revisó Metodológicamente Nombre: Victor Castro Cargo: Contratista análisis y mejora continua Firma:	Aprobó. Nombre: Ct.Lina María Marín Rodríguez Cargo: Directora Nacional Bomberos de Colombia Firma:
--	---	--	--