

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(120)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	MICHELL TATIANA QUINTERO
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	Mg. ANA PAOLA BALMACEDA MORA
TÍTULO DE LA TESIS	EJECUCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA OFICINA DE ACCIÓN INTEGRAL DEL BATALLÓN DE INFANTERÍA N°15 GENERAL FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL TRABAJO DE GRADO QUE SE PRESENTA A CONTINUACIÓN EN MODALIDAD DE PASANTÍAS TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL PRESENTAR LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN QUE FUE DISEÑADO PARA LA OFICINA DE ACCIÓN INTEGRAL, CON EL FIN DE QUE INTEGRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA DEPENDENCIA. AL SOCIALIZARLO CON EL PERSONAL QUE LABORA EN LA INSTITUCIÓN, FUE ACEPTADO CON LA MEJOR DISPOSICIÓN; ES POR ELLO, QUE SE VIO NECESARIO PONERLO EN PRÁCTICA

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 144	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
-----------------	---------	----------------	-----------



EJECUCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA OFICINA DE
ACCIÓN INTEGRAL DEL BATALLÓN DE INFANTERÍA N°15 GENERAL FRANCISCO
DE PAULA SANTANDER OCAÑA

AUTOR:

MICHELL TATIANA QUINTERO

Trabajo de grado modalidad pasantía para optar al título de Comunicador Social

Directora:

Mg. ANA PAOLA BALMACEDA MORA

Comunicadora social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Febrero de 2019

Dedicatoria

Primeramente quiero dedicarle este título a Dios, por guiarme y hacer de mí una mejor persona cada día, por bendecirme y nunca desaparecerme, del mismo modo agradecerle a mi madre Laudith Quintero quien durante toda mi carrera ha sido la persona que me ha brindado un apoyo fundamental para lograr mis metas y objetivos.

Así mismo a mis hermanas y demás familiares por su motivación para conmigo, amigos que han estado en las buenas y en las malas y me han dado palabras de aliento y enseñarme que por más fuerte que sean los sacrificios en la vida todo vale la pena.

Gracias infinitas a cada una de las personas que ha creído en mí y han visto en mi un ejemplo a seguir. *Dios bendiga sus vidas infinitamente*

Michell Tatiana Quintero

Agradecimientos

Quiero agradecerle a DIOS por su fidelidad para conmigo en toda mi carrera profesional, porque a pesar de todo nunca me ha desprotegido, a la iglesia Cejes quienes de una u otra manera fueron mis consejeros para seguir adelante a pesar de las adversidades en el camino. Del mismo modo a mi familia quienes fueron mi motor y mi apoyo en las diferentes situaciones a mi amada madre que con su esfuerzo logro que culminará con uno de mis mayores sueños.

A la Universidad Francisco de Paula Santander por abrirme las puertas en tan prestigiosa alma mater y formarme como persona y profesional de alta calidad. Del mismo modo a mi directora de pasantías Ana Paola Balmaceda mora quien estuvo en mi proceso atenta a cualquier novedad.

De igual manera al Batallón de Infantería N.15 “General Santander” quienes por un año mantuvieron su apoyo constante para que adquiriera una gran experiencia laboral.

Así mismo agradezco a mi compañero de Batallas Luis Ramírez Acosta quien me respaldo y fue mi ayuda idónea en mis últimos años de carrera profesional, que con su amor y compañía me motivo a continuar dejando a un lado las malas experiencias.

Por último y no menos importante agradecerle a mi compañera y amiga María Angélica Angarita quien el Batallón Santander me dio gran privilegio de conocerla y compartir excelentes momentos que serán difíciles de olvidar.

Índice

Capítulo 1. Ejecución del plan estratégico de comunicación para la oficina de Acción Integral del Batallón De Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander Ocaña.....	1
1.1.Descripción breve de la empresa	1
1.1.1. Misión.	3
1.1.2. Visión.	3
1.1.3. Objetivos de la empresa.	4
1.1.4. Estructura organizacional.....	5
1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.....	10
1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	12
1.2.1. Planteamiento del problema.	15
1.3. Objetivos de la pasantía	16
1.3.1. General.	16
1.3.2. Específicos.	17
1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	17
1.5. Cronograma de actividades.....	19
Capítulo 2. Enfoques referenciales.....	21
2.1. Enfoque Conceptual.....	21
2.1.1. Plan Estratégico de Comunicación.....	21
2.1.2. Comunicación Interna.	22
2.1.3. Comunicación Externa.	22
2.1.4. Diagnóstico.	23
2.1.5. Cultura organizacional.	23

2.2. Enfoque legal	24
2.2.1. Declaración Universal de los Derechos Humanos.	24
2.2.2. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.	24
2.2.3. Constitución política de Colombia.....	25
2.2.4. Ley 1437 de 2011.....	25
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.....	31
3.1. Presentación de resultados	31
3.1.1. Objetivo 1. Evaluar las estrategias diseñadas del plan de comunicación para la oficina de acción integral.....	32
3.1.2. Objetivo 2. Implementar las estrategias diseñadas dentro del plan de comunicación para la oficina de Acción Integral.	34
3.1.3. Objetivo 3. Realizar seguimiento y evaluación de las estrategias implementadas.....	76
Capítulo 4. Diagnóstico final.....	89
Conclusiones.....	91
Recomendaciones.....	93
Referencias.....	94
Apéndice.....	96

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA.....	13
Tabla 2. Actividades a desarrollar en la pasantía	17
Tabla 3. Cronograma de actividades de la pasantía.....	19
Tabla 4. Estrategias del plan de comunicación.....	31

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama del Batallón de Infantería N° 15 General Francisco .	5
Figura 2. Organigrama Oficina Acción Integral del Batallón.	9
Figura 3. Socialización del plan de comunicación con el coronel.	32
Figura 4. Socialización del plan de comunicación ante el Mayor Adolfo Henríquez.	33
Figura 5. Volante de invitación al festival de cometas.	35
Figura 6. Volante de invitación a la jornada de lectura en voz alta.	35
Figura 7. Volante banquete del libro	36
Figura 8. Volante de invitación a la jornada de lectura en voz alta.	37
Figura 9. Volante invitación a celebración día de niño.	37
Figura 10. Volante en conmemoración del día de la mujer colombiana.	38
Figura 11. Invitación a los medios de comunicación.	39
Figura 12. Mensaje navideño para el personal que labora en la Unidad Táctica.	40
Figura 13. Video viaje al corazón del oriente (Ver apéndice D).	41
Figura 14. Guion viaje al corazón del oriente (Ver apéndice E).	42
Figura 15. Vídeo plan navidad diamante.	43
Figura 16. Guion literario vídeo plan navidad diamante.	44
Figura 17. Video II encuentro de emprendedores comunitarios.	45
Figura 18. Guion de cuña radial. Lectura en voz alta(Ver apéndice F)	46
Figura 19. Guion de cuña radial. Banquete del libro (Ver apéndice G).	47
Figura 20. Guion de cuña radial. Jornada de lectura en voz alta(Ver apéndice H)	48
Figura 21. Portada, y contra portada revista institucional.	49
Figura 22. Cartelera informativa	50
Figura 23. Cubrimiento avances operacionales en el Catatumbo.	51
Figura 24. Entrevista Noti Catatumbo.	51
Figura 25. Entrevista General Mejía	52
Figura 26. Visita emisoras para invitar a las actividades del batallón Santander.	52
Figura 27. Actividad para elevar la moral a los soldados del Batallón.	53
Figura 28. Actividades con el personal de soldados de la oficina de Acción Integral,.....	54

Figura 29. Actividades con la CEFAM a las parejas del cantón “El trapiche”	55
Figura 30. Actividades deportivas y aeróbicos para el personal del batallón.	55
Figura 31. Celebración de día del héroe.....	56
Figura 32. Celebración del “día del sol”	57
Figura 33. Celebracion de los cumpleaños.....	58
Figura 34. Celebracion del día del niño del canton militar “El Trapiche”.....	59
Figura 35. Celebracion del día de la mujer colombiana.....	59
Figura 36. Jornada de apoyo al desarrollo en el municipio de Bucarasica.	61
Figura 37. Celebración del día de la mascota en la institución Educativa Alianza.....	62
Figura 38. Acompañamiento a la feria del libro del colegio Don Bosco	62
Figura 39. Jornada de limpieza en el parque infantil Lucia Padilla	63
Figura 40. Celebración día del niño con los niños escritores del diario la opinión.....	64
Figura 41. Banquete del libro en el municipio de Rio de Oro Cesar.	64
Figura 42. Celebración del día del niño en el parque San Francisco.	65
Figura 43. Celebración del día del niño en La Escuela Simón Bolívar.....	65
Figura 44. Celebración del día del niño en la estación de policía de Ocaña.	66
Figura 45. Campañas de prevención en institución educativa Simón Bolívar.....	67
Figura 46. Campañas de prevención en institución San Miguel, del Municipio de Río ...	67
Figura 47. Campañas de prevención en la escuela rural Bermejál.....	68
Figura 48. Campañas de prevención en las instituciones educativas.	69
Figura 49. Charla a campesinos y líderes de la vereda Aspasica	69
Figura 50. Proyectos para el mejoramiento de vía del barrio IV Centenario.....	70
Figura 51. Proyectos para el mejoramiento de vía que conduce a la vereda Oroque.....	71
Figura 52. Proyectos de infraestructura en el barrio Alejandría.....	72
Figura 53. Mejoramiento de la calidad de vida a estudiantes de la escuela la Selva	73
Figura 54. Reunión y almuerzo con alcaldes de norte de Santander.....	74
Figura 55. Reunión y almuerzo con alcaldes de norte de Santander.....	74
Figura 56. Reunión con la asociación de campesinos	75
Figura 57. Inauguración de la segunda edición de la revista BISAN.....	75
Figura 58. Seguimiento y evaluación de las estrategias implementadas.....	76
Figura 59. Resultado primera pregunta de la encuesta.....	78

Figura 60. Resultado segunda pregunta de la encuesta.	79
Figura 61. Resultado tercera pregunta de la encuesta.	80
Figura 62. Resultado cuarta pregunta de la encuesta.	81
Figura 63. Resultado quinta pregunta de la encuesta.	82
Figura 64. Resultado sexta pregunta de la encuesta.	83
Figura 65. Resultado séptima pregunta de la encuesta.	84
Figura 66. Resultado octava pregunta de la encuesta.	85
Figura 67. Resultado novena pregunta de la encuesta.	86
Figura 68. Resultado decima pregunta de la encuesta.	87

Lista de apéndices

Apéndice A. Guía de observación participante para realizar diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	97
Apéndice B. Modelo de Encuesta para realizar un diagnóstico situacional de los procesos comunicativos del Batallón de Infantería Número 15 “General Francisco de Paula Santander”.	99
Apéndice C. Segunda edición revista BISAN, imágenes de la edición especial, “Juntos somos más fuertes”.....	101
Apéndice D. Vídeo: Viaje al corazón del oriente.....	105
Apéndice E. Vídeo: Navidad diamante.....	105
Apéndice F. Vídeo: Segundo encuentro de emprendedores comunitario.....	105
Apéndice G. Cuña lectura en voz alta corregimiento el gitano.....	105
Apéndice H. Banquete del libro.....	105
Apéndice I. Jornada de lectura en voz alta San invilla.....	105

Resumen

El trabajo de grado que se presenta a continuación en modalidad de pasantías tiene como objetivo principal presentar la ejecución del plan de comunicación que fue diseñado por la pasante María Angélica Angarita Carvajalino en el primer semestre del año 2018 y con el fin de que integre las actividades que realiza la dependencia de Acción Integral.

Con el uso metodológico de la observación participante, se pudo conocer que la dependencia no había implementado el plan de comunicación con el que cuenta y al socializarlo con el personal que labora en la institución, fue aceptado con la mejor disposición; es por ello, que se vio necesario ponerlo en práctica para que tanto el personal interno y el externo conozcan las diferentes actividades que se realizan dentro de este comando militar en materia de comunicación estratégica.

De igual manera; se realizó un diagnóstico situacional del estado actual de las comunicaciones de la institución por medio de la implementación de la matriz DOFA para así, conocer sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Introducción

El objetivo de realizar el presente trabajo de grado en modalidad de pasantías en la oficina de Acción Integral del Batallón, es lograr el posicionamiento y mejoramiento del nivel comunicacional de todo el comando militar, generando credibilidad y confianza entre la población civil y la institución; de esta manera, fortalecer la imagen corporativa planeando y ejecutando los objetivos principales de esta sección, implementando campañas de acción integral y desarrollo, logrando que la organización se consolide como una institución que aporta y participa con la comunidad civil y de esta manera, implementar el plan de comunicación que se diseñó anteriormente y que se retoma con el fin de llevarse a cabo durante este proyecto de ejecución.

Desde la oficina de acción integral se busca generar vínculos con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para trabajar conjuntamente y así mejorar cada actividad que se realizará y genere un mayor impacto al público objetivo.

Del mismo modo, se busca el fortalecimiento del sentido de pertenencia del personal que labora en la oficina del Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander y así aumentar la identidad y un mejor clima organizacional, planeando y ejecutando actividades dentro de la institución que fomenten motivación a trabajar por el bien de todos.

Capítulo 1. Ejecución del plan estratégico de comunicación para la oficina de Acción Integral del Batallón De Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander Ocaña

El siguiente trabajo bajo la modalidad de pasantías busca la implementación del plan estratégico de comunicación para la oficina de acción integral del Batallón De Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander con el fin de mitigar las falencias comunicativas que se presentan dentro de la institución. La ejecución de este plan de comunicación logrará fortalecer los procesos comunicativos en el cual se tendrán en cuenta tres importantes ejes que están dirigidos a los públicos internos y externos con el objetivo de mejorar las relaciones internas. Así mismo, se busca elevar la imagen institucional con las diferentes actividades plasmadas dentro del plan de comunicación, diseñado por la pasante anterior María Angélica Angarita Carvajalino.

1.1. Descripción breve de la empresa

Según Batallón de Infantería N°15 (2017), en su hoja de trabajo: plan de acción, el Ejército Nacional de Colombia es una institución militar que:

Tiene como misión desarrollar operaciones para defender la soberanía, la independencia, la integridad territorial y la derrota de la amenaza, para contribuir a generar un ambiente de paz, seguridad, garantizando de esta manera el orden constitucional de la Nación. Por consiguiente, su visión es proyectarse como una institución moderna, profesional, disciplinada, con altos niveles de educación,

entrenamiento, sustentada en el comportamiento ético superior y con una capacidad disuasiva creíble para afrontar los retos que le impone su compromiso con la defensa y la seguridad nacional, contribuyendo a la construcción de los caminos de la paz y el desarrollo de la Nación.

La Trigésima Brigada se encuentra conformada por 5 batallones: “Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander, con sede en Ocaña; Batallón de Infantería N° 13 General Custodio García Rovira; puesto de mando en el municipio de Pamplona; Batallón de Apoyo y Servicios para el Combate No. 30 Guasimales con puesto de mando en la ciudad de Cúcuta; Batallón del Plan Energético Vial No. 10 General José Concha en el municipio de El Tarra; Batallón de Contraguerrillas No. 46 Héroes de Saraguro ubicado en Tibú y el Grupo Mecanizado de Caballería No. 5 General Hermógenes Maza en la ciudad de Cúcuta”.

Actualmente el Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander, se encuentra ubicado en el kilómetro 3, vía Ocaña - Cúcuta al mando el Señor Teniente Coronel Juan Carlos Angarita Suárez.

Esta Unidad tiene jurisdicción en toda la provincia de Ocaña, los cuales comprende los siguientes municipios; Ocaña, Ábrego, La Playa de Belén, Villa Caro, Bucarasica, y dos municipios del departamento del Cesar, Río de Oro y González. (pág. 2)

1.1.1. Misión. La misión del Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander, según BIN°15 (2017), en la hoja de trabajo: plan de acción, es:

Desarrolla operaciones terrestres unificadas, en la jurisdicción asignada mediante la disposición N° 09778 del 24 de agosto de 2017 del comando de la Segunda División del Ejército para combatir los fenómenos generadores de inseguridad y violencia, especialmente el SAP (ELN – EPL), teniendo como guía lo consagrado en la constitución política de Colombia, los tratados internacionales que hacen parte de ésta, la legislación, las normas, la doctrina militar y el plan victoria de la trigésima brigada para la estabilización y la consolidación, actuando como centro de gravedad la legitimidad y hacer importantes aportes sobre la base del desempeño operacional a los ocho objetivos estratégicos de la unidad operativa menor. (pág. 3)

1.1.2. Visión. La visión del Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander, según BIN°15 (2017), en la hoja de trabajo: plan de acción, es:

El Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander, en todo momento realizará actos basados en la ley, proyectando una imagen institucional positiva basada en la honestidad, lealtad, efectividad, prudencia, legitimidad, trabajo en equipo y compromiso institucional, contribuyendo a la construcción de los caminos de la paz y al desarrollo de los municipios de Ocaña, Ábrego, La Playa, Villa Caro, Bucarasica, y cinco veredas del municipio de Sardinata, Norte de Santander y los municipios de Río de Oro y González, departamento del Cesar. (pág. 3)

1.1.3. Objetivos de la empresa. Consolidar la seguridad regional y local para garantizar el desarrollo socioeconómico.

- Proteger los recursos estratégicos y la gobernabilidad.
- Fortalecer el desarrollo integral del hombre como esencia para la transformación.
- Garantizar las capacidades estratégicas para la Defensa Nacional.
- Articular la gestión institucional con mejores prácticas para el planteamiento estratégico, la optimización de recursos, el desarrollo tecnológico y la proyección de la Fuerza. (BIN°15, 2017, pág. 1)

1.1.4. Estructura organizacional.

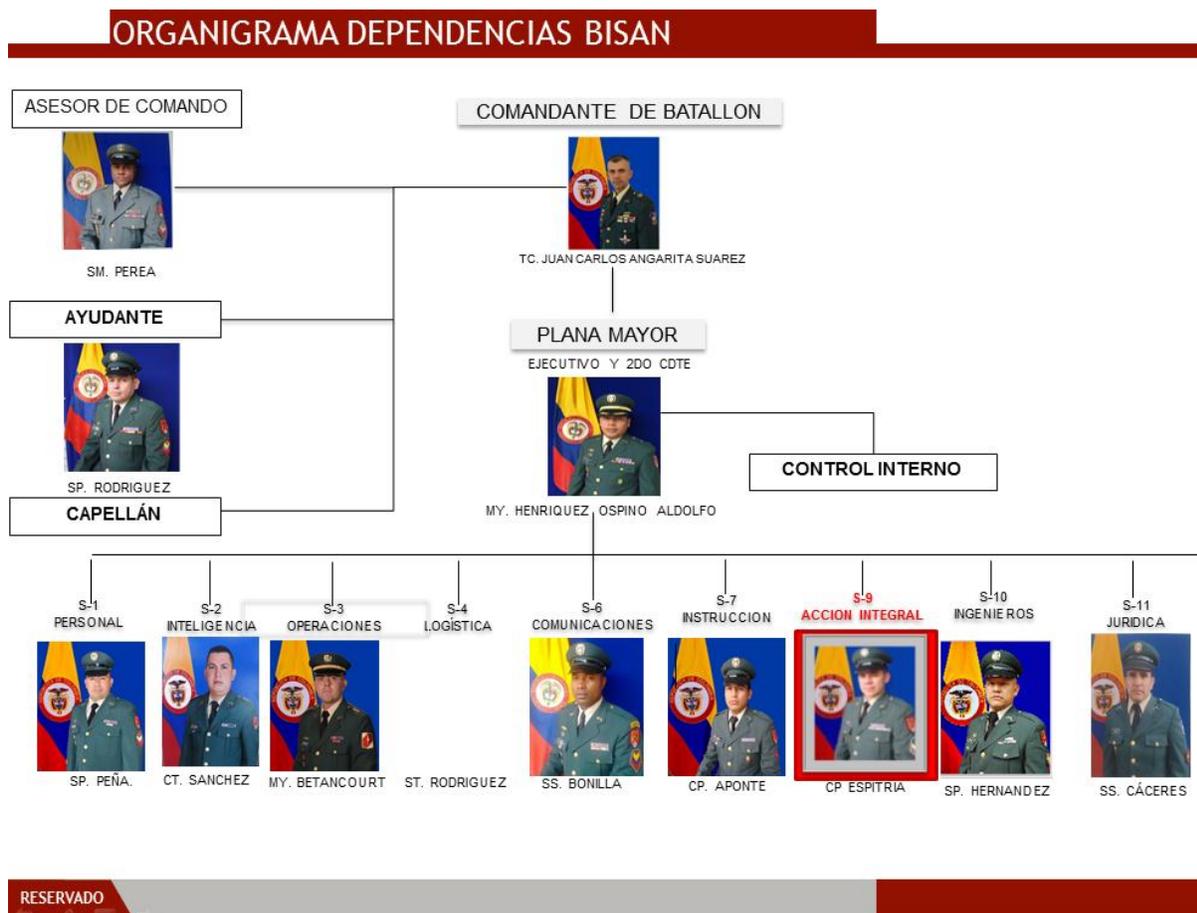


Figura 1. Organigrama del Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander.
Fuente: Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander.

Según la hoja de trabajo ubicada en el comando del Batallón como unidad organizada, el Batallón de Infantería No.15 General Francisco de Paula Santander define su organigrama de la siguiente manera:

Comandante. Este debe cumplir funciones importantes para obtener éxito en el planeamiento y conducción de operaciones de combate.

Funciones. Ejercer el mando

Conocer la situación

Tomar decisiones

Conocer la misión

Asignar misiones a sus repartos

Proporcionar medios

Conducir a las fuerzas

Mantener a las fuerzas

Motivar las fuerzas

Ejecutivo y segundo comandante. Ordenador del gasto, asesora, planea, supervisa y verifica la ejecución de los proyectos de la gestión logística encaminados al mejoramiento del planeamiento logístico, en cumplimiento de la misión y la visión del Batallón.

Funciones. Reemplazar al comandante y asistirlo en todos los asuntos del comando de la Unidad.

Direccionar y coordinar la plana mayor de la unidad. Orientar reuniones, los trabajos que deben realizar y revistas correspondientes, llevando los documentos, soportes y presentar las propuestas al comandante a fin de que pueda tomar una decisión acertada.

Dirigir y fiscalizar la inversión de partidas fiscales asignadas a la unidad, mediante la revisión de cruce de cuentas, además de las comisiones administrativas de la unidad, especialmente en el controlar de adquisición, cancelación y distribución. (Planes de abastecimiento, mantenimiento y de inversiones).

Revisar diariamente aspectos administrativos y de bienestar de la unidad, como casinos, rancho, alojamientos, enfermería, consultorio médico y odontología, guardia, transporte, etc.

Coordinar con la sección logística o cuarta los contratos de arrendamiento y otros servicios requeridos por la unidad para someterlo a consideración del comandante.

Además; se cuenta con varias dependencias que continuamente trabajan por la eficiencia, eficacia y efectividad de sus procesos como lo son:

- **S-1: Sección de personal.** Encargado del manejo del personal y talento humano
- **S-2: Sección de inteligencia y contra inteligencia.** Suministrar información para ejecutar operaciones militares.

- **S-3: Sección de operaciones militares.** Ordenar y planear las operaciones contra el enemigo.
- **S-4: Sección logística.** Encargados de la parte logística y administrativa de la Unidad Táctica.
- **S-5: Sección control interno.** Encargados de verificar a que se estén cumpliendo a cabalidad los procesos de la Unidad.
- **S-7: Sección de instrucción y entrenamiento.** Encargados de verificar que el personal se esté preparando debidamente para realizar las operaciones.
- **S-8: Sección de planes y políticas.** Encargados de planear la organización de la Unidad.
- **S-9: Sección de acción integral y desarrollo.** Se encargan de las actividades con los tres públicos objetivos; población civil, propias tropas y enemigo.
- **S-10: Sección de ingenieros.** Encargados de velar por la infraestructura de la Unidad Militar.

- **S-11: Sección Jurídica.** Encargados de que la parte jurídica del batallón se lleve correctamente. (BIN°15, 2017, pág. 1)

ORGANIGRAMA ACCIÓN INTEGRAL BISAN N° 15



RESERVADO

Figura 2. Organigrama Oficina Acción Integral del Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander.

Fuente: Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander.

El organigrama anterior mencionado es de tipo jerárquico; se realiza con el fin de organizar el personal por antigüedad y grado distintivo de igual manera tener las pautas necesarias para las actividades de la oficina y del mismo asignar las tareas correspondiente a cada persona que labora en la dependencia

1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. Batallón de Infantería Número 15 General Francisco de Paula Santander (2017), la describe de la siguiente manera:

- **Unidad o dependencia.** Oficina Acción Integral BISAN N°15
- **Proceso.** actividades con sus blancos de audiencia (población civil- enemigo- propias tropas).
- **Objetivo del proceso.** Ganar la confianza de sus tres blancos de audiencias (población civil, enemigo y propias tropas).

El objetivo principal de la oficina de Acción Integral es vincularse con otras entidades para trabajar en sus tres blancos de audiencias, en cuanto a población civil, mostrarles la imagen institucional, lograr ganar su confianza y cariño; propias tropas, el fin es elevar la moral de los soldados y personal que hace parte del Batallón y referente con el blanco enemigo, es generar estrategia para que los grupos al margen de la ley se desmovilicen y hagan parte de la población civil. De igual manera, lograr que el personal en general conozca las diferentes actividades que realiza a través de los medios de estrategias comunicativas.

La Oficina de Acción Integral y desarrollo está conformada por un jefe y los profesionales de apoyo, el propósito principal es fortalecer las relaciones cívico

militares de la Unidad y los medios de comunicación, con el fin de llevar seguimientos a las actividades de acción integral teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por el Comando Superior.

Las funciones esenciales son:

- Solicitar los recursos y elaborar programas para llevar a cabo acciones con el fin de facilitar el desarrollo de Acción Integral teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por el Comando Superior.
- Mantener las relaciones con entidades educativas, con el fin de permitir la vinculación del personal militar en dichos programas de capacitación, teniendo en cuenta la normatividad vigente.
- Recibir y controlar mediante el informe periódico de Acción Integral el cumplimiento de las actividades de acción integral, desarrolladas por las unidades tácticas, con el fin de alimentar la base de datos, cumpliendo con la normatividad vigente. (pág. 4)

1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

El análisis de la información se obtuvo por medio de la observación participante analizando los diferentes canales y medios de información que se manejan externamente e internamente en el Batallón de Infantería N°15 “Francisco de Paula Santander”. (Ver apéndice A)

Es de resaltar que la oficina de Acción Integral no cuenta con redes sociales, ni páginas web propias del batallón por políticas propias del Comando General donde ordenan que toda información que se va a suministrar al público por medio de plataformas digitales debe ser por las brigadas a las que pertenecen; en este caso, la Trigésima Brigada del Ejército que se encuentra en la ciudad de Cúcuta. Es por ello, que es necesario implementar el plan de comunicación y realizar productos de alta calidad para que el Ejército Nacional divulgue a nivel nacional las actividades que realiza el Batallón Santander.

Con el objetivo de indagar y conocer un poco más sobre el proceso comunicacional que se maneja desde el Batallón de Infantería N°15 “Francisco de Paula Santander” se aplicó el análisis de la Matriz DOFA que permitiera conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la institución en cuanto a procesos comunicativos.

Tabla 1*Matriz DOFA*

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	<p>La organización utiliza medios alternativos como: Afiches, volantes, pasacalles, pendones, cartelera y perifoneo.</p> <p>Se cuenta con oficina de TIC encargada de diseñar, implementar y capacitar en el buen uso de las tecnologías.</p>	<p>Ausencia de una oficina de prensa propia del Batallón.</p> <p>No hay oficina de atención al usuario dentro de la institución.</p> <p>Las dependencias ajenas a la oficina de acción integral no tienen conocimiento de las actividades realizadas con la población civil.</p> <p>Inasistencia a las reuniones de los empleados por falta de información.</p>
FACTORES EXTERNOS	<p>La organización cuenta con su propia cadena radial nacional y con esta divulgan información a todo público</p> <p>Se cuenta con una red nacional de estrategias comunicativas.</p>	<p>Por cuestiones de movimiento de personal los jefes asignados a acción integral, no son idóneos para ejercer el cargo puesto que asignan personas sin conocimiento de esta dependencia y con esto demuestra que no hay apoyo por parte de la unidad para las diferentes actividades.</p>

Nota. La tabla muestra la Matriz DOFA de la dependencia asignada.
Fuente: Autor del proyecto.

OPORTUNIDADES	F – O	D – O
La comunidad es receptiva a los programas emitidos por el ejército nacional.	Aprovechar la receptividad de la comunidad para diseñar e implementar un plan de comunicación externo que contribuya al mejoramiento de la imagen institucional. F1, O1, O3, O2	Apoyados en las relaciones con las instituciones externas, proponer la creación de una oficina de prensa propia del Batallón para así hacer circular la información adecuadamente. D1, D3, D5, O4, O5, O1
Gracias a la información veraz que suministra el Ejército Nacional, la credibilidad de las entidades gubernamentales es bastante alta.	Hacer uso adecuado de las TIC, con la implementación de estrategias mediáticas para que las demás dependencias y comunidad general conozcan las actividades que se realizan. F2, F3, F4, O1, O2, O3	A través de un programa radial de interacción con la población civil se podría dar la oportunidad de expresar sus opiniones y resolver sus dudas respecto a la institución. D2, O5, O2
Tendencias favorables en la imagen de la institución con entes gubernamentales.	Crear vínculos con las entidades y las organizaciones del municipio, a partir de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) O4, O3	Crear jornadas de recreación y capacitación para incentivar el apoyo por parte de la unidad para las distintas actividades y a su vez capacitar al personal adecuadamente. D4, D5,
Relaciones con instituciones externas en pro de la construcción de paz y desarrollo.		
Divulgación de información por la cadena radial nacional.		
AMENAZAS	F – A	D – A
Deterioro de la imagen institucional.	Posiblemente Crear un portal web para la organización que permita informar a los integrantes del Batallón respecto a las actividades que se están desarrollando. F2, A2, A3, A4	Fortalecimiento de las actividades de capacitación para que así el personal sea competente. D4, A1, A2
Filtración de la información clasificada por parte de grupos al margen de la ley.	Crear campañas radiales y distribuir medios alternativos, para enterar a la comunidad general del quehacer del Batallón y así generar mayor credibilidad. F1, E3, A1	Fomentar la comunicación interna de la organización a través de jornadas integración que permitan a su vez compartir la experiencia individual. D5, D3, A2, A3
		Programar cátedras respecto al uso respectivo de los medios institucionales, para a su vez fortalecer la imagen de la misma. A1, A4, D1

Nota. La tabla muestra la Matriz DOFA de la dependencia asignada.
Fuente: Autor del proyecto.

1.2.1. Planteamiento del problema. Las comunicaciones desde años atrás han sido un proceso importante en cualquier entidad, empresa u organización para su buen funcionamiento, desde estar atento a cualquier situación rutinaria hasta aquella que de repente se puede generar y causar una gran crisis que obligatoriamente denote tomar el control y que a pesar de la situación cualquier que sea, se mantenga la imagen institucional por lo alto.

Se conoce que la población civil de la jurisdicción del Batallón Santander ha estado a lo largo de los años afectada por el conflicto interno, es por ello, que la institución busca que el personal afectado vea la organización como aquella que genera bienestar a la población civil estando atenta a las diferentes necesidades que ellos presenten.

La estudiante María Angélica Angarita Carvajalino, del programa Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, en el primer semestre del 2018 diseñó un plan de comunicación que busca que los públicos internos y externos conozcan las diferentes actividades realizadas por la institución, logrando que confíen y se vinculen a las diferentes campañas propuestas por el Batallón, así mismo se busca que la comunidad vea una entidad que no solo se dedica a brindar seguridad a la soberanía, sino también que busca bienestar integral a su comunidad.

Para este caso, la estrategia comunicacional que se busca implementar tiene como objetivo tres metas: la primera, como atender las necesidades existentes en cuanto a los procesos comunicativos que se manejan desde la oficina de Acción Integral; es por ello, que se quiere elaborar piezas comunicativas como lo son cuñas radiales, medios alternativos y notas

comunitarias y de esta forma llegue la información a muchas masas; segunda, fortalecer la cultura y el clima organizacional para mejorar la comunicación interna, pues se observó que no se realizan actividades en la que se eleve la moral del personal que labora en la institución y generar un buen ambiente organizacional; para esto, se realizarán celebraciones de fechas importantes, actividades lúdico-dinámicas y deportivas; tercero, mejorar la imagen institucional por medio de campañas de integración dirigidas a la población civil, en este ítems se quiere busca realizar actividades de cooperación civil y militar con vinculación de entidades gubernamentales y no gubernamentales, así generar campañas y proyectos como: “Programa Fe en Colombia” “Campaña Amor por la Vida”, entre otras.

En tiempos anteriores las pocas actividades que se desempeñaban no eran difundidas ni por medios de comunicación locales, ni por medios internos; es por esto, que las demás dependencias del Batallón y el público objetivo no tenía conocimiento de lo que se realizaba desde la oficina y esto generaba que el trabajo fuera no reconocido y del mismo modo, exaltar la labor que se estaba llevando.

1.3. Objetivos de la pasantía

1.3.1. General. Implementar el plan estratégico de comunicación diseñado para la oficina de Acción Integral del Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2. Específicos. Evaluar las estrategias diseñadas del plan de comunicación para la oficina de Acción Integral.

- Implementar las estrategias diseñadas dentro del plan de comunicación para la oficina de acción integral.
- Realizar seguimiento y valoración de las estrategias implementadas.

1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 2

Actividades a desarrollar en la pasantía

Objetivo General	Objetivo Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos específicos
Ejecutar el plan estratégico de comunicación que fue diseñado para la oficina de Acción Integral del Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander de Ocaña Norte de Santander.	Evaluar las estrategias diseñadas del plan de comunicación para la oficina de Acción Integral.	<p>Analizar las estrategias diseñadas para el plan de comunicación.</p> <p>Realizar las pertinentes correcciones que sean necesarias modificar dentro del plan de comunicación.</p> <p>1. Estrategia de comunicación “Batallón, Información y Paz”, en prensa, radio, televisión y medios alternativos.</p> <p>Actividades: Diseñar y elaborar piezas de comunicación gráfica como afiches, folletos y volantes</p> <p>Elaboración y producción de material audiovisual, para transmitir través de un circuito cerrado de Televisión y en los medios de comunicación local.</p> <p>Elaboración de cuñas radiales que integren las campañas realizadas.</p> <p>Redacción, fotografía y diseño de la revista institucional.</p>
	Implementar las estrategias diseñadas dentro del plan de comunicación para la oficina de acción integral.	

Nota. La tabla muestra las actividades a desarrollar.
Fuente: Autor del proyecto.

	<p>Carteleras que incluyan la programación de las dependencias.</p> <p>Implementación de un buzón de sugerencias.</p> <p>Mantener permanente contacto con los medios de comunicaciones locales y regionales.</p> <p>2. Estrategia comunicativa “Fortaleciendo Lo Nuestro” para mejorar la cultura y el clima organizacional de la institución.</p> <p>Actividades: Programar pausas activas en pro de oxigenar el ritmo de trabajo en la organización. .</p> <p>Realizar encuentros deportivos y culturales con el objetivo de incrementar la moral y el bienestar de todos los integrantes de la institución.</p> <p>Celebrar fechas especiales del personal civil y militar que integra la institución (Cumpleaños, ceremonias, día de la secretaria, del hombre, de la mujer, entre otros).</p> <p>3. Estrategia de Comunicación Externa “El Batallón Somos Todos” Que busca ganar la confianza y el cariño de la población civil.</p> <p>Actividades: Visitar a los diferentes sectores de los municipios de la jurisdicción con el fin de crear un acercamiento directo con la comunidad.</p> <p>Dirigir campañas de prevención en las diferentes instituciones educativas.</p> <p>Gestionar proyectos para el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones, específicamente a los barrios más vulnerables.</p> <p>Vincular las entidades en campañas que se realizan en pro del beneficio de las comunidades generando así un cambio social.</p>
<p>Realizar seguimiento y evaluación de las estrategias implementadas.</p>	<p>Aplicar una encuesta para determinar si el plan de comunicación ha logrado contrarrestar las falencias comunicativas de la unidad.</p> <p>Realizar un análisis de los resultados de la encuesta aplicada.</p>

1.5. Cronograma de actividades

Tabla 3

Cronograma de Actividades de la Pasantía

ACTIVIDADES	MES I Semana				MES II Semana				MES III Semana				MES IV Semana			
	S E M 1	S E M 2	S E M 3	S E M 4	S E M 1	S E M 2	S E M 3	S E M 4	S E M 1	S E M 2	S E M 3	S E M 4	S E M 1	S E M 2	S E M 3	S E M 4
Analizar las estrategias diseñadas para el plan de comunicación.	■															
Realizar las pertinentes correcciones que sean necesarias modificar dentro del plan de comunicación.		■														
Diseñar y elaborar piezas de comunicación gráfica como afiches, folletos y volantes.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Elaboración y producción de material audiovisual, para transmitir a través de un circuito cerrado de Televisión y en los medios de comunicación local.				■		■		■		■		■		■		■
Elaboración de cuñas radiales que integren las campañas realizadas.				■		■		■		■		■		■		■
Redacción, fotografía y diseño de la revista institucional.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Cartelera que incluyan la programación de las dependencias.				■		■		■		■		■		■		■
Mantener permanente contacto con los medios de comunicaciones locales y regionales.				■		■		■		■		■		■		■

Nota. La tabla muestra el cronograma del Plan de Comunicaciones para la Oficina de Acción Integral.

Fuente: Autor del proyecto.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1. Enfoque Conceptual

2.1.1. Plan Estratégico de Comunicación. Al hablar del Plan Estratégico de Comunicación, Monserrat & Viñes (2015), plantean que:

Expuesta la literatura sobre el tema, entendemos que un Plan Estratégico de Comunicación es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados. (pág. 6)

Por otro lado, Scott, citado en Monserrat & Viñes (2015), muestra los elementos que debe tener un Plan Estratégico de Comunicación, de la siguiente manera:

Considerando comunicación cualquier interacción escrita, hablada o electrónica de una empresa con sus públicos, un plan estratégico de comunicación debe contener: los objetivos prioritarios que la empresa desea lograr con su comunicación; los métodos de trabajo que permitirán alcanzar los objetivos corporativos; el segmento de público a quien se dirigirán las comunicaciones; el calendario, los instrumentos y el presupuesto específicos necesarios para lograr los objetivos y la evaluación, en la que se reflejará cómo se medirán los resultados del plan. (pág. 6)

2.1.2. Comunicación Interna. Al definir el concepto de Comunicación Interna y sus implicaciones en la organización, Bermúdez (2016) expresa que:

La comunicación se refiere a un proceso de interacción mediante el cual las personas intercambian información: es la correspondencia entre dos o más personas y la transmisión de señales mediante un código común entre emisores, receptores y viceversa. Esa comunicación se traslada a las organizaciones en donde se convierte en un elemento transversal en el que participa y se entrelazan cada uno de los miembros. (pág. 6)

2.1.3. Comunicación Externa. Al dimensionar a la comunicación externa como proceso empresarial, López, citado en Portillo (2012), se plantea que:

La comunicación externa surge de la necesidad de la misma organización de interrelacionarse con otros públicos externos, sin la cual su función productiva no podría desarrollarse. Éste la denomina comunicación comercial y la refiere a las acciones comunicativas que comprenden las relaciones con los clientes, proveedores, competidores y medios de comunicación. Por lo cual podría afirmarse que es en este nivel de la comunicación donde se introduce la emisión de mensajes comerciales, como lo es la publicidad, tomando en cuenta los diferentes aspectos de lenguaje formato, contenido y selección de medios. (pág. 4).

2.1.4. Diagnóstico. Al abordar el concepto de diagnóstico desde una perspectiva integradora y aplicada a las diferentes áreas del conocimiento, Arteaga & González (2001), afirman que:

Etimológicamente diagnóstico proviene de gnosis: conocer y día: a través. Así entonces significa conocer a través o conocer por medio de. Sin embargo, diversos autores que abordan este tema van más allá de su raíz etimológica, algunos entendiéndolo como resultado de una investigación, o como una explicación de una situación particular, o como una descripción de un proceso, o como un juicio interpretativo, o bien sólo un listado de problemas con un orden de prioridades: así entonces, es necesario pasar a revisar algunas definiciones al respecto. (pág. 83)

2.1.5. Cultura organizacional. Al hablar del concepto de Cultura Organizacional, García, citado en Fuentes (2012), plantea que:

La Cultura Organizacional es el conjunto de creencias y significados que han sido naturalizados por los miembros de la organización (hábitos de pensamientos), en el marco de un orden hegemónico, los cuales se convierten en el horizonte simbólico de interpretación y orientación de conductas y prácticas. (pág. 11)

2.2. Enfoque legal

2.2.1. Declaración Universal de los Derechos Humanos. Artículo 26°. Según Naciones Unidas (2015):

Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos. (pág. 54)

2.2.2. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Artículo 13°. Según Humanium (1976):

La educación es un derecho humano intrínseco y un medio indispensable de realizar otros derechos humanos. Como derecho del ámbito de la autonomía de la persona, la educación es el principal medio que permite a adultos y menores marginados, económica y socialmente salir de la pobreza y participar plenamente en sus comunidades. La educación desempeña un papel decisivo en la emancipación de la mujer, la protección de los niños contra la explotación laboral, el trabajo peligroso y la explotación sexual, la promoción de los derechos humanos y la democracia, la protección del medio ambiente y el control del crecimiento demográfico. Está cada vez más aceptada la idea de que la educación es una de las mejores inversiones financieras

que los Estados pueden hacer, pero su importancia no es únicamente práctica pues dispone de una mente instruida, inteligente y activa, con libertad y amplitud de pensamiento, es uno de los placeres y recompensas de la existencia humana. (pág. 1)

2.2.3. Constitución política de Colombia. Artículo 20. Según Constitucional (2016):

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 masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (pág. 17)

Artículo 73. De acuerdo con el Artículo 73 de la Constitución Política de Colombia, se expresa que “la actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional” (Constitucional, 2016, pág. 31).

2.2.4. Ley 1437 de 2011. Constitucional (2011) decreta lo siguiente:

CAPÍTULO II

Derecho de petición ante autoridades

Reglas especiales

Artículo 24. Informaciones y documentos reservados. Solo tendrán carácter reservado las informaciones y documentos expresamente sometidos a reserva por la Constitución Política o la ley, y en especial:

1. Los relacionados con la defensa o seguridad nacionales.
2. Las instrucciones en materia diplomática o sobre negociaciones reservadas.
3. Los que involucren derechos a la privacidad e intimidad de las personas, incluidas en las hojas de vida, la historia laboral y los expedientes pensionales y demás registros de personal que obren en los archivos de las instituciones públicas o privadas, así como la historia clínica.
4. Los relativos a las condiciones financieras de las operaciones de crédito público y tesorería que realice la nación, así como a los estudios técnicos de valoración de los activos de la nación. Estos documentos e informaciones estarán sometidos a reserva por un término de seis (6) meses contados a partir de la realización de la respectiva operación.
5. Los datos referentes a la información financiera y comercial, en los términos de la Ley Estatutaria 1266 de 2008.
6. Los protegidos por el secreto comercial o industrial, así como los planes estratégicos de las empresas públicas de servicios públicos.

7. Los amparados por el secreto profesional.

8. Los datos genéticos humanos.

PARÁGRAFO. <Parágrafo CONDICIONALMENTE exequible> Para efecto de la solicitud de información de carácter reservado, enunciada en los numerales 3, 5, 6 y 7 solo podrá ser solicitada por el titular de la información, por sus apoderados o por personas autorizadas con facultad expresa para acceder a esa información.

Jurisprudencia Vigencia.

Artículo 25. Rechazo de las peticiones de información por motivo de reserva. Toda decisión que rechace la petición de informaciones o documentos será motivada, indicará en forma precisa las disposiciones legales que impiden la entrega de información o documentos pertinentes y deberá notificarse al peticionario. Contra la decisión que rechace la petición de informaciones o documentos por motivos de reserva legal, no procede recurso alguno, salvo lo previsto en el artículo siguiente.

La restricción por reserva legal no se extenderá a otras piezas del respectivo expediente o actuación que no estén cubiertas por ella.

Jurisprudencia Vigencia.

Artículo 26. Insistencia del solicitante en caso de reserva. <Artículo CONDICIONALMENTE exequible> Si la persona interesada insistiere en su petición

de información o de documentos ante la autoridad que invoca la reserva, corresponderá al Tribunal Administrativo con jurisdicción en el lugar donde se encuentren los documentos, si se trata de autoridades nacionales, departamentales o del Distrito Capital de Bogotá, o al juez administrativo si se trata de autoridades distritales y municipales decidir en única instancia si se niega o se acepta, total o parcialmente la petición formulada.

Para ello, el funcionario respectivo enviará la documentación correspondiente al tribunal o al juez administrativo, el cual decidirá dentro de los diez (10) días siguientes. Este término se interrumpirá en los siguientes casos:

1. Cuando el tribunal o el juez administrativo solicite copia o fotocopia de los documentos sobre cuya divulgación deba decidir, o cualquier otra información que requieran, y hasta la fecha en la cual las reciba oficialmente.

2. Cuando la autoridad solicite, a la sección del Consejo de Estado que el reglamento disponga, asumir conocimiento del asunto en atención a su importancia jurídica o con el objeto de unificar criterios sobre el tema. Si al cabo de cinco (5) días la sección guarda silencio, o decide no avocar conocimiento, la actuación continuará ante el respectivo tribunal o juzgado administrativo.

PARÁGRAFO. El recurso de insistencia deberá interponerse por escrito y sustentado en la diligencia de notificación, o dentro de los diez (10) días siguientes a ella.

Jurisprudencia Vigencia

Artículo 27. Inaplicabilidad de las excepciones. El carácter reservado de una información o de determinados documentos, no será oponible a las autoridades judiciales, legislativas, ni a las autoridades administrativas que siendo constitucional o legalmente competentes para ello, los soliciten para el debido ejercicio de sus funciones. Corresponde a dichas autoridades asegurar la reserva de las informaciones y documentos que lleguen a conocer en desarrollo de lo previsto en este artículo.

Jurisprudencia Vigencia

Artículo 28. Alcance de los conceptos. Salvo disposición legal en contrario, los conceptos emitidos por las autoridades como respuestas a peticiones realizadas en ejercicio del derecho a formular consultas no serán de obligatorio cumplimiento o ejecución.

Jurisprudencia Vigencia

Artículo 29. Reproducción de documentos. En ningún caso el precio de las copias podrá exceder el valor de la reproducción. Los costos de la expedición de las copias correrán por cuenta del interesado en obtenerlas.

El valor de la reproducción no podrá ser superior al valor comercial de referencia en el mercado.

Jurisprudencia Vigencia

Artículo 30. Peticiones entre autoridades. Cuando una autoridad formule una petición de información o de documentos a otra, esta deberá resolverla en un término no mayor de diez (10) días. En los demás casos, resolverá las solicitudes dentro de los plazos previstos en el artículo 14.

Jurisprudencia Vigencia

Artículo 31. Falta disciplinaria. La falta de atención a las peticiones y a los términos para resolver, la contravención a las prohibiciones y el desconocimiento de los derechos de las personas de que trata esta Parte Primera del Código, constituirán falta para el servidor público y darán lugar a las sanciones correspondientes de acuerdo con el régimen disciplinario.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1. Presentación de resultados

La presentación de los resultados se realiza de acuerdo a los objetivos específicos de la pasantía.

Tabla 4

Estrategias del plan de comunicación

Estrategias del plan de comunicación para la oficina de acción integral del Batallón de Infantería N°15 “General Francisco de Paula Santander”		
“Batallón, Información y Paz”	“Fortaleciendo lo Nuestro”	“El Batallón Somos Todos”
Diseñar y elaborar piezas de comunicación gráficas como afiches, folletos, volantes.	Programar pausas activas que generen bienestar a los orgánicos de la unidad y eleven su moral y así despeñen sus labores con más ánimo.	Visitar a los diferentes sectores de los municipios de la jurisdicción con el fin de crear un acercamiento directo con la comunidad.
Elaboración y producción de material audiovisual, para transmitir a través de un circuito cerrado de Televisión y en los medios de comunicación local.	Realizar encuentros deportivos y culturales con el objetivo de incrementar la moral combativa y el bienestar de todos los integrantes de la institución.	Dirigir campañas de prevención en las diferentes instituciones educativas.
Elaboración de cuñas radiales que integren las campañas realizadas.		Gestionar proyectos para el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones, específicamente a los barrios más vulnerables.
Redacción, fotografía y diseño de la revista institucional.	Celebrar fechas especiales del personal civil y militar que integra la institución.	
Carteleras que incluyan la programación de las dependencias.		Vincular las entidades en campañas que se realizan en pro del beneficio de las comunidades generando así un cambio social.
Mantener permanente contacto con los medios de comunicaciones locales y regionales		

Fuente: Autor del proyecto.

3.1.1. Objetivo 1. Evaluar las estrategias diseñadas del plan de comunicación para la oficina de acción integral.

Actividad 1. Analizar las estrategias diseñadas para el plan de comunicación.

- Inicialmente se realizó el análisis pertinente al plan de comunicación para efectuar las respectivas correcciones y cambios necesarios con el comandante de la Unidad Táctica, el jefe de la oficina de Acción Integral y la dependencia de comunicaciones estratégicas del Programa Fe en Colombia. Resaltando la importancia de lograr ejecutar el plan diseñado con el objetivo de fortalecer los procesos comunicativos del Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander, logrando de esta manera difundir lo que se realiza desde la oficina de acción integral y desarrollo.



Figura 3. Socialización con el coronel.

Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 2. Realizar las pertinentes correcciones que sean necesarias modificar dentro del plan de comunicación.

Las estrategias comunicativas “**Batallón, Información y Paz**”, “**Fortaleciendo Lo Nuestro**” y “**El Batallón Somos Todos**” fueron evaluadas como necesarias para la ejecución, teniendo en cuenta que cumplen con los lineamientos establecidos por el Comando Superior; excepto la actividad de la implementación del buzón de sugerencias, pues este solo está permitido por orden del Comando del Ejército. Se realizó los análisis con el segundo comandante del Batallón Mayor Henríquez Ospino Adolfo.

Así mismo, se llegó a la conclusión de que se implementaran las actividades y finalmente se realizará la pertinente evaluación para conocer el grado de satisfacción del mismo y saber de esta manera si la implementación del plan de comunicación para la oficina del Acción Integral cumplió con los objetivos propuestos.

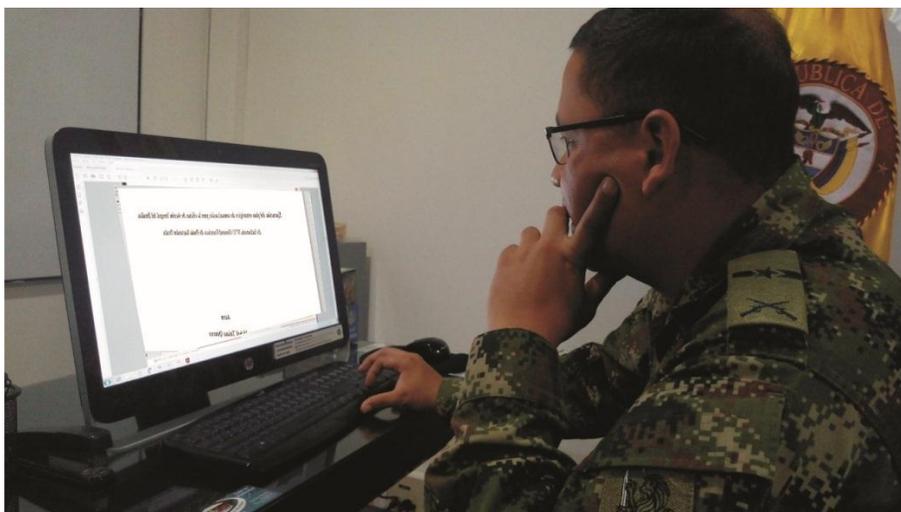


Figura 4. Socialización del plan de comunicación ante el Mayor Adolfo Henríquez.
Fuente: Autor del proyecto.

3.1.2. Objetivo 2: Implementar las estrategias diseñadas dentro del plan de comunicación para la oficina de acción integral.

- **Estrategia 1:**

Estrategia de Comunicación Interna “Batallón, Información y Paz”, en Prensa, Radio, Televisión y Medios Alternativos.

En esta estrategia se desarrollaron las siguientes actividades:

Actividad 1: Diseñar y elaborar piezas de comunicación gráficas como afiches, folletos, volantes.

- Se realiza volante para el festival de cometa dentro del cantón militar “El trapiche” donde participaron niños y padres de familia de los batallones; BATOT 8, BAEEV 10, GAULA MILITAR, BISAN 15, dispensario médico, distrito 37 y la emisora Colombia estéreo.



Figura 5. Volante de invitación al festival de cometas.
Fuente: Autor del Proyecto, Michell Tatiana Quintero.

- Invitación a la población del Gitano de Rio de Oro cesar a llevar a sus niños y adolescentes a participar del evento denominado “sección de lectura en voz alta” con el fin de incentivar a los asistentes a sumergirse al mundo de la lectura.



Figura 6. Volante de invitación a la jornada de lectura en voz alta.
Fuente: Autor del Proyecto

- El banquete del libro se realizó con el fin de que los niños, adolescentes y jóvenes de los colegios de Rio de Oro Cesar participen en la actividad de incentivar la lectura en estudiantes de una forma dinámica y recreativa.



Figura 7. Volante banquete del libro
Fuente: Autor del proyecto.

- La lectura es algo primordial para la educación de las personas, es por ellos que el Ejército Nacional en coordinación a la Secretaría de Educación y la biblioteca pública municipal de Rio de Oro se unieron para realizar un evento que incentive la lectura de los estudiantes de la vereda San Invilla.



Figura 8. Volante de invitación a la jornada de lectura en voz alta.
Fuente: Autor del proyecto.

- Con la finalidad de crear ambientes de sano esparcimiento para los niños y niñas del cantón militar “el Trapiche”, se lleva a cabo la actividad denominada “día del niño” donde se realizó presentaciones culturales, actividad lúdico-dinámicas y además repartió regalos, refrigerios y dulces a los menores.



Figura 9. Volante invitación a celebración día de niño.
Fuente: Autor del proyecto.

- Las mujeres colombianas son guerreras y trabajadoras, por ello el estado colombiano declaró que el 14 de Noviembre fuese el día nacional de ellas y el Batallón no quiso pasar desapercibido esta fecha tan importante y realizó una actividad con las mujeres que laboran en el la Unidad haciendo entrega de detalle resaltando su labor.



Figura 10. Volante en conmemoración del día de la mujer colombiana.
Fuente: Autor del proyecto.

- El cubrimiento de los medios de comunicación es algo muy relevante, es por ello que se realizó volante para invitar a los locales y regionales a participar de la Jornada de Apoyo al desarrollo que se llevaría a cabo en el municipio de Bucarasica, donde se realizaría diferentes eventos en pro del bienestar de los pobladores.



Figura 11. Invitación a los medios de comunicación.
Fuente: Autor del proyecto.

- El comandante del Batallón envía un mensaje al personal de Oficiales, Suboficiales, Soldados y población civil orgánicos de la Unidad de feliz navidad, mostrando así el amor que tiene por cada uno de ellos y el respaldo que les brindará cada día.



Figura 12. Mensaje navideño para el personal que labora en la Unidad Táctica.
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 2: Elaboración y producción de material audiovisual, para transmitir a través de un circuito cerrado de Televisión y en los medios de comunicación local.

- Con el fin de mostrar la cara bonita de la region, sse realiza actividad con la cadena radia Caracol radio donde se hacen presentaciones culturales, y se realizo trasmicion en vivo del evento.

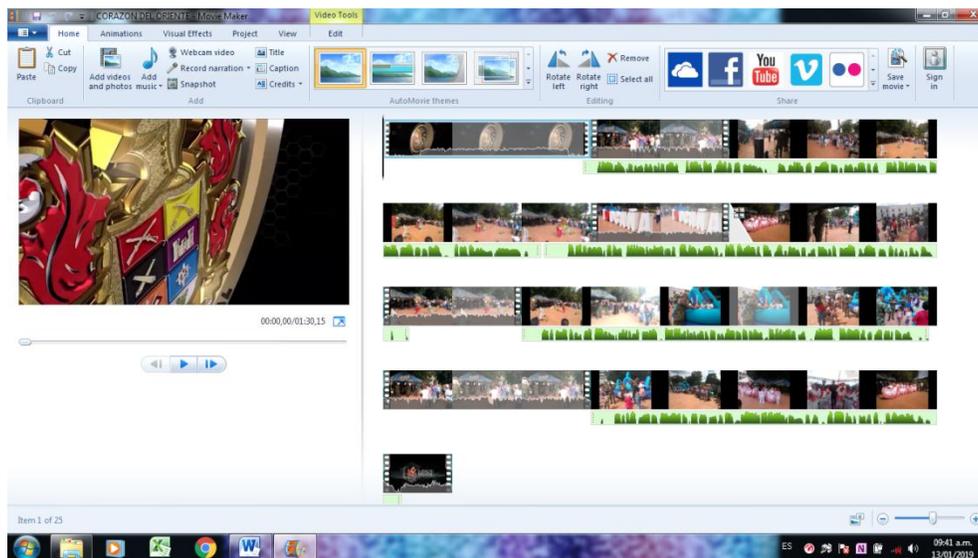


Figura 13. Video viaje al corazón del oriente (Ver apéndice D)

Fuente: Autor del Proyecto.



**MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
EJERCITO NACIONAL
BATALLÓN DE INFANTERIA No. 15 SANTANDER**



DATOS DE LA PRODUCCIÓN

Producto: Vídeo “viaje al corazón de Oriente”

Realizador: Jefe de prensa Batallón Santander

Producción: Michell T. Quintero

Duración: 01:30 segundos

Voz en off: Michell T. Quintero

Inicia con la cortina institucional del Ejército Nacional
(Voz en off con imágenes de apoyo del concierto y fotografías de la danza de los ocañeros)

La Segunda División del Ejército Nacional en conjunto a caracol radio apoya la campaña al corazón del oriente con el fin de realizar actividades en los diferentes municipios de los departamentos de Santander y norte de Santander así mostrar lo bueno de cada uno de estos, hoy fue la oportunidad del municipio de Ocaña donde el Batallón de Infantería No15 trabajo mancomunadamente con la alcaldía municipal y se realizó diferentes actividades culturales en el parque principal de Ocaña//

(Video de 00:05 segundos del baile del grupo de danza “torcoroma”)

En esta actividad participo la escuadra de sensibilización del Batallón de Acción Integral No2 con un grupo de vallenato que entonaron canciones que incentivaron al público de transeúntes acercarse al lugar de la actividad de igual manera se realizaron globo flexia y actividades lúdicas para los menores.
(Vídeo del concierto de los soldados en el parque principal Duración: 00:12 segundos)

Con este tipo de actividades se busca ganar la confianza de la población civil y claramente mostrar la cara amable de los diferentes municipios y acabar con los estereotipos de guerra de la nación

Cortina final Ejército Nacional

HÉROES MULTIMISIÓN
NUESTRA MISIÓN ES COLOMBIA

Fe en la causa

KM 3 Vía a Cúcuta - Ocaña – Norte de Santander.

Tel. No. 097-569 6217 – MK No. 068-507

Bisan@ejercito.mil.co

Figura 14. Guion literario de viaje al corazón del oriente (Ver apéndice E)
Fuente: Autor del Proyecto.

- Se realiza vídeo en conmemoración del plan navidad diamante con la finalidad de darle a conocer a la población civil que pueden pasar las festividades navideñas tranquilos porque el Ejército estará en el territorio nacional brindando seguridad con su mística. En este participaron el comandante del Batallón, el comandante del Guala Militar, el capitán de la unidad motorizada, y el grupo especial de la Unidad.

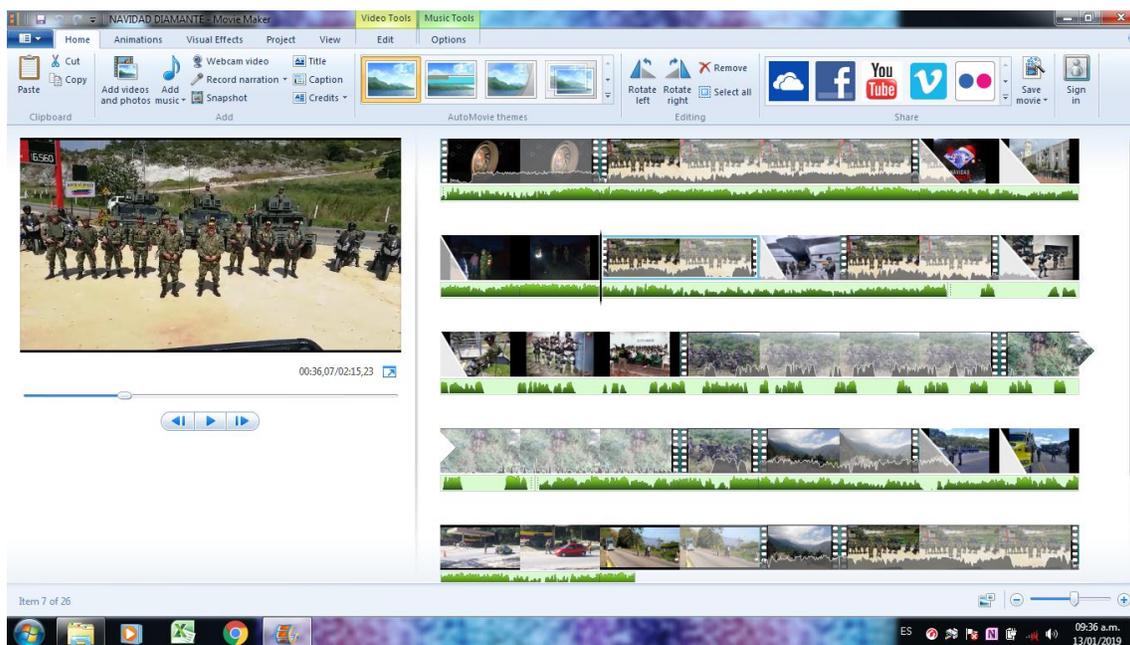


Figura 15. Vídeo plan navidad diamante
Fuente: Autor del Proyecto.



**MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
EJERCITO NACIONAL
BATALLÓN DE INFANTERIA No. 15 SANTANDER**



DATOS DE LA PRODUCCIÓN

Producto: Vídeo “Navidad Diamante”

Realizador: Jefe de prensa Batallón Santander

Producción: Michell T. Quintero

Duración: 02:15 segundos

Inicia cortina Ejército Nacional

Voz en Off Teniente Coronel Juan Carlos Angarita Suarez con imágenes de apoyo Ejército en la vía, fotos de Ocaña y la imagen de la campaña Navidad diamante

Inicia: soy el Teniente Coronel Juan Carlos Angarita Suarez del glorioso Ejército Nacional...

Termina: ...así aplicaremos y utilizaremos todas nuestras capacidades, plan meteoro No 11 y el Gaula militar elite No 2.

Voz Off Teniente Coronel Javier Chona con imágenes y videos de apoyo del Gaula

Inicia: Soy el teniente Coronel Chona Javier comandante del Gaula Militar ELITE No 2...

Termina: ... para acompañar a la comunidad ocañera en una navidad segura.

Voz en Off teniente Norbey Botero con imágenes del grupo especial del BISAN en el área de trabajo

Inicia: Colombianos, soy el teniente botero burgos Norbey somos tropa del Ejército Nacional...

Terminal: ... Ocaña, Abrego y la Playa de Belén.

Todos los soldados del grupo especial del BISAN dicen “Fe en la causa”

Voz en Off Capitán Mauricio Torres Muñoz con imágenes de apoyo de los carros y motos en la via del grupo meteoro.

Inicia: Colombia soy el capitán Torres Muñoz Mauricio del glorioso Ejército Nacional...

Termina: ...orgánico de la Segunda División, está en la vía.

Todos los soldados del meteoro dicen “Fe en la causa”

VIDEO CORONELES ANGARITA Y CHONA EN LA VIA

Voz Off

Viaje seguro porque su Ejército está en la vía

Todos a una sola voz dicen “feliz navidad... fe en la causa”

Finalización cortina del Ejército Nacional.

HÉROES MULTIMISIÓN
NUESTRA MISIÓN ES COLOMBIA

Fe en la causa

KM 3 Vía a Cúcuta - Ocaña - Norte de Santander.

Tel. No. 097-569 6217 – MK No. 068-507

Bisan@ejercito.mil.co

Figura 16. Guion literario vídeo plan navidad diamante

Fuente: Autor del proyecto.

- El segundo Encuentro de Emprendedores Comunitarios “Soy Catatumbo” fue una iniciativa del Presidente de la Republica Iván Duque Márquez con el fin de conocer la unidad de las entidades públicas y privadas y de igual manera conocer las riquezas que fluyen de esta tierra por medio de stand y presentaciones culturales.



MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
EJERCITO NACIONAL
BATALLÓN DE INFANTERIA No. 15 SANTANDER



DATOS DE LA PRODUCCIÓN

Producto: Vídeo “Il encuentro de emprendedores comunitarios”

Realizador: Jefe de prensa Batallón Santander

Producción: Michell T. Quintero

Duración: 02:05 segundos

Inicia cortina general Fe en Colombia

Cortina de texto “Il encuentro de emprendedores comunitario”

VOZ EN OFF

Uriel Rodríguez
Representante productores convite

Inicia: estamos aquí en el parque 29 de mayo con esta muestra empresarial...

Termina: ... y ofrecerles una mayor calidad al consumidor.

Cortina de texto “76 instituciones vinculadas”

VOZ EN OFF

Carlos Fernández
Representante ASOPROCANOR

Inicia: hoy estamos aquí en el stand proveyendo...

Termina: ... Todos los productos que tenemos en la región y sobre todo el región cacaoteros.

Cortina de texto “diferentes escenarios”

VOZ EN OFF

Jorge Enrique Reyes
Coordinador de mercadeo FESC

Inicia:
Termina:

HÉROES MULTIMISIÓN
 NUESTRA MISIÓN ES COLOMBIA
 Fe en la causa
 KM 3 Vía a Cúcuta - Ocaña - Norte de Santander.
 Tel. No. 097-569 6217 – MK No. 068-507
 Bisan@ejercito.mil.co

Figura 17. Video Il encuentro de emprendedores comunitarios.
 Fuente: Autor del Proyecto.

Actividad 3: Elaboración de cuñas radiales que integren las campañas realizadas.

- Para invitar a los niños, adolescentes y jóvenes de la vereda el Gitano de Rio de Oro Cesar a participar de las actividades de lectura ejecutadas por el Batallón y la biblioteca pública.



MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
EJERCITO NACIONAL
BATALLÓN DE INFANTERIA No. 15 SANTANDER



DATOS DE LA PRODUCCIÓN

Producto: Cuña radial “lectura en voz alta”

Realizador: Jefe de prensa Batallón Santander

Producción: Michell T. Quintero

Duración: 0:34 segundos

Voz en off: Michell T. Quintero

¡Corregimiento el gitano de rio de Oro cesar!

Este 25 de Octubre te invitamos a la jornada de lectura en voz alta, donde encontraras actividades lúdicas dinámicas y recreativas en la escuela del corregimiento//

//Te esperamos a las ocho de la mañana en la escuela el gitano//

Ven y comparte y déjate sumergir en el maravilloso mundo de la lectura

Invita: biblioteca pública municipal y el Batallón de infantería No15 General Santander//

Ejército Nacional, fe en Colombia

HÉROES MULTIMISSION
NUESTRA MISIÓN ES COLOMBIA
Fe en la causa
KM 3 Vía a Cúcuta - Ocaña – Norte de Santander.
Tel. No. 097-569 6217 – MK No. 068-507
Bisan@ejercito.mil.co

Figura 18. Guion de cuña radial. Lectura en voz alta. (Ver apéndice F)
Fuente: Autor del proyecto.

- El Banquete del libro fue una actividad dirigida a estudiantes desde el grado de primaria a secundaria a participar en el parque principal de Rio de Oro Cesar en una actividad creada para incentivar la lectura de una forma recreativa y dinámica. Esta cuña se difundió por la emisora Colombia Estéreo.



**MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
EJERCITO NACIONAL
BATALLÓN DE INFANTERIA No. 15 SANTANDER**



DATOS DE LA PRODUCCIÓN

Producto: Cuña radial “Banquete del libro”

Realizador: Jefe de prensa Batallón Santander

Producción: Michell T. Quintero

Duración: 0:34 segundos

Voz en off: Michell T. Quintero

¡Banquete del libro!
Este 24 de Octubre en el parque principal de rio de Oro//
Ven y disfruta de los placeres de la lectura y el paladar//
Un día, donde el sabor de un buen libro, llenara tu mañana de tranquilidad y armonía//
Rioderenses y amigos dela región, no se pierdan de esta oportunidad//
Y regocijémonos juntos de cultura y diversión a las ocho de la mañana en el parque principal de Rio de Oro.
Invita: biblioteca pública municipal y el Batallón de infantería No15 General Santander//
Ejército Nacional, fe en Colombia

HÉROES MULTIMISIÓN
NUESTRA MISIÓN ES COLOMBIA
Fe en la causa
KM 3 Vía a Cúcuta - Ocaña – Norte de Santander.
Tel. No. 097-569 6217 – MK No. 068-507
Bisan@ejercito.mil.co

Figura 19. Guion de cuña radial. Banquete del libro (Ver apéndice G)

Fuente: Autor del proyecto.

- La jornada de lectura en voz alta se llevó a cabo en la vereda de San In villa de Rio de Oro Cesar, en esta se realizó charlas en contra del maltrato intrafamiliar, se repartieron libros a la población que asistió pues conocieron de la actividad por medio de la emisora Colombia Estéreo.



**MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
EJERCITO NACIONAL
BATALLÓN DE INFANTERIA No. 15 SANTANDER**



DATOS DE LA PRODUCCIÓN

Producto: Cuña radial “Jornada de lectura en voz alta”

Realizador: Jefe de prensa Batallón Santander

Producción: Michell T. Quintero

Duración: 0:31 segundos

Voz en off: Michell T. Quintero

Vereda de San Invilla de Rio de Oro Cesar

Este 26 de octubre te invitamos a la jornada de lectura en voz alta, donde encontraras actividades lúdico dinámicas y charlas//

En la antigua escuela de la vereda//

Te esperamos a las ocho de la mañana
Ven y comparte y déjate sumergir en el maravilloso mundo de la lectura
Invita: biblioteca pública municipal y el Batallón de Infantería No 15 General Santander//

Ejército Nacional, Fe en Colombia

HÉROES MULTIMISIÓN
NUESTRA MISIÓN ES COLOMBIA

Fe en la causa
KM 3 Vía a Cúcuta - Ocaña – Norte de Santander.
Tel. No. 097-569 6217 – MK No. 068-507
Bisan@ejercito.mil.co

Figura 20. Guion de cuña radial. Jornada de lectura en voz alta (Ver apéndice H)
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 4: Redacción, fotografía y diseño de la revista institucional.

Se elabora la revista institucional del Batallón de Infantería N° 15 General Francisco de Paula Santander, de acuerdo con lo establecido en el Plan de comunicación, en esta edición se quiso resaltar la labor de las Unidades Militares en el Catatumbo y de igual manera la visita presidencial y la activación de la Fuerza de Despliegue Rápido. (Ver Apéndice C).



Figura 21. Portada, y contra portada revista institucional.

Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 5: Carteleras que incluyan la programación de las dependencias.

- Cartelera informativa para publicar información relevante de las dependencias de Unidad Militar, esta se instaló en el casino del soldado pues es el lugar más concurrido del Batallón.



Figura 22. Cartelera informativa
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 6: Mantener permanente contacto con los medios de comunicaciones locales y regionales.

- El General Mauricio Moreno, comandante de la Segunda División solicita rueda de prensa para dar a conocer todos los avances que tiene la Unidad en la parte operacional en la región, en esta participaron tanto medios locales como regionales.



Figura 23. Cubrimiento avances operacionales en el Catatumbo.
Fuente: Autor del proyecto.

- El medio de comunicación Noti Catatumbo solicitó entrevista con el General de la Segunda División para conocer la programación que se llevaría a cabo con la visita presidencial y la activación de la Fuerza de Despliegue Rápido.



Figura 24. Entrevista Noti Catatumbo.
Fuente: Autor del proyecto.

- El medio comunitario Tv San Jorge realiza entrevista al General Mejía, comandante de las Fuerzas Militares de Colombia para hablar de temas de seguridad en el Catatumbo y el incremento de los secuestros.



Figura 25. Entrevista General Mejía
Fuente: Autor del proyecto.

- Visita a emisoras de Ocaña con el personal de comunicaciones estrategias del Programa Fe en Colombia para invitar a la población de la región a asistir al segundo encuentro de emprendedores comunitarias y a la activación de la FUDRA.



Figura 26. Visita emisoras para invitar a las actividades del batallón Santander.
Fuente: Autor del proyecto.

Estrategia 2: Estrategia comunicativa “Fortaleciendo lo Nuestro”, para fortalecer la cultura y el clima organizacional de la institución.

Actividad 1: Programar pausas activas que generen bienestar a los orgánicos de la Unidad y eleven su moral y así despeñen sus labores con más ánimo.

- Actividad de moral dirigida a los soldados con problemas de drogadicción en coordinación de la sicóloga del dispensario médico de la Unidad. Con esto se busca generar momentos de sano esparcimiento a los participantes.



Figura 27. Actividad para elevar la moral a los soldados del Batallón.
Fuente: Autor del proyecto.

- Actividad lúdica con los soldados de la oficina de Acción Integral dirigida por el jefe de la sección buscando de esta manera que los soldados desempeñen una mejor labor en sus tareas diarias. De igual manera desprenderse un poco de la rutina y mejorar el ritmo de trabajo.



Figura 28. Actividades con el personal de soldados de la oficina de Acción Integral.
Fuente: Autor del proyecto.

- Las sicólogas de la (CEFAM) de la brigada 30 y el capellán del Cantón Militar realiza encuentro de parejas en la cual se busca la unidad y la reconciliación al interior de las familias, en este día se hicieron actividades como terapias, charlas y dinámicas de parejas sobre la confianza del uno al otro donde se buscó revivir el amor y recordar por qué decidieron formar una familia y así construir hogares sanos y reconstruidos basándose siempre en buscar a Dios como el centro del hogar, de la pareja y de la familia. El Ejército Nacional reconoce la valerosa labor de todos sus héroes y de lo importante que es para ellos mantener su familia unida a pesar de lo difícil que es para ellos.



Figura 29. Actividades con la CEFAM a las parejas del cantón “El trapiche”.
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 2: Realizar encuentros deportivos y culturales con el objetivo de incrementar la moral combativa y el bienestar de todos los integrantes de la institución.

- Gracias a la entrenadora de hábitos saludables de la Alcaldía municipal de Ocaña se realiza una tarde de aeróbicos dirigida a los soldados que se encuentran en las oficinas del Batallón.



Figura 30. Actividades deportivas y aeróbicos para el personal del batallón.
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 3: Celebrar fechas especiales del personal civil y militar que integra la institución.

- El Batallón Santander no pudo olvidar una fecha tan importante como la es el día nacional del héroe, es por ello que se realiza ceremonia en el monumento en honor a las víctimas ubicado en sus instalaciones con un minuto de silencio y entregando arreglo floral. De igual manera en el parque principal se llevó a cabo otra ceremonia donde la población civil rindió homenaje a todos aquellos que han entregado su vida por ellos, y de tal forma reconoce el valor de los miembros de la fuerza que fueron herido y continúan contribuyen en el fortalecimiento de nuestra institución.



Figura 31. Celebración de día del héroe.

Fuente: Autor del proyecto.

- Elevar la moral de nuestra tropas es la finalidad al realizar la actividad denominada “día de sol” y de esa manera generar espacios de sano esparcimiento, educación,

relajación, deporte y buena alimentación en coordinación con el comando y caja de compensación familiar (CAFAM) esta se realiza un día completo cada vez que nuestros pelotones se dirijan al área de trabajo con el fin de retomar a sus labores de la mejor manera posible. El Ejército Nacional piensa en el bienestar de sus tropas y cada día se empeñará por hacer que sus hombres realicen su labor con compromiso, lealtad, pasión y sean un ejemplo donde quiera que se encuentren.



Figura 32. Celebración del “día del sol”
Fuente: Autor del proyecto.

- Celebración de los cumpleaños del personal de Oficiales Suboficiales y personal civil que labora en la institución. Demostrando lo importante que recordar la fecha de los cumpleaños dentro de su labor de trabajo.



Figura 33. Celebración de los cumpleaños.
Fuente: Autor del proyecto.

- Una tarde llena de juegos y muchos regalos se vivió en celebración del día dulce en conmemoración al día de los niños en el Cantón Militar “el trapiche”, las esposas de los Oficiales, Suboficiales y Soldados del BISAN, BATOT 8, BAEEV 10, dispensario, Distrito Militar N°37 y la emisora Colombia Estéreo se unieron para generar una tarde de sano esparcimiento a los menores hijos del personal que labora en todo el cantón. La actividad fue un éxito Tanto para los niños como los organizadores pues lograron superar las expectativas que tenían al realizar esta actividad.



Figura 34. Celebración del día del niño del cantón militar “El Trapiche”.
Fuente: Autor del proyecto.

- El día de la mujer colombiana se celebró en la Unidad Militar a las mujeres que laboran en la unidad festejando y habiendo entrega de detalles y tarjeta para resaltar la labor que cada una de ellas realiza en su lugar de trabajo.



Figura 35. Celebración del día de la mujer colombiana.
Fuente: Autor del proyecto.

Estrategia 3: Estrategia de Comunicación Externa “El Batallón Somos Todos” Que busca ganar la confianza y el cariño de la población civil.

Actividad 1: Visitar a los diferentes sectores de los municipios de la jurisdicción con el fin de crear un acercamiento directo con la comunidad.

- Las jornadas de apoyo al desarrollo busca fortalecer lasos con la población civil es por ello que el 17 de noviembre de presente año la administración municipal de Bucarasica y el Ejército Nacional por medio del Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander, realiza en el corregimiento la San Juana en la institución educativa la San Juana donde totalmente gratis y desde las 8:00 de la mañana se brindó servicios de medicina general, odontología, promoción y prevención de agudeza visual, citología y tamizaje de senos, además corte de cabello para damas, caballeros y niños. Varias universidades no pudieron faltar a la feria universitaria donde dieron a conocer sus currículos educativos y sus planes de estudio.



Figura 36. Jornada de apoyo al desarrollo en el municipio de Bucarasica.
Fuente: Autor del proyecto.

- Las mascotas hacen parte de una familia es por ello que el colegio la alianza realizó en su semana cultural el día de las mascotas, la cual los estudiantes de primaria llevaron sus macotas a la celebración. Los premios y competencias no pudieron faltar; perros, gatos, conejos, pájaros y pollos lograron sacar sonrisas al público espectador, pero sobre todo consiguieron que los pequeños se regresaran a sus casas emocionados por los premios ganados por sus macotas. El Batallón Santander participo con un show de “binomio canino” donde el profesional antiexplosivo (el canino) realizó una gran presentación ante los niños, profesores y padres de familia.



Figura 37. Celebración del día de la mascota

Fuente: Autor del proyecto.

- Ejército Nacional por medio del Batallón de Infantería N°15 “General Santander” realizo acompañamiento a la feria del libro con el montaje de un stand alusivo a la historia de nuestro país y del ejército nacional para que la población conozca nuestras raíces.



Figura 38. Acompañamiento a la feria del libro del colegio Don Bosco

Fuente: Autor del proyecto.

- Se realiza limpieza del parque infantil Lucia Padilla en conjunto del área d salud pública de la alcaldía municipal de Ocaña con la campaña dirigida a nivel nacional, por el Ejército Nacional “Burbujas Ambientales”

Figura 39. Jornada de limpieza en el parque infantil Lucia Padilla



Figura 40. Celebración día del niño con los niños escritores del diario la opinión
Fuente: Autor del proyecto.

- Se realizó el “Banquete del libro” en el municipio de Rio de Oro Cesar para incentivar la lectura en los estudiantes de las escuelas y colegios, esta también se realizó presentación del mago “Yorgi” del Batallón de apoyo a la Acción Integral de la Segunda División.



Figura 41. Banquete del libro en el municipio de Rio de Oro Cesar.
Fuente: Autor del proyecto.

- En el mes de octubre el Batallón Santander participo en una serie de celebraciones del día del niño en diferentes lugares de la ciudad como el parque San Francisco donde se hizo entrega de regalos y dulces a los niños asistentes.



Figura 42. Celebración del día del niño en el parque San Francisco.
Fuente: Autor del proyecto.

- La actividad de la escuela Simón Bolívar fue gestionada por los profesores del plantel educativo con la finalidad de hacer que sus estudiantes se sientan importantes ante su institución y sus profesores buscan casa día el bienestar de sus estudiantes.



Figura 43. Celebración del día del niño en La Escuela Simón Bolívar.
Fuente: Autor del proyecto.

- Los hijos de los héroes de la policía pasaron una tarde agradable con el grupo de soldados del Batallón de acción integral donde presentaron al mago “yorgi” realizó su presentación, de igual manera se realizó presentación teatral por un grupo de jóvenes amante a este arte.



Figura 44. Celebración del día del niño en la estación de policía de Ocaña.
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 2: Dirigir campañas de prevención en las diferentes instituciones educativas.

- La escuela Simón Bolívar ha estado golpeada por muchos años por la violencia de pandillas y es un barrio señalado por los demás barrios como uno muy peligroso es por esto que los profesores de la escuela tuvieron a bien recibir las charlas brindadas por el Batallón de Infantería N° 15.



Figura 45. Campañas de prevención en institución educativa Simón Bolívar
Fuente: Autor del proyecto.

- En la escuela San Miguel de Río de Oro se realizó charla dirigida a los estudiantes del grado 4° sobre la campaña “amor por la vida “en sus líneas de acción; prevención de reclutamiento ilícito, prevención de prostitución y consumo de sustancias psicoactivas. Pues este barrio tiene altos índices en la que los menores se ven involucrados.



Figura 46. Campañas de prevención en colegio San Miguel, del Municipio de Río de Oro Cesar.
Fuente: Autor del proyecto.

- La escuela rural Bermejál cede del colegio general la Salle es una escuela que a pesar de que sus estudiantes viven en lugares vulnerables ha sabido superar todas las barreras, es por ello que ha sido galardonado en diferentes ocasiones por cada día buscar la manera para hacer de sus estudiantes los mejores, por esta razón no cierran las puertas a charlas o actividades en las que serán beneficiados sus estudiantes. Campaña “AMOR POR LA VIDA”.



Figura 47. Campañas de prevención en la escuela rural Bermejál.
Fuente: Autor del proyecto.

- Charlas de educación en contra de la prostitución a niños y niñas del grado 5° de la escuela venadillo de Rio de Oro Cesar para disminuir los casos de acoso en menores de la escuela.



Figura 48. Campañas de prevención en las instituciones educativas.
Fuente: Autor del proyecto.

- El comandante del Batallón de infantería realiza visita a Aspacia y reunirse con los líderes sociales de la vereda con el fin de generar confianza entre los campesinos y las fuerzas militares, en esta reunión también se trataron temas de seguridad y de actividades que se realizaran en la vereda para el bienestar de la población que ha sido golpeada por la violencia.



Figura 49. Charla a campesinos y líderes de la vereda Aspacia
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 3: Gestionar proyectos para el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones, específicamente a los barrios más vulnerables.

- Buscar el bienestar de la población civil es la principal labor de la oficina de acción integral es por ello que siempre está atento apoyar a la comunidad en las diferentes situaciones que se pueden prestar, hoy fue la oportunidad del barrio Fundador de la ciudad de Ocaña donde las fuertes lluvias no generar tranquilidad a la comunidad y por ello pidieron el apoyo del el batallón Santander quienes con una pasión por trabajar por la comunidad acudieron al llamado y de la mano con la población del barrio levantaron un muro y así prevenir inundaciones. Se destaca que con este muro será beneficiado población de escasos recursos.



Figura 50. Proyectos para el mejoramiento de vía del barrio IV Centenario.
Fuente: Autor del proyecto.

- El batallón de Infantería No 15 “General Santander” en coordinación con los líderes comunales de la vereda la batea del municipio de Ábrego realizaron mantenimiento y mejoramiento a la vía que comunica la vereda la maría con la vereda la batea mejorando y acondicionando un trayecto de 1.5 kilómetros que han sido afectados por la ola y previniendo el deslizamiento de tierra de este sector, donde se beneficiaron personal de escaso recurso económicos.



Figura 51. Proyectos para el mejoramiento de vía que conduce a la vereda Oroque
Fuente: Autor del proyecto.

- Trabajo en equipo se evidencio en el barrio la Torcoroma donde líderes comunales, y soldados del Batallón Santander quienes de la mano realizaron proyecto de infraestructura con el fin de mejorar la calidad de transktividad de la población del barrio. La comunidad agradece la labor del soldado, que aun sin recibir incentivos se les ve interés y el amor por ver bien a su comunidad.



Figura 52. Proyectos de infraestructura en el barrio Alejandría
Fuente: Autor del proyecto.

- Mejorar la calidad de vida y educación de los estudiantes de la escuela la selva de la vereda agua de la virgen fue el objetivo principal de los líderes comunales del municipio de Ocaña en coordinación con el Batallón de Infantería N° 15 “General Santander” donde se realizaron los arreglos de los techos y cerca que rodea la escuela, es de destacar que esta ha sido afectada por delincuentes que al ver la escuela desprotegida han robado lo valioso de la escuela como computadores y con esto detienen el avance de conocimiento de los menores. A demás de esto se realizaron limpieza y siembra de plantas para embellecer la escuela.



Figura 53. Mejoramiento de la calidad de vida a estudiantes
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 4: Vincular las entidades en campañas que se realizan en pro del beneficio de las comunidades generando así un cambio social.

- La alcaldía tuvo a bien de la mano del comandante del Bisan realizar una reunión con los diferentes mandatarios de la región con el fin de debatir tema de seguridad y dar a conocer los avances de los planes de gobierno de los diferentes alcaldes, en ella también se realizó un compartir donde el protocolo se dejó un lado y así se pudo brindar un almuerzo ameno para todos. con este tipo de actividades se quiere dejar un mensaje de que unidos pueden trabajar por el bienestar de todos y además mostrar un Ejército digno de confianza para las comunidades del Catatumbo quienes a través de su historia ha sido golpeada brutalmente por una guerra la cual no ha llegado a su fin.



Figura 54. Reunión y almuerzo con alcaldes de Norte de Santander
Fuente: Autor del proyecto.

- Reunión con entidades gubernamentales y universidades para planear actividades en beneficio de la población civil en el Catatumbo, en esta se trataron temas de personal víctima del conflicto.



Figura 55. Reunión y almuerzo con alcaldes de norte de Santander
Fuente: Autor del proyecto.

- Reunión con el programa Fe en Colombia y la asociación de campesinos del Catatumbo para realizar actividades promoviendo los productos que salen de esta tierra.



Figura 56. Reunión con la asociación de campesinos y la secretaria de Desarrollo Humano.

Fuente: Autor del proyecto.

- El lanzamiento de la segunda edición de la revista BISAN fue un éxito, en esta edición el lanzamiento se realizó en la plaza de armas del Batallón donde participaron el grupo Gaula, la fuerza de despliegue rápido y los socorristas del Ejército. La edición especial fue del agrado de los asistentes, pues conocieron los trabajos.



Figura 57. Inauguración de la segunda edición de la revista BISAN.

Fuente: Autor del proyecto.

3.1.3. Objetivo 3. Realizar seguimiento y evaluación de las estrategias implementadas.

Actividad 1. Aplicar una encuesta para determinar si el plan de comunicación ha logrado contrarrestar las falencias comunicativas de la Unidad.

- Una vez ejecutado el plan de comunicación se procedió a realizar una encuesta con el diseño de un formato que contiene de 10 preguntas en el cual se logró evaluar el impacto y el grado de satisfacción que se obtuvo con la implementación del plan de comunicación para la oficina de Acción Integral del Batallón de Infantería No 15 Francisco de Paula Santander.



Figura 58. Seguimiento y evaluación de las estrategias implementadas.
Fuente: Autor del proyecto.

Actividad 2. Realizar un análisis de los resultados de la encuesta aplicada

El análisis de la encuesta realizada sobre el grado de satisfacción de la institución en cuanto al plan de comunicación ejecutado en el segundo semestre del año 2018 muestra un resultado positivo como se mostrará a continuación.

Se plantean 10 preguntas que entendemos cubren los aspectos más significativos para conocer la efectividad de lo desarrollado; las preguntas 1,2 y 3 buscan conocer en general el conocimiento que tienen los encuestados acerca del plan; la, 5, 6 y 7 se desarrollaron para identificar la efectividad de las estrategias implementadas y las 8,9 y 10 conocer cómo se sienten en cuanto el ambiente de su entorno laboral.

La encuesta fue dirigida al cuerpo administrativo del Batallón de Infantería No 15 “General Santander” a 20 personas, dos de cada dependencia; pues, en el último semestre el personal de las oficinas bajo por motivos de cambios por orden del comandante de la unidad.

1. ¿Conoce usted el plan de comunicación ejecutado?

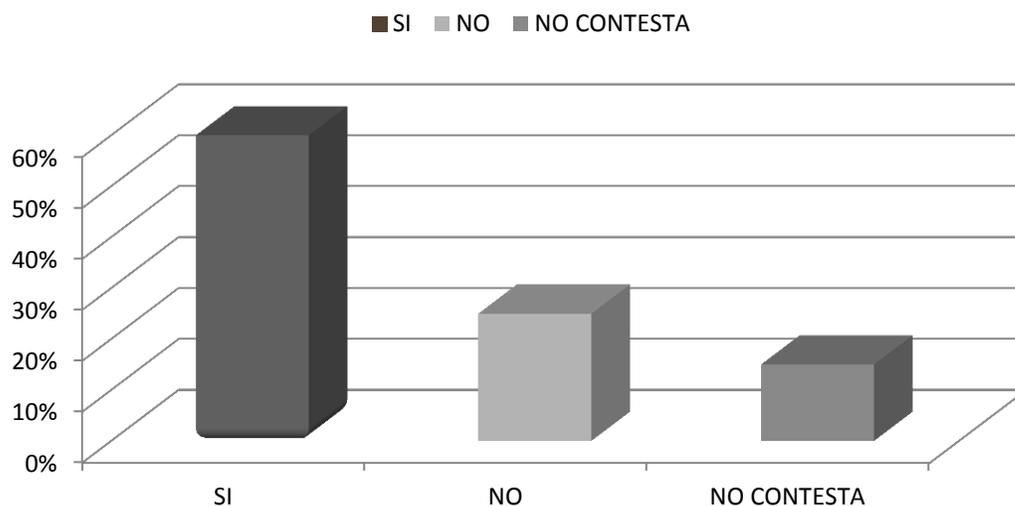


Figura 59. Resultado primera pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

La primera pregunta se realizó con el fin de conocer si el personal conocía el plan de comunicación que se ejecutó y de esta manera poder evaluar si tuvo gran acogida entre el personal que labora en la institución. En esta, de las 20 personas encuestadas el 60% de la población dice conocer el plan de comunicación, teniendo en cuenta que la mayoría de los encuestados estuvieron en la Unidad Táctica durante la ejecución lo cual deja deducir que este personal estuvo pendiente y participando de las actividades y estrategias implementadas durante el 2do semestre del 2018, con el objetivo de mejorar los procesos comunicativos entre los integrantes de las diferentes dependencias, logrando de esta manera trabajar en equipo para fortalecer la institución, logrando de esta manera llegar a públicos externos con las diferentes campañas, actividades y eventos que se realizan en pro de fortalecer la imagen y credibilidad institucional. Sin embargo el 25% dijo no haber conocido el plan, puesto que estaban recién trasladados de otras unidades, por lo cual desconocen los diferentes procesos que se manejan dentro del Batallón Santander entre estos la implementación del plan de comunicación; otras de las variantes de esta respuesta es que el personal es flotante y muchos de ellos se dedican a actividades ajenas a la parte administrativa, el cual se aíslan de los diferentes procedimientos y acciones de la institución. Por otro lado el 15% no contestan a la pregunta, el cual deja deducir que poco le interesan las diferentes actividades implementadas desde la parte administrativa o desconoce totalmente en que consisten estas estrategias comunicativas.

2. ¿Tiene contacto con el equipo de trabajo encargado de planear y ejecutar el plan de comunicación?

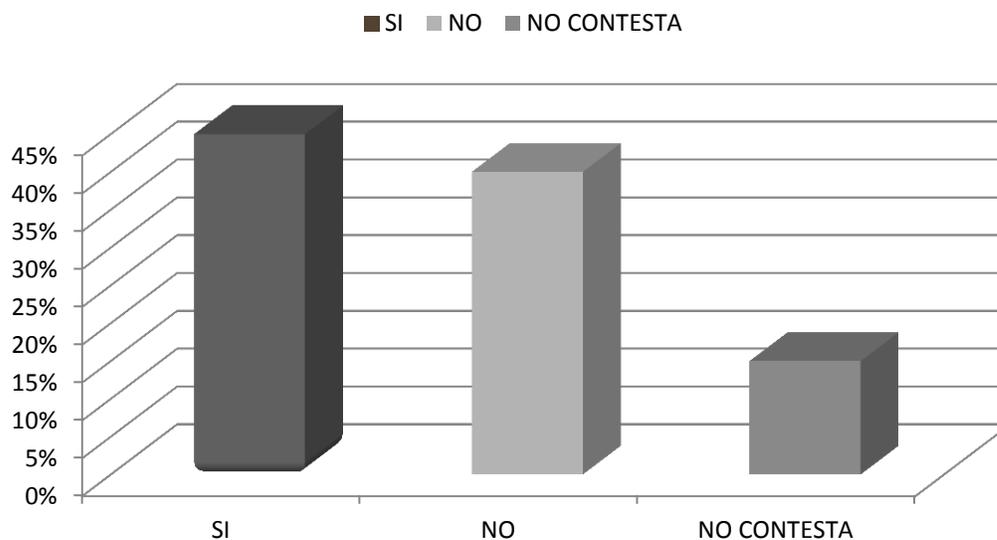


Figura 60. Resultado segunda pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

En el plan de comunicación que se implementó siempre se buscó vincular al personal que labora en el Batallón de Infantería N° 15 “General Santander” es por ello que en la segunda pregunta de la encuesta se quiere conocer si se tenía contacto directo con el personal encargado del diseño y ejecución del plan para lograr que ellos hicieran parte de alimentar los diferentes procesos y canales de comunicación. El 45% opina que tiene un contacto directo con el equipo pues es necesario utilizar los diferentes canales de comunicación para mantener el personal informado de las diferentes dependencias, y evitar traumatismos e inconvenientes con los diferentes procedimientos realizados, así mismo, se logró vincular al personal para que hiciera parte de las actividades de integración en la cual muchos de ellos eran participes en la logística y organización de los mismas; el 40% dice que no y esto se debe a que la población nueva apenas están conociendo las diferentes dependencias y por esto no tuvo acercamiento con el equipo que trabajó en fortalecer los procesos comunicativos y el 15% no contesta al respecto, respuesta que

da a conocer que tuvo poca integración o no participo en los diferentes procesos realizados por la parte administrativa.

3. ¿Usted considera que el plan de comunicación ejecutado fue?

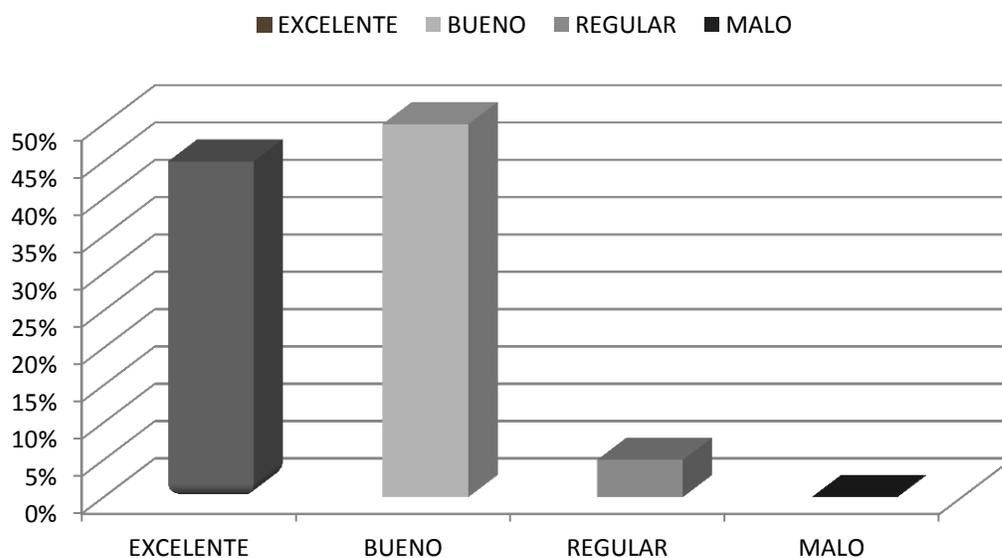


Figura 61. Resultado tercera pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

La tercera pregunta nos permite valorar la opinión de los encuestados y que den su calificación en cuanto al plan de comunicación ejecutado, un 45% califica como excelente pues siempre se logró vincularles en las decisiones y además siempre conocieron información de importancia del Batallón, así mismo lograron obtener satisfacción con los medios implementados ya que favorece de manera positiva la imagen de la institución, pero el porcentaje más alto se dio en la opción buena pues a pesar de que se trató en lo posible porque el resultado se diera en excelencia los encuestados opinaron en un 50% que el plan fue bueno, se cree que es por motivos de que la mayoría se encontraban muy inmersos en sus labores de trabajo y por ello no se sentían seguros de dar una calificación tan perfecta, pero de igual manera consideran que el trabajo

realizado fue bueno y logro fortalecer en gran medida la parte comunicacional. Y ya un 5% responde que es regular y esto se debería a las personas que no tuvieron contacto directo con el plan ejecutado generando desconocimiento del mismo.

4. ¿Cuáles de los canales de comunicación considera que han sido los más efectivo en el plan de comunicación ejecutado?

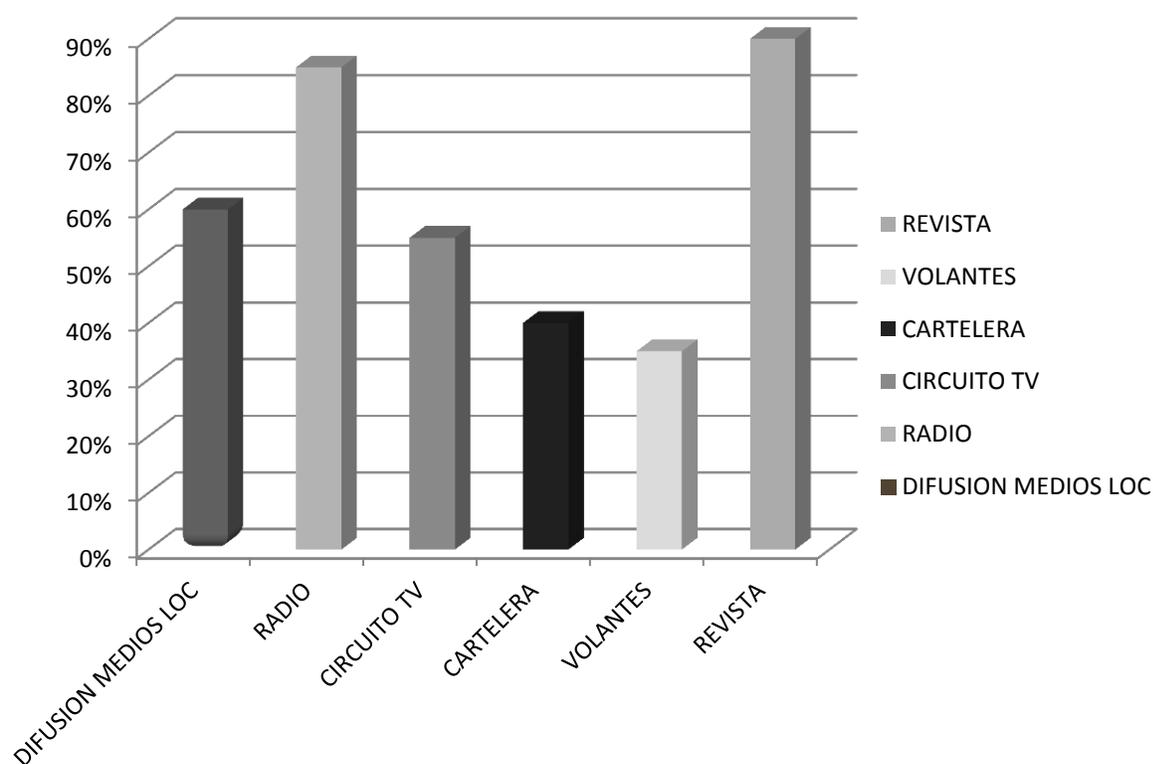


Figura 62. Resultado cuarta pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

En esta pregunta a los encuestados no se les limitó en la respuesta pues se reconoce que para ellos varias opciones pudieron ser los mejores, para esta la tabulación se sacó el porcentaje por respuesta siendo el 100% de los encuestados 20 personas y se le sacó el valor a cada una de las opciones. Según los encuestados los canales de comunicación que fueron más efectivos en su

orden la revista con un 90%, por la variedad de su contenido e información de la misma la radio en un 85% por la rápida difusión de la información y 60% difusión de la información en los medios locales el cual permite que la comunidad este enterado del trabajo realizado, el circuito cerrado de televisión con un 55% esto se debe a la completa difusión de la información en estos canales y además de lo repetitivo que es en estos medios la información. Por lo anterior no se le quita importancia y veracidad a los otros canales, solo que por lo asequible y que la información no es tan completa en volantes 35% y cartelera informativas 40% no fueron las mejores opciones para los encuestados, pero sin embargo fueron piezas fundamentales para dichos procesos.

5. ¿Usted considera que la información institucional llega de forma veraz?

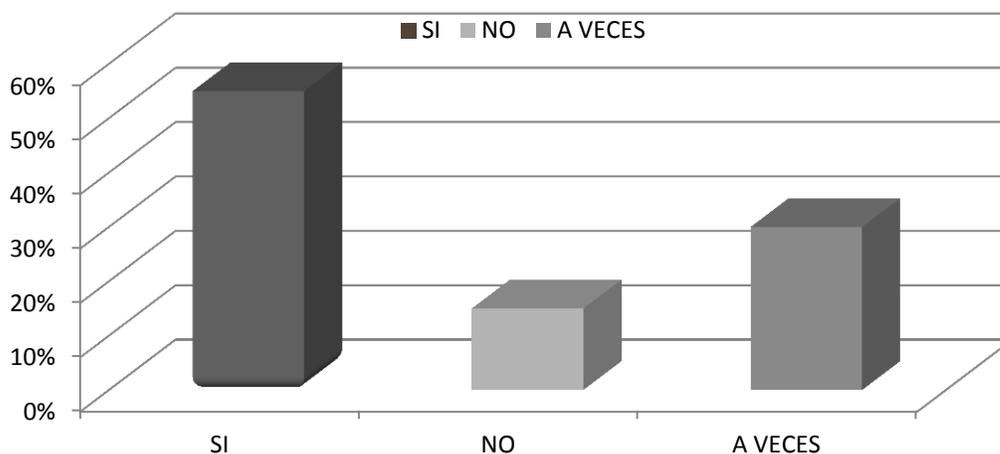


Figura 63. Resultado quinta pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

En la quinta pregunta se quiere conocer que tan veraz llega la información al público objetivo como lo es la población civil y el personal que labora dentro de la institución y en la

mayoría opinaron en un 55% positivamente mostrado que la información si alcanzo su principal objetivo . La segunda opción más escogida por los encuestados fue la de a veces y esto puede ser por que el personal que labora en la institución seguido se rota de dependencias de igual manera son trasladados a otros lugares de trabajo y para finalizar un 15% dice que al infamación no fue veraz pues no tuvieron contacto directo con el plan de comunicación, debido a que sus labores de trabajo son ajenas a estos procedimientos.

6. ¿Con qué frecuencia hace uso de los medios de comunicación interna para dar una información al personal de la Institución?

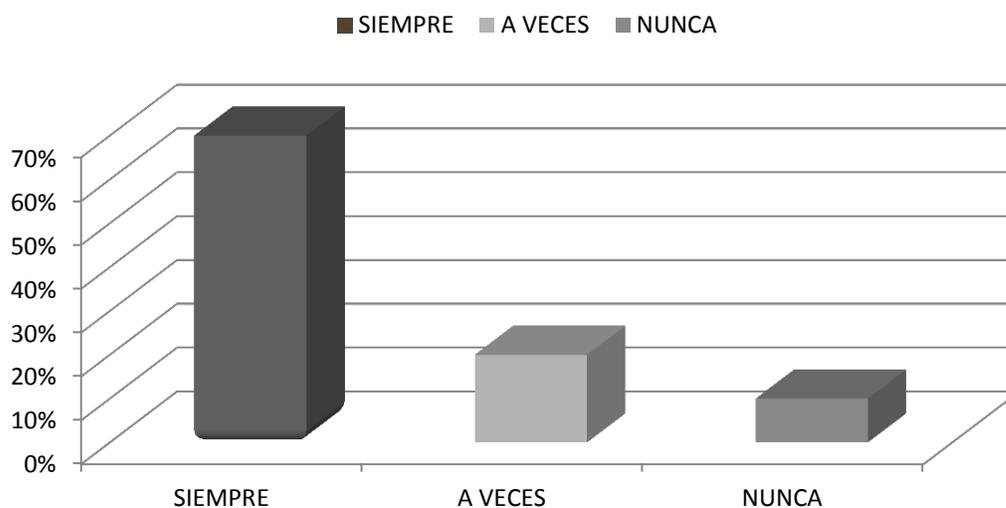


Figura 64. Resultado sexta pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

Resaltando lo importante que es que todas las dependencias utilicen las herramientas que tiene a la mano para que su personal se informe de las diferentes actividades y lineamientos a seguir para así tener una buena comunicación se les dio accesibilidad a los canales de comunicación y por esto en la sexta pregunta de la encuesta se quiere conocer si los utiliza. En

esta el resultado arroja que un 70% de las personas utilizan los canales para informar al personal de cualquier novedad o acontecimiento, un 20% opina que a veces pues en situaciones la información se suministra voz a voz y un 10% no los utiliza porque manejan información privada que no se puede difundir.

7. ¿Con qué frecuencia utiliza los canales de comunicación?

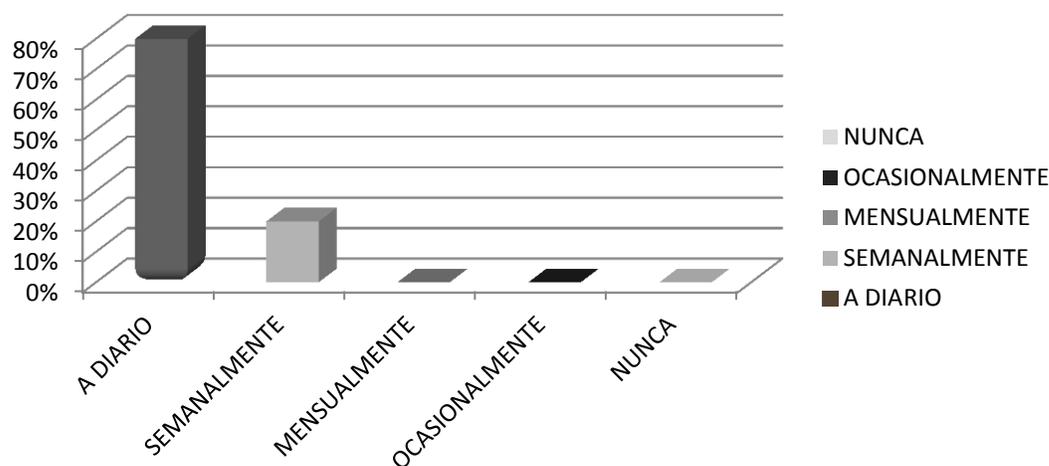


Figura 65. Resultado séptima pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

La séptima pregunta se basa en conocer la oportunidad de manejo los canales de comunicación de los encuestados y se dice que un 80% utiliza todos los días los canales de comunicación, es de resaltar que no todos los medios de comunicación pero si al menos 2 o 3 son necesarios cada día; un 20 % opina que semanalmente pues la información que necesitan dar a conocer se envía semanalmente desde la Brigada 30 quienes serían los únicos autorizados para crear cierta información clasificada y las otras opciones no fueron seleccionadas por que es necesario que al menos semanalmente se esté propagando información

8. ¿Cómo considera usted la comunicación entre los jefes y subalternos?

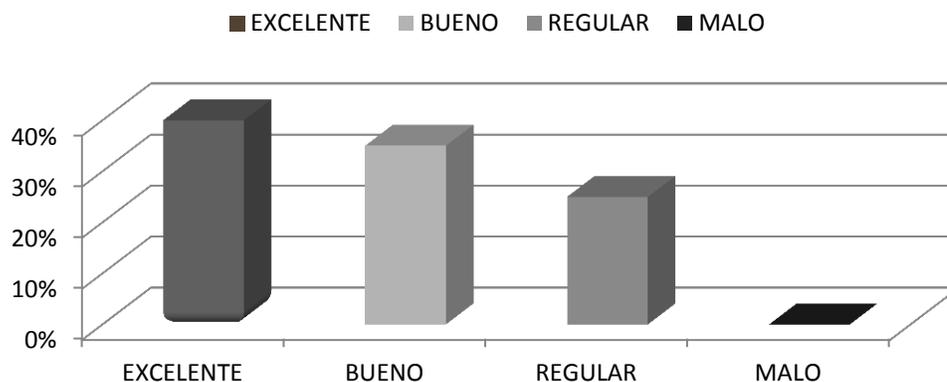


Figura 66. Resultado octava pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

En esta pregunta se quiere conocer si ha cambiado desde la encuesta realizada por la anterior pasante ha cambiado en cuanto al clima organizacional de la Unidad Táctica y este es favorable pues al realizarse actividades de sano esparcimiento genera acercamiento entre los jefes y los subalternos y por esto las opciones más elegidas están en un 40% excelente y un 35% buena, es de destacar que aunque las encuestas fueron secretas el miedo a responder a este tipo de preguntas también pueden manipular las respuestas por creer en posibles represarías y las pocas personas que respondieron regular siendo un 25% tal vez respondieron más a su punto de vista.

9. ¿Me resulta fácil comunicarme con mis superiores ya que hay una actitud de respeto a mis ideas?

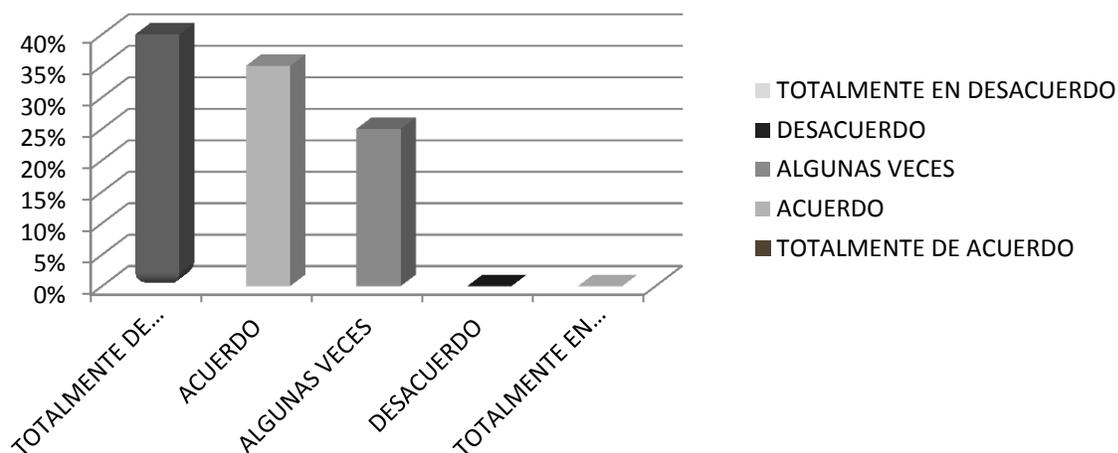


Figura 67. Resultado novena pregunta de la encuesta.
Fuente: Autor del proyecto.

La comunicación entre los jefes y subalternos debe de ser con respeto, pero hay excepciones en algunas instituciones es por ellos que se creó esta pregunta para conocer la situación de la nuestra, a diario en la unidad se deben presentar proyectos y creaciones a los diferentes jefes mostrando sus conocimientos y es necesario saber si los jefes muestran respeto a sus ideas y las respuestas fueron satisfactorias pues en un 40% opinan que totalmente los jefes respetas en un 35% están de acuerdo en un 25% opinan que a veces puesto que en ocasiones hay jefes que se dejan llevar por el grado militar y no aceptan la ideas del otro.

10. ¿Las capacitaciones recibidas me han profesionalizado en mi trabajo?

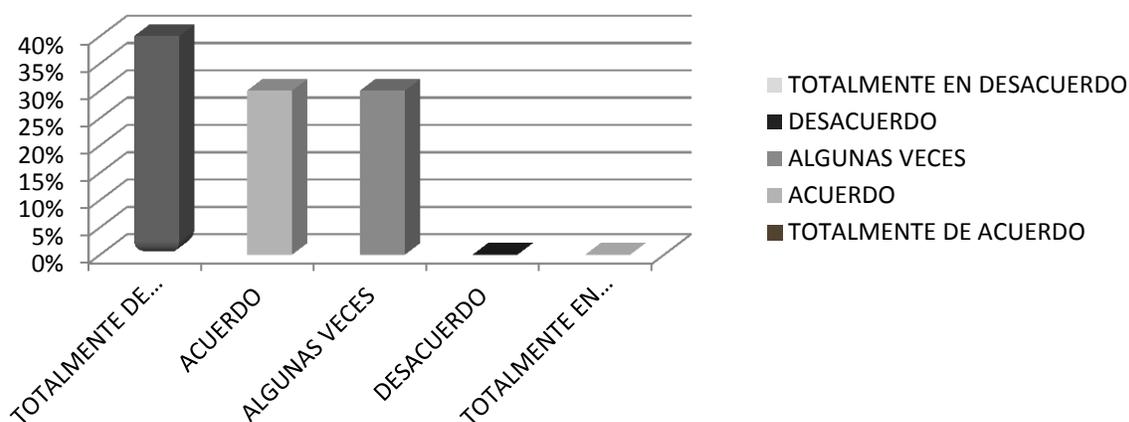


Figura 68. Resultado decima pregunta de la encuesta.

Fuente: Autor del proyecto.

Para finalizar la encuesta se preguntó que si las diferentes capacitaciones que les brindo con ayuda de SENA, Corponor, el Instituto Departamental de Salud entre otros les ayudo a profesionalizarse en sus diferentes áreas de trabajo y fue positiva las respuestas un 40% está satisfecho con las capacidades; acuerdo un 30% y algunas veces un 30% se cree que esta opción fue porque habían capacitaciones que los conocimientos brindados no apuntaban a sus áreas de trabajo.

En general la encuesta apunto a que el plan de comunicación fue efectivo aunque se presentaron falencias como todo proceso, pero se logró el objetivo principal, es de resaltar que además de la encuesta la observación participante se vio efectiva para analizar la efectividad de las estrategias pues los diferentes implicados en el plan estuvieron agradecidos por el trabajo que se realizó.

Conclusiones: La realización de este último objetivo dentro del proceso de pasantías permitió evaluar el impacto de la ejecución del plan de comunicación para la Oficina de Acción Integral del Batallón de infantería N°15 General Santander, en el cual se consiguió analizar los resultados arrojados con la aplicación de esta encuesta y se pudo deducir que la implementación del plan de comunicación logro llenar las expectativas y objetivos planteados, dado que las respuestas han sido bastante favorables y positivas que permitió evaluar el impacto generado con las estrategias implementadas tanto internas como externas, teniendo en cuenta que antes de la ejecución se evidenciaban las falacias en cuanto al proceso comunicativos que se utilizaban en la Unidad Táctica. De esta manera, se alcanzó evidenciar que el personal de las dependencias conocieron y participaron de manera conjunta en las diferentes actividades que permitieran un flujo de comunicación mucho más agradable entre sus compañero, así mismo, participaron emotivamente a las actividades de integración logrando de esta manera mejorar el clima laboral en el cual se generó acercamiento entre los compañeros, jefes y subalterno permitiendo así el logro de los objetivos institucionales. Uno de los más positiva y efectivas fue la revista institucional, denominada REVISTA BISAN medio que permitió dar a conocer el trabajo realizado por las dependencias, así mismo, es de resaltar que las demás estrategias cumplieron un papel fundamental, como lo fue la radio, el circuito cerrado entre otros que logaron la fácil y rápida difusión de la información. Teniendo en cuenta lo anterior se llega a la conclusión que la implementación del plan comunicación logro los objetivos planteados por la pasante que lideró y ejecutó cada una de las actividades anteriormente diseñadas, puesto que el personal evaluado arrojó respuesta positivas que da a conocer la importancia de este trabajo realizado en el segundo semestre del 2018.

Capítulo 4. Diagnóstico final

La implementación del plan de comunicación diseñado para la oficina de Acción Integral se realizó satisfactoriamente, se cumplieron los objetivos propuestos, de igual manera se llevaron a cabo actividades que surgieron en el transcurso de la pasantía y que hicieron que la oficina de Acción Integral surgiera y fuera reconocida por los superiores como una dedicada a su labor.

Al inicio fue un poco difícil acoplarse a la oficina debido a que a menudo se cambiaba el jefe de la dependencia y al nuevo llegar tenía que adaptarse a los lineamientos establecidos por el Comando General de las Fuerzas Militares de Colombia dirigidos a la Acción Integral y esto causaba que el proceso fuera más lento pues cada vez que llegaba nuevo personal este necesitaba conocer todo el plan de comunicación. De igual manera, no se contaba con las herramientas necesarias para llevar a cabo con las actividades propuestas y esto hacía que fuese difícil cumplir a cabalidad con los objetivos.

La comunicación interna y el clima organizacional entre el personal militar y civil mejoró notoriamente gracias a las pausas actividades realizadas generando una conexión entre jefes y subalternos y esto logró fortalecer las diferentes dependencias, igualmente un mayor rendimiento en cada una de sus labores, puesto que en las preguntas 8,9 y 10 de la encuesta los encuestados responden encontrarse satisfechos con las actividades realizadas y pausas activas generaron acercamiento entre el personal.

Igualmente se contó con el total respaldo del Comandante de la Unidad quien estuvo al respaldo de todas las diferentes actividades con la población civil y propias tropas; es por ello, que queda una dependencia fortalecida en estrategias que fortalecen la Unidad Táctica. Y se puede evidenciar en los resultados presentados en este trabajo donde el comandante hizo partícipe de los eventos tanto internos como los de la población civil.

Conclusiones

Gracias al proceso de pasantía y al desarrollo del plan de trabajo mediante las estrategias ejecutadas se logró, que la oficina de Acción Integral se diera a conocer tanto en el ámbito externo como el interno, la implementación de estrategias ayuda a fomentar el desarrollo comunicativo con los públicos objetivos.

Además de lo anterior, permitió que la dependencia adquiriera una mayor responsabilidad y compromiso con la población civil y además comunicación con los medios de comunicación local, regional gracias a la estrategia “Batallón, información y paz”

La implantación de estrategias mediáticas se crearon con el fin de apoyar las diferentes actividades realizadas desde la oficina de acción integral y con esta lograr que la población conozca el trabajo que realiza diariamente. Se realizaron diferentes eventos para fortalecer el clima laboral y cultura organizacional y así el personal se despeñará favorablemente en sus labores. De igual forma, se implementaron actividades de integración dirigidas a los públicos externos, logrando de esta manera, crear lazos entre la población civil y la institución, fortaleciendo la imagen y la credibilidad del Batallón de Infantería No 15 “General Santander”.

El resultado obtenido durante este proceso fue satisfactorio ya que la encuesta final realizada evidencio positivamente la efectividad del plan de comunicación debido a que se cumplió con los objetivos propuestos durante el tiempo de pasantías, en el cual se realizaron estrategias que integraron el plan de comunicación, como la implantación de estrategias mediáticas con el fin de apoyar las diferentes actividades realizadas desde la oficina de acción

integral. Así mismo, se realizaron diferentes actividades para fortalecer el clima laboral y cultura organizacional de igual maneras se diseñaron e implementaron actividades de integración dirigidas a los públicos externos.

Finalmente, vale resaltar el apoyo del jefe inmediato de la dependencia asignada, el cual permitió el logro de las actividades realizadas, dentro y fuera de la institución, quien permitió dar cumplimiento a los objetivos planteados en cuanto a las falencias de los procesos comunicacionales.

Recomendaciones

Para un mejor funcionamiento y reconocimiento de la oficina de Acción Integral y el Batallón de Infantería No15 “General Santander” es recomendable que se sigan ejecutando las estrategias diseñadas para la dependencia, para así mejorar los lazo con la población civil, la credibilidad ante los medios de comunicación y el clima organizacional del personal que labora dentro de la Unidad Táctica.

De igual manera, se recomienda el apoyo constante del comandante a la dependencia para que las actividades se logren desarrollar de la mejor manera posible y que se logre establecer un personal idóneo para el manejo de todo el trabajo que tiene a cargo la oficina. Igualmente Se recomienda suministrar las herramientas necesarias para la ejecución de las estrategias, debido de no tener lo necesario obstaculiza el mayor desempeño en la labores a realizar.

El apoyo constante de las demás dependencias para así alimentar los medios internos debe ser contante pues ese tipo de herramientas fueron creadas para una mejor comunicación entre ellos y una mejor propagación de la información a cada uno de su público objetivo.

Es relevante generar confianza y lograr la comunicación con la población civil con el objetivo de lograr un acercamiento mucho más directos con ellos, logrando de esta manera ganar el aprecio y el cariño de la población civil.

Referencias

- Arteaga, C., & González, M. (2001). *Diagnóstico*. Obtenido de <http://trabajosocialmazatlan.com/multimedia/files/InvestigacionPosgrado/Diagnostico%20Carlos%20Arteaga.pdf>
- Batallón de Infantería Número 15 General Francisco de Paula Santander. (2017). *Manual de Funciones Acción Integral y Asuntos Civiles Batallón de Infantería No.15 General Francisco de Paula Santander*.
- Batallon de infanteria N°15. (2017). *Hoja de trabajo*.
- Batallón de infantería N°15. (2017). *Hoja de trabajo de la dependencia Operaciones*.
- Bermúdez, C. (2016). *La Comunicación Interna en las Organizaciones*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/7425/TFM000339.pdf?sequence=4>
- Carillo, S. A. (2017). *Segunda División. Hoja de trabajo Acción Integral*. Ocaña.
- COLOMBIA, E. N. (2017). *PATRIA, HONOR Y LEALTAD*. Obtenido de <https://www.ejercito.mil.co/?idcategoria=240200>
- COMANDO GENERAL FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA. (2017).
- Constitucional, C. (2016). *Constitución Política de Colombia*. Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>
- Constitucional, C. (08 de Enero de 2011). *corteconstitucional.gov.co*. Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2011/C-818-11.htm>
- Fuentes, A. (2012). *La Cultura Organizacional: Factor Clave de Éxito en las Empresas del Siglo XXI*. Obtenido de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/1856/1/381-%20ENSAYO%20-%20LA%20CULTURA%20ORGANIZACIONAL%20FACTOR%20CLAVE%20DE%20%20%C3%89XITO%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20DEL%20SIGLO%20XXI.pdf>
- Guerrero, A. (2017). *Implementación del programa para la educación y fortalecimiento de la cultura ambiental en el Batallón de Infantería N°15 Francisco de Paula Santander, como parte de la gestión ambiental del Ejército Nacional de Ocaña, Norte de Santander*.

- Obtenido de
<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/1639/1/30544.pdf>
- Humanium. (1976). *Humanium.org*. Obtenido de <https://www.humanium.org/es/pacto-internacional-de-derechos-economicos-sociales-y-culturales-4/>
- Monserrat, J., & Viñes, V. (2015). *El Plan Estratégico de Comunicación. Estructura y Funciones*. Obtenido de
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf
- N.15, B. S. (2017). *Estatutos del Batallón Ocaña, Norte de Santander*.
- SANTANDER, B. I. (2017). *Estatutos del Batallón. Ocaña, Norte de Santander*.
- SANTANDER, B. I. (2017). *Estatutos del Batallón. Ocaña, Norte de Santander*.
- Portillo, G. (2012). *La Comunicación Externa en Universidades Privadas con estudios a Distancia en Pregrado*. Obtenido de
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/59_Portillo_V79.pdf
- Unidas, N. (2015). *un.org*. Obtenido de
http://www.un.org/es/documents/udhr/UDHR_booklet_SP_web.pdf

Apéndices

Apéndice A. Guía de observación participante para realizar diagnóstico inicial de la dependencia asignada.

GUÍA DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

OBJETIVO: conocer un diagnóstico inicial de la dependencia analizado los diferentes canales y medios de información que se manejan externamente e internamente en el Batallón de Infantería N15 "General Santander"

FECHA INICIO: 13-08-2018			
FECHA FINALIZACION: 18-08-2018			
ACTIVIDAD	DURACION	OBSERVACIONES	FUENTES
Revisar las fortalezas de la dependencia	HORA DE INICIO: 08:00 AM HORA FINAL: 12:00	<ul style="list-style-type: none"> El Batallón de infantería cuenta con producción de información de las diferentes dependencias donde puede suministrar la información a su público. La existencia de una oficina de las TIC capacita al personal sobre el buen manejo de las buenas tecnologías. Las oficinas cuentan con una red de comunicaciones estratégicas Nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Para esto fue necesario hablar con los jefes de las secciones. Ingeniero Zorrilla encargado de las TIC de la Unidad. Jefe de prensa Brigada 30
DEBILIDADES	HORA DE INICIO: 02:00 PM HORA FINAL: 05:00	<ul style="list-style-type: none"> Punto que para el Ejército nacional es de gran costo tener una oficina de prensa en cada Batallón esta unidad no cuenta con una y se debe apoyar de las oficinas de la brigada 30 y segunda división. La atención al usuario es de gran importancia en las instituciones, pues así genera una mayor claridad de las diferentes preguntas de los visitantes, pero la unidad no cuenta con una por problemas internos de la unidad. Las demás dependencias no conocen las actividades que se realizan con la población civil. Por motivos de que rotan a menudo los jefes de las secciones el sub oficial a cargo de la dependencia no está capacitado para ejercer el cargo. Por cuestiones de que el comandante no tiene una conexión directa con la dependencia esta no cuenta con 	<ul style="list-style-type: none"> TC. Juan Carlos Angarita Suarez, comandante de la Unidad. Jefe de Sección recursos humanos SP. Peña Benavides Rodrigo. Jefes de las dependencias Jefe personal SP. Rodrigo Peña Benavides. Y jefe de operaciones MT. Betancourt López Carlos Jefe de acción integral, CS Lizanaro Guerrero Ramón

		el apoyo para las actividades.	
OPORTUNIDADES		<ul style="list-style-type: none"> ▪ La población civil es atenta a la información suministrada por el Ejército Nacional ▪ Las entidades gubernamentales tienen credibilidad hacia el Ejército Nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SP.Navarro Edward, ayudantía del Comando. ▪ Saúl Pérez Jefe de prima Alcaldía municipal Ocaña
Amenazas		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Por causas de problemas de orden público puede causar deterioro de la imagen institucional. ▪ Falta de comunicación respecto a las funciones y actividades que se desarrollan con la población civil. ▪ El personal por falta de conocimiento no asiste a las solicitudes de reuniones para planear actividades de acción integral. ▪ Las pocas herramientas de Comunicación no son utilizadas adecuadamente por el personal de las dependencias 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tc. Juan Carlos Angarita Scaez ▪ Jefe de Acción Integral CS. Lizarazo Guerrero Ramón ▪ Jefe de dependencias. ▪ Ejecutivo y segundo comandante del Batallón MY. Henríquez Adolfo

Fuente: Autor del proyecto.

Apéndice B. Modelo de Encuesta para realizar un diagnóstico situacional de los procesos comunicativos del Batallón de Infantería Número 15 “General Francisco de Paula Santander”.



Universidad
del CAUCA



15

Por favor responda la siguiente encuesta de satisfacción del plan de comunicación ejecutado para la oficina de Acción Integral del Batallón de Infantería N°15 General Francisco de Paula Santander.

(Marque la opción que crea correcta)

1. ¿Conoce usted el plan de comunicación ejecutado?
 - SI
 - NO
 - NO CONTESTA

2. ¿Tiene contacto con el equipo de trabajo encargado de planear y ejecutar el plan de comunicación?
 - SI
 - NO
 - NO CONTESTA

3. ¿Usted considera que el plan de comunicación ejecutado fue?
 - EXCELENTE
 - BUENO
 - REGULAR
 - MALO

4. ¿Cuáles de los canales de comunicación considera que han sido los más efectivo en el plan de comunicación ejecutado?
 - RADIO
 - CIRCUITO CERRADO DE TV
 - CARTELERIA INFORMATIVA
 - VOLANTES
 - REVISTA INSTITUCIONAL
 - DIFUSION POR MEDIOS LOCALES

5. ¿Usted considera que la información institucional llega de forma veraz?
 - SI
 - NO
 - AVECES



Via Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufps.edu.co - www.ufps.edu.co

Fuente: Autor del proyecto.



6. *¿Con qué frecuencia hace uso de los medios de comunicación interna para dar una información al personal de la institución?*
- SIEMPRE 14
 - A VECES 4
 - NUNCA 2
7. *¿Con qué frecuencia utiliza los canales de comunicación?*
- A DIARIO 16
 - SEMANALMENTE 4
 - MENSUALMENTE
 - OCASIONALMENTE
 - NUNCA
8. *¿Cómo considera usted la comunicación entre los jefes y subalternos?*
- EXCELENTE
 - BUENA
 - REGULAR
 - MALA
9. *¿Me resulta fácil comunicarme con mis superiores ya que hay una actitud de respeto a mis ideas?*
- TOTALMENTE DE ACUERDO
 - ACUERDO
 - ALGUNAS VECES
 - DESACUERDO
 - TOTALMENTE EN DESACUERDO
10. *¿Las capacitaciones recibidas me han profesionalizado en mi trabajo?*
- TOTALMENTE DE ACUERDO
 - ACUERDO
 - ALGUNAS VECES
 - DESACUERDO
 - TOTALMENTE EN DESACUERDO



Vía AcolSuite, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpsoc.edu.co - www.ufpsoc.edu.co

Apéndice C. Segunda edición revista BISAN, imágenes de la edición especial, “Juntos somos más fuertes”.

SOY CATAUMBO




II ENCUENTRO DE EMPRENDEDORES COMUNITARIOS

El segundo encuentro de emprendedores comunitarios, se realizó satisfactoriamente en el municipio de Ocaña Norte de Santander el pasado 20 de octubre al que asistieron diferentes entidades, con el objetivo de generar espacios de integración de los diferentes actores de emprendimiento: 247 están separados por: feria de generación, feria universitaria, feria comunal, feria financiera, muestra campesina, feria laboral, etc. de los niños, exhibición de vehículos antiguos y vacunación en donde la comunidad logró tener la oportunidad de acceder a posibles programas, ofertas, proyectos, entre otros, asociados a la Ocaña Escolar, Responsabilidad Social y Cooperación Internacional.

La Gobernación de Norte de Santander le Abrió el Municipio de Ocaña, las instituciones y el programa Fe en Colombia del Ejército Nacional llevaron a cabo este 20 de octubre en el Parque Principal del municipio, donde se celebraron los diferentes stands donde participaron más de 24 instituciones públicas y privadas logrando llevar su oferta a más de 8000 personas.

El Excmo. Andrés Augusto Fernández, coordinador de Fe en Colombia de la Segunda División, quien estuvo a la cabeza del evento indicó: “En total el agradecimiento a la institución, a la empresa privada, a los autorizados en cabeza de la alcaldía de Ocaña y la Gobernación de Norte de Santander, pero sobre todo a los productores campesinos. Este es un espacio en donde se realizan acciones significativas para crear beneficios tangibles para la comunidad, unidos todos por un mismo objetivo: El beneficio a los productores que vieron la oportunidad de acceder a oferta estatal, de empresa privada y a la generación e impulso de un capitalismo financiero”.



Al mismo, con el Festival Lógico liderado por nuestros Héroes Militares del Batallón de Acción Ingresos N° 2, se realizó “celebración del día del niño” con concursos infantiles de disfraces, presentaciones teatrales, presentaciones de danzas, presentaciones musicales, presentaciones de actividades recreativas. Presentes autoridades representadas por la Universidad Francisco de Paula, Santander-Ocaña, permitieron a los visitantes del Encuentro acceder al festival de actividades.

En esta muestra, el Ejército Nacional y el programa Fe en Colombia, continúan apoyando procesos y desarrollo a los agricultores y emprendedores de esta región.

EDICIÓN ESPECIAL “JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES”

SOY CATAUMBO




EDICIÓN ESPECIAL “JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES”

SOY CATAUMBO




Grupo Gaula Elite Militar conjunto Nacional N°2

En gran parte del territorio nacional se viene presentando una disputa entre diferentes organizaciones armadas de las que podemos apreciar un control territorial que les permite lucrarse a través de la explotación de las actividades como: café, la producción industrial, ganadería, etc. Esta situación genera insatisfacción a nivel regional y tiene un impacto en la sociedad, que se ve reflejado en un alto índice de percepción de inseguridad.

El grupo elite de acción unitario por la libertad personal “GAULA ELITE MILITAR CONJUNTO N°2”, contribuirá en el territorio nacional a la lucha por la erradicación de la conducta que amenaza y violenta la libertad personal, en especial la relativa al comercio y la explotación, mediante la realización de acciones de prevención, inteligencia, investigación y operaciones contra el tráfico y producción de las drogas, a la atención de sus víctimas y la captura y detención de los responsables de estos hechos delictivos.

Esta unidad tiene como campo de acción la totalidad del territorio nacional, pero será destacado en las regiones donde exista mayor día de explotación y comercio. Es por ello que las Fuerzas Militares de Colombia tuvieron a bien enviar al Norte de Santander. Esta prestigiosa unidad militar con hombres altamente capacitados en temas de prevención al secuestro y la detención e inteligencia militar para hacer todos los hechos delictivos que afectan a la libertad personal de los norte santandereanos.

EDICIÓN ESPECIAL “JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES”

SOY CATAUMBO




Capturado alias “Dago”

Gracias a los labores de inteligencia adelantados por miembros del grupo GAULA Elite Militar Conjunto Nacional y el GAULA Policía Nacional, capturaron en Ocaña a un integrante del Grupo Armado Organizado ELM más conocido con el alias de “Dago” quien sería el principal responsable del secuestro de Ramón José Cabrera y liberado, tras orden judicial por el delito de secuestro retenido ilegalmente.

Este hombre forma parte de la compañía fantasma ficticia del EPL, y fue el encargado de realizar ejercicios de carácter académico a las víctimas de secuestro. En el marco de la campaña policial y militar “Barridos” componentes de la segunda división permitieron el placementeo de la operación que condujo a la captura de este hombre.

Charlas de prevención

El Grupo Militar de Control de Seguridad realizó varias charlas y conferencias dirigidas a estudiantes de Colegios y universidades. Hombres comunitarios, comités, redes de acción social, dando énfasis en la prevención de los delitos de secuestro como así mismo el pago de “T” de qué manera darlo a conocer la campaña “no me pago, yo demuestro” motivando así a la población a denunciar cualquier hecho de extorsión o secuestro notificados.

De esta manera se busca que la ciudadanía esté alerta ante cualquier hecho delictivo y se apoyen a denunciar o asistir a las 147 donde habita, total número del territorio.

EDICIÓN ESPECIAL “JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES”

EDICIÓN ESPECIAL

Liberación conjunta de 2 secuestrados

El Grupo Eliv No'2, el Batallón de Infantería No'15 "General Santander" la Fuerza de Despliegue Rápido No'2 y la Policía Nacional efectuaron liberación del señor Miguel Humberto Mancuela Ovalle y el señor Jorge Antonio Sánchez, quienes se encontraban laborando en la estación de servicio ubicada en la zona de Ciénaga del municipio de Aguas Claras, en el lugar mejor conocido como "La troja del adorno", los hechos se presentaron cuando se les realizó un control en la estación de servicios de su propiedad y un grupo armado organizado realizó (GAO-40) 2 con 4 de los refuercos se llevaron a la fuerza y entregaron la fuerza hacia la vía que dirige al municipio de El Carmen Norte de Santander.



"Lo que la luz es para los ojos, lo que el aire es para los pulmones, lo que el amor es para el corazón, la libertad es para el alma del hombre"

Belen Guzmán

30 DETALLÓN DE INFANTERÍA Nº 15 "GENERAL SANTANDER"



Liberación del niño Cristo Jose

Desde el 2 de octubre cuando se conoció el secuestro del niño Cristo Jesús en el finca propiedad de su familia y tras el paso de los días se inició la Operación militar y policía "Olimpo", en la que el Ejército Nacional, en un trabajo mancomunado y coordinado con la Fuerza Aérea, la Policía Nacional, la generación de Policía de Santander, la Alcaldía, Municipios, autoridades judiciales y demás instituciones del estado, en una articulación estratégica con la población civil, después un trabajo en el área rural del municipio de El Carmen, Norte de Santander.



El general Alberto José Mejía, comandante de las fuerzas militares de Colombia encabezó la operación Olimpo.



Es de resaltar que gracias a la inteligencia militar y policial, se secundó el plan, y con el apoyo de los equipos de las autoridades locales se lograron establecer los puntos donde geográficamente estaría el poblado, sobre un sector en el occidente de Guarema. Este fue un trabajo de persistencia, un gran apoyo de la Fuerza pública con cuadrantes de búsqueda, que duró más de seis días, con más de 500 hombres comprometidos. Gracias a la presión de las tropas, los captores fueron obligados a poner en libertad a Cristo Jesús. Finalmente, los soldados hallaron el paradero en la finca "Cerro Redondo" del municipio de El Carmen, y posteriormente fue entregado a su padre quien es el alcalde del municipio anterior mencionado. El glorioso Ejército Nacional celebra el regreso a la libertad, con el compromiso de que las tropas continúen en las operaciones con el propósito de garantizar la tranquilidad del país.

EDICIÓN ESPECIAL "ANTIOQUEÑOS MÁS FUERTES"

EDICIÓN ESPECIAL

FUERZA DE DESPLIEGUE RÁPIDO (FUDRA)

Socorristas de vida FUDRA N°3



La Fuerza de despliegue rápido No'3 en coordinación con la dirección de salud del Ejército tuvieron buen éxito y extrajeron a los heridos de guerra en lugares críticos y en apoyo a la población civil y familiares en diferentes zonas militares. Los soldados socorristas, son entrenados para salvar vidas, no solo con la Fuerza de Despliegue Rápido No'3 sino todas las unidades de la Legión División del Ejército, eso la finalidad de que aplique los técnicas de primeros auxilios para establecer la vida del personal, si enfermo que se encuentra en zonas de operaciones.



26 DETALLÓN DE INFANTERÍA Nº 15 "GENERAL SANTANDER"

FUERZA DE DESPLIEGUE RÁPIDO (FUDRA)

CAPACIDADES DE LOS SOCORRISTAS

Estos hombres son altamente capacitados para manejar el estrés de combate, evacuación, seguridad, rescate y cumplir su labor ante la presión del enemigo. Para esto gran labor debe pasar por salir semanas de arduo entrenamiento bajo presión, por parte de los instructores.



Ejes de acción



EDICIÓN ESPECIAL "ANTIOQUEÑOS MÁS FUERTES"

Bienvenida Fuerza de Despliegue Rápido N°3

La Fuerza de Despliegue Rápido es un cuerpo del Ejército colombiano, se creó en 1999, en el marco de la celebración del día de la Infancia colombiana, el actor presidente de la república Oscar Andrés Patino Arango, activo en las instalaciones del Batallón de Helicópteros con sede en la base de Tolimolá, lo que se le llamó a partir del momento la fuerza de Despliegue Rápido lo cual sería "la máquina de guerra del Ejército Colombiano".

Su finalidad es la de realizar operaciones ofensivas con Menos y pocas destinadas a degradar la capacidad de acción de las guerrillas y grupos armados, de forma rápida en cualquier lugar del territorio Nacional, su responsabilidad

son velar, hacer, pararse, si en desiertos, donde se presente una acción de la guerrilla o de cualquier grupo ilegal en cualquier UGBA.

Con el fin de iniciar rápido hacia la población civil del Catatumbo el Ejército Nacional de Colombia fortalece la Segunda División y realiza su compromiso con el departamento norte santandereano mediante ordenes operacionales, la creación de la Fuerza de Despliegue Rápido N°3 conformada por tres batallones de Despliegue Rápido y un Batallón de Acción Directa y Reconocimiento direccionados a trabajar bajo el plan "Voces del Incomunicado" y teniendo siempre presentes las líneas estratégicas estipuladas en el plan de transformación del Ejército.

"Una gran unidad lleva dos bases fundamentales la primera y la principal la protección de la población civil, estamos para salvar las comunidades, esas comunidades que han estado amenazadas y amenazadas por otros bandos y lo segundo es atacar al GUN y al EPL y así generar mediante de seguridad avanzada a su paso con el narcotráfico".

General Alberto Santander (E) General Villalba



26 EDICIÓN DE IMPARTIR N°13 "GENERAL SANTANDER"

Visita del presidente de la república

VISITA PRESIDENCIAL



"Nos tenemos que valcar con toda la mistica y todo el entusiasmo a salvar estas comunidades a estar con ellas, ya rodearlas, ya abrazarlas a decirles cuenta las aprens y las quiere Colombia" presidente Iván Duque Márquez

La visita a Ocaña por el presidente Iván Duque Márquez fue un éxito, en los eventos que estuvo el mandatario obtuvo una gran acogida por la población de la región, primero la activación oficial de la nueva unidad militar, la Fuerza de Despliegue Rápido N°3 (FUDRA) donde tres batallones hicieron una espectacular presentación encabezada por los helicópteros, los aviones de guerra MiG, armas de artillería pesada y los comandos de fuerzas especiales, donde el público asistente quedó sorprendido y a la vez feliz por la gran iniciativa del presidente de la república.

Tipo 10. Así llega al municipio al estado Hermandad Padilla donde habían presentes más de 2.000 personas que al verlo llegan no pararon de gritar su apellido a una sola voz, el con su sencillez no pudo contener el grito al ver tanto mistica que acudió al llamado por los diferentes medios digitales, televisivos y radiales al gran evento. Es de resaltar que la activación de la FUDRA N°3 ha sido el evento más importante que se ha realizado en el municipio de Ocaña y es por ello que el "Batallón Santander" se siente orgulloso de estar en su casa tan importante unidad militar.



En esta actividad el Presidente Iván Duque Márquez conoció a héroes multicitados que han participado en importantes operaciones, donde ellos fueron los que trajeron a la libertad al niño César José quien llevaba varios días secuestrado por grupos al margen de la ley.

27 EDICIÓN DE IMPARTIR N°13 "GENERAL SANTANDER"

¡listos para vencer!

La Fuerza de Despliegue Rápido N°3 fue entregada a los gobernantes y población de la región en el estado Hermandad Padilla de Ocaña ante más de 2.000 personas que acudieron la invitación y recibieron como un ángel esta unidad militar, por el presidente de la república, señor Iván Duque Márquez el 28 de octubre del año 2018.

Esta está lista para vencer, los mejores hombres y armamento conforman la FUDRA N°3 quienes luego de un arduo entrenamiento militar y total formación sobre el respeto de los derechos humanos y el derecho internacional humanitario. Estos hombres y mujeres, fueron los mejores principales y valores asumidos con honor, lealtad y fortaleza al reto de liderar las operaciones militares en puntos estratégicos del Catatumbo, siendo su principal finalidad la protección de la población civil y sus recursos.

Los héroes multicitados de la Fuerza de Despliegue Rápido N°3 tendrán la misión de combatir y derrotar desde la parte armada, logística y logística, las estructuras de los grupos armados organizados que delinquen en el Catatumbo como ELN, con sus grupos, pelotas, disidencia de las FARC y delincuencia común, para garantizar la tranquilidad y el orden constitucional, de igual manera luchar con la ola de secuestros y problemas de violencia que vive Ocaña y la región del Catatumbo.

"la paz del Catatumbo llega por romperle el espinazo al narcotráfico"

General Alberto Santander (E) General Villalba

Esta unidad militar trabajará a la defensa de la nación manteniendo las capacidades conjuntas coordinadas y combinadas del Ejército Nacional, Fuerza Aérea, Armada Nacional, Policía Nacional y Fiscalía General de la Nación proporcionando estabilidad y consolidación del territorio.

El Ejército Nacional a través de la Segunda División, entrega a la región de Norte de Santander una unidad militar legítima, moderna y profesional, altamente en sus valores como capacidades para neutralizar las amenazas internas que permiten disminuir el control institucional del territorio siendo la FUDRA N°3 un aliado estratégico para el progreso de la región permitiendo que la Acción Integral articulada al programa 4E en Colombia potenciará el desarrollo de proyectos productivos y de infraestructura, empoderando a la comunidad para que tomen los riens del progreso y bienestar.



EDICIÓN ESPECIAL "¡Juntos somos más fuertes!"

Visita del presidente de la república

"Es muy emocionante ver tanta gente que nos apoya con esta iniciativa y nos motiva a seguir trabajando, venga señor fiscal y saludé a su gente" Presidente de la República

El presidente se reunió a la comunidad pidiendo el apoyo y resalta lo importante de proteger la fuerza pública, pues ellos están arriesgando sus vidas por proteger al ciudadano civil y mostrar su respaldo total.

Luego de la activación de la FUDRA N°3 se dirigió al parque principal de Ocaña donde desde las 8:00 de la mañana estaba en marcha el II Encuentro de Emprendedores Comunitarios "my Catatumbo" pues el presidente quería ver juntos a todos las instituciones públicas y privadas como entidades gubernamentales y no gubernamentales de la región y el mismo visitar los diferentes cant. Militar a cada personal por la importante labor que llevan al día sus excelentes productos y servicios a una población que ha sido golpeada por la violencia.

La mistica de personas que asistieron al encuentro. Su historia, todos los organizadores del stand que les que el mandatario conoció su compromiso con la región y de igual manera conoció las necesidades que fluyen de esta tierra. Los productores del Catatumbo no fueron con su

muestra de productos de excelente calidad, demostrando que hay empresas que todavía viven de los productos del campo.

El evento ocurrió de buena manera, la comunidad Ocañense estuvo comprometida con la visita presidencial, pero automotiva a seguir trabajando por el bienestar de todos y su mejorar las herramientas que se inventen todos juntos pueden hacer de esta región una muy productiva.



EDICIÓN ESPECIAL "¡Juntos somos más fuertes!"

Edición especial "Juntos somos más fuertes"



EJÉRCITO



II DIVISIÓN



BRIGADA 30



BISAN 15



FUDRA 3



GAULA MILITAR

Editorial



Un Equipo De Valientes A Luchar Por Una Causa

El Catumbó es una región golpeada por el conflicto armado y la violencia, es por ello que en esta edición se quiere resaltar el trabajo que se ha llevado a cabo para mejorar la situación del Catumbó y de la misma manera recuperar soberanía en este territorio. En esta ocasión el teniente coronel Juan Carlos Angarita Suarez, comandante de Batallón de Infantería N° 15 "General Santander" quiere resaltar la valiosa labor que se ha llevado en esta subregión colombiana, donde por décadas se ha trabajado aunque no ha sido muy notorio por la población.

Por varios años atrás el Batallón Santander tuvo en su jurisdicción a Teorama, Hacerí, San Calisto. Municipios del Catumbó donde se realizaron diferentes actividades y operaciones buscando recuperar soberanía, es por ello que es importante dar a conocer el aprecio que le tiene a esta región, esto motiva a seguir trabajando cada día de la mano con las demás unidades militares para el bienestar de la comunidad víctima.

Es de destacar que las unidades militares no solo están para combatir en lo armado, sino con la acción integral y los diferentes programas de gobierno Nacional como proyectos de infraestructura y productivos articulados por el programa Fe en Colombia.

En este momento el Batallón Santander cuenta con tres de los once municipios del Catumbó, donde día a día trabaja por mejorar los índices de criminalidad con la población de los municipios de la playa de Belén, Abrego y Ocaña quienes en su historia está marcada la delincuencia y la violencia.

De igual manera se busca resaltar la labor que realizan cada día las diferentes unidades militares que de una u otra manera mejoran la seguridad y protegen a la población civil, colocando su pecho por todos los catumbobos que habitan la región.



Por: Michell Toriano Quintero

Las Fuerzas Militares según trabajan y luchando contra aquellos grupos que intranquilizan a la población civil, ya sea con secuestros, extorsiones, asesinatos mostrando que el estado no ha olvidado esta zona importante de Colombia devolviendo la paz y la confianza y que el campesinado vuelva a los cultivos de pan de azúcar y los niños puedan salir a caminar tranquilos sin miedo a cualquier situación de violencia que se presente.

Es de gran importancia resaltar la labor que las diferentes unidades han realizado y seguirá demostrando una vez más que **"juntos, somos más fuertes"**.

Luego a medida que se recupere terreno se realizarán nuevas de negocios, ferias servicios, con industrias que conozcan la gran variedad de productos de calidad que salen de esta tierra.

"LA VIOLENCIA NO ES MÁS QUE UN OBSTÁCULO QUE NOS IMPIDE LLEGAR A LA FELICIDAD"

VALERIA STREINBERGER

Fuente: Autor del proyecto.

Apéndice D. Vídeo: Viaje al corazón del oriente.

(El video se encuentra adjunto en el CD de entrega final del presente proyecto de pasantía)

Apéndice E. Vídeo: Navidad diamante.

(El video se encuentra adjunto en el CD de entrega final del presente proyecto de pasantía)

Apéndice F. Vídeo: Segundo encuentro de emprendedores comunitario.

(El video se encuentra adjunto en el CD de entrega final del presente proyecto de pasantía)

Apéndice G. Cuña lectura en voz alta corregimiento el gitano.

(El audio se encuentra adjunto en el CD de entrega final del presente proyecto de pasantía)

Apéndice H. Banquete del libro.

(El video se encuentra adjunto en el CD de entrega final del presente proyecto de pasantía)

Apéndice I. Jornada de lectura en voz alta San invilla.

(El video se encuentra adjunto en el CD de entrega final del presente proyecto de pasantía)