

PLAN DE COMUNICACIONES CUERPO OFICIAL BOMBEROS DE BOGOTÁ 2025

Para el año 2025, desde el área de Prensa y Comunicaciones, se propone el desarrollo de una estrategia dirigida a mantener el buen nombre y posicionamiento positivo de la entidad, tanto hacia los grupos de interés externos como los internos. Por ello, se propone el desarrollo de una estrategia integral de comunicaciones, que defina tácticas para alcanzar el propósito de comunicar efectivamente, en las tres grandes componentes temáticos que integran el plan propuesto:

- Comunicación organizacional
- Comunicación misional
- Comunicación para el relacionamiento

Comunicación Organizacional (interna)

Objetivo: Fortalecer la apropiación de la cultura organizacional de la entidad, mejorando la comunicación con el público interno, impactando en éste los valores y misión de la entidad

- Producción del boletín informativo interno de Bomberos Bogotá: ‘El Hidrante’ y ‘El Hidrante Hoy’.

Meta al año: 52 al año, lo que se traduce en uno a la semana. Hay meses que tienen 5 semanas, lo que variaría la meta mensual entre 4 y 5.

Medición:

Marzo 31: 20%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: la tercera semana del mes de enero de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Creación de una campaña dirigida al público interno de Bomberos Bogotá y su puesta en marcha, enfocada en la apropiación de la cultura organizacional.

Meta: 1 al año.

Medición:

Marzo 31: 10%

Junio 30: 70%

Septiembre 30: 100%

Diciembre 31: 100%



Fecha de inicio de la actividad: en el mes de febrero de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Medir la percepción efectiva de la comunicación interna.

Meta: 1 medición al año

Medición:

Marzo 31: 50%

Junio 30: 100%

Septiembre 30: 100%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de marzo de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

Comunicación misional (externa)

Objetivo: Informar a la ciudadanía temas de interés como emergencias, fortalecimiento institucional y prevención, de tal forma que redunde en cambios de hábitos en los hogares, el comercio, entorno educativo y el entorno.

- Campañas de prevención por los diferentes canales de comunicación que están a disposición de la entidad: página web y redes sociales.

Meta: 10 al año.

Medición:

Marzo 31: 20%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: la tercera semana del mes de enero de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Realizar taller de comunicación estratégica con los líderes de los equipos de trabajo de manera que se genere la corresponsabilidad de la información y se den líneas para el manejo de videos, fotografías y testimonios de los beneficiarios.

Meta: 1 al año

Medición:

Marzo 31: 10%

Junio 30: 20%

Septiembre 30: 100%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de junio de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025



- Realizar Comunicados de Prensa, con información relevante de la entidad.

Meta: 10 al año.

Medición:

Marzo 31: 20%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de febrero de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Creación de una parrilla de contenidos mensual, en la que se indicarán las publicaciones atemporales que podremos publicar.

Meta: 10 al año

Medición:

Marzo 31: 20%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: la tercera semana del mes de enero de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Trivias de conocimiento de la entidad o que lleven a conocer aún más sobre Bomberos Bogotá.

Meta: 3 al año.

Medición:

Marzo 31: 10%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de marzo de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

Comunicación para el relacionamiento (dirección general)

Objetivo: Fortalecer la imagen y presencia en los distintos medios de comunicación y digitales de la dirección, los alcances en las metas y los objetivos trazados.

- Entrevistas en medios con temas propios, de tal forma que se de a conocer la capacidad operativa y administrativa.

Meta: 6 al año.



Medición:

Marzo 31: 20%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: la tercera semana del mes de enero de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Producción de Revistas especializadas Al Rescate.

Meta: 2 al año.

Medición:

Marzo 31: 0%

Junio 30: 50%

Septiembre 30: 50%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de abril de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Un Café con Paula, la cual es una reunión estratégica de la directora en estaciones.

Meta: 5 al año.

Medición:

Marzo 31: 20%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de marzo de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Espacio virtual de la directora.

Meta: 3 al año.

Medición:

Marzo 31: 0%

Junio 30: 45%

Septiembre 30: 75%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de abril de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

- Desarrollo de una estrategia para potenciar las redes sociales de la dirección.
Diseño y desarrollo de 1 estrategia.

Meta: 1 al año.

Medición:

Marzo 31: 0%

Junio 30: 0%



Septiembre 30: 0%

Diciembre 31: 100%

Fecha de inicio de la actividad: en el mes de marzo de 2025

Fecha fin de la actividad: 31 de diciembre de 2025

