

**FUNDACIÓN CÍRCULO DE OBREROS DE SAN PEDRO CLAVER**  
**INFORME DE GESTIÓN**  
**PROYECTO BARRIO HEROICO**

<b>Departamento:</b>	BOLIVAR	<b>Distrito / Municipio:</b>	CARTAGENA
<b>Periodo del informe:</b>	1- 31   JULIO	<b>Nombres y Apellidos:</b>	MANUEL URIBE GAMARRA

1. Resumen de experiencias o procesos exitosos y/o extraordinarios que se deban resaltar.

No.	Actividades	Descripción / Justificación
1.	Desarrollo del plan de comunicaciones propuesto para la visibilidad y posicionamiento del proyecto Barrio Heroico en la ciudad de Cartagena y los públicos de interés.	Ejecución de actividades propias establecidas en el plan de comunicaciones desde sus tres componentes, y otras actividades que requieran refuerzo del área de comunicaciones para su implementación

2. Resumen de actividades del mes. Relacione las actividades del mes desarrolladas y acordadas.

Actividad	Seman a 1	Seman a 2	Seman a 3	Seman a 4	<b>Total</b>
Diseño de piezas gráficas desarrolladas dentro del plan estratégico de comunicaciones	x	x	x	x	24h

3. Resumen de actividades del mes. Relacione las actividades del mes desarrolladas y acordadas.

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	<b>Total</b>
Diseño de productos del plan de contenidos semanal para comunicar procesos a través de medios alternativos	x	x	x	x	8h

4. Resumen de actividades del mes. Relacione las actividades del mes desarrolladas y acordadas.

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	<b>Total</b>
Producción y posproducción de piezas audiovisuales relacionadas con lecturas de contextos e historias de organizaciones		x	x	x	16h

5. Resumen de actividades del mes. Relacione las actividades del mes desarrolladas y acordadas.

Actividad	Seman a 1	Semana 2	Seman a 3	Seman a 4	<b>Total</b>
Desarrollo de material fotográfico como soporte al recuento documental del proceso del proyecto	x	x	x	x	8h

6. Resumen de actividades del mes. Relacione las actividades del mes desarrolladas y acordadas.

Actividad	Seman a 1	Semana 2	Semana 3	Seman a 4	<b>Total</b>
Planificación y diseño de requerimientos POP – divulgación para la elección de iniciativas comunitarias			x	x	16h

7. Resumen de actividades del mes. Relacione las actividades del mes desarrolladas y acordadas.

Actividad	Semana 1	Semana 2	Seman a 3	Seman a 4	<b>Total</b>
Grabación y ajuste a identidad corporativa de material audiovisual sesiones de formación – Barrio Heroico	x	x	x	x	20h

8. Resumen de actividades del mes. Relacione las actividades del mes desarrolladas y acordadas.

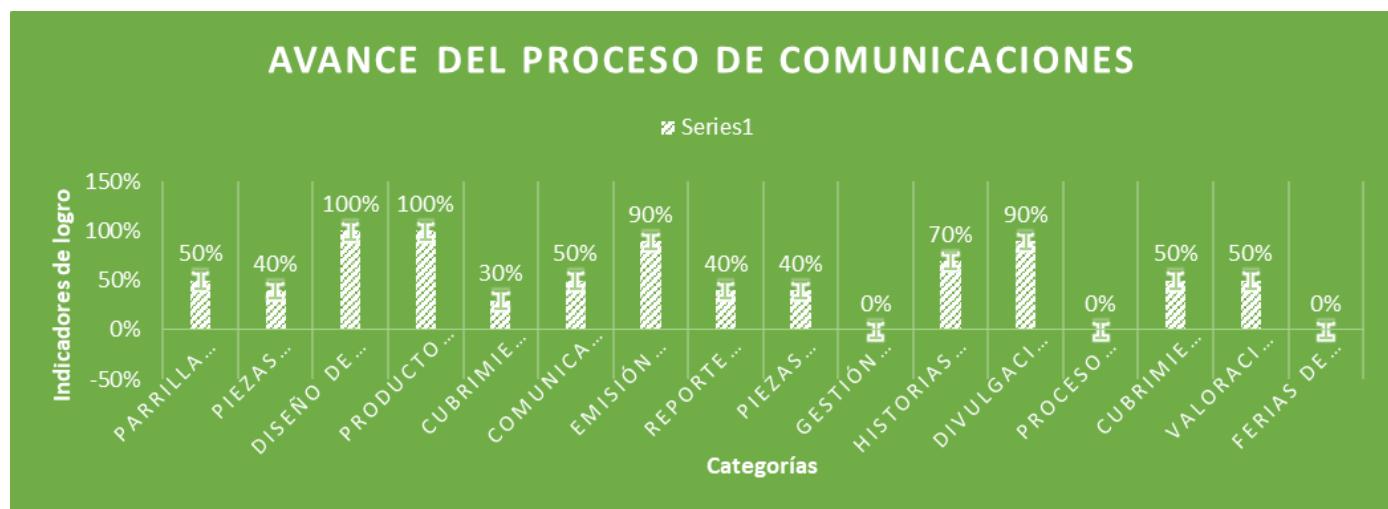
Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	<b>Total</b>
Diseño y ajuste de contenido gráfico para plataformas del convenio	x	x	x	x	16h

## 9. Descripción de actividades desarrolladas- impacto y anexos

En el marco estratégico del convenio 009 de mayo de 2021 entre la Escuela de Gobierno y Liderazgo de la Alcaldía de Cartagena y La Fundación Círculo de Obreros de san Pedro Claver para la ejecución del Proyecto Barrio Heroico, la gestión de las comunicaciones es un proceso transversal y estratégico que aporta al cumplimiento de los objetivos misionales perseguidos durante el trabajo desarrollado en el marco del presente proyecto. En este sentido la gestión de las comunicaciones define los parámetros para dar a conocer cualquier tipo de información del proyecto bajo tres frentes estratégicos:

- Comunicación interna
- Comunicación externa
- Comunicación y apropiación

### Imagen 1. Avance del proceso de comunicaciones



### 1 Plan de acción

La presente estrategia tiene como objetivo impulsar los objetivos del proyecto, posicionar, y visibilizar cada una de sus acciones a través de piezas comunicacionales que así lo permitan. Este plan, fortalece, además, la cultura organizacional y se convierte en pieza clave en el cumplimiento de las metas que se han fijado dentro del presente proyecto.

Dentro de los productos desarrollados en la primera fase del proceso del proyecto, se han realizado jornadas de formación permanente, evaluación y aprendizajes con el fin de destacar aspectos desarrollados, fortalecer la implementación de la estrategia de comunicaciones, acompañar y orientar al equipo en la generación de evidencias y productos que posteriormente serán fuente principal de comunicación, y la articulación para el refuerzo de iniciativas internas que quieran ser destacadas y promovidas.

## 2 DESARROLLO DE FRENTES ESTRATÉGICOS

### 2.1 Comunicación interna

La búsqueda de un ejercicio que integre, y permita fortalecer la pertenencia del equipo a cada uno de los procesos, destacar su trabajo y labores, articular esfuerzos para hacer

pedagogía de los requerimientos de las distintas áreas, procesos y metodologías y apoyar desde productos comunicacionales el desarrollo de actividades.

Una comunicación desde el núcleo del proyecto que nos permita generar un diálogo interno entre el equipo, fundamentado en la construcción de piezas que promuevan el uso de aplicativos para la generación de un trabajo más óptimo, frases que acompañen el quehacer de los miembros y aporten al desarrollo de un sano ambiente corporativo, pero también a un valioso trabajo en equipo. Jornadas de formación permanente, evaluación y aprendizajes con el fin de destacar aspectos desarrollados, fortalecer la implementación de la estrategia de comunicaciones, acompañar y orientar al equipo en la generación de evidencias y productos que posteriormente serán fuente principal de comunicación, y la articulación para el refuerzo de iniciativas internas que quieran ser destacadas y promovidas.

### Imagen 2- Productos comunicacionales – Consumo interno



## 2.2 Comunicación

y

## apropiación

En el ejercicio comunicacional es importante la implicación, pero también el hecho de sentir parte del proyecto que se pretende visibilizar, y el sentirnos parte no obedece a solo “hacer” parte, o tener un rol específico, sino en la dinámica de contar experiencias, ser relevantes en la misma y narrar los procesos desde cada uno de los roles, desde el acercamiento, desde los actores, convirtiendo a cada uno en protagonista para que esto lleve las comunicaciones al impacto esperado. La implicación, entonces parte del público objetivo y el impacto de la estrategia desde acciones tan básicas como la forma como recibimos evidencias, hasta el manejo que se hace de las mismas.

Para todo esto, el proceso de formación y empalme es fundamental, funciona como engranaje para transferir conocimientos y realizar el proceso de producción de piezas, historias, tips o mecanismos de pedagogía de manera más óptima que a su vez generen feedback en la comunicación y que nos permita revisar constantemente las respuestas que tenemos frente a esas acciones y repensarnos constantemente de acuerdo a la lectura realizada a este proceso.

En el marco del proyecto se transformado las respuestas de los participantes en productos y a su vez, con ello destacamos la importancia de los mismos y la relevancia de seguir generando apuestas que permitan acercarnos a sus prácticas y a sus historias, que se convierten en el corazón de la estrategia.

### Imagen 3. Acompañamiento al proceso – Implicación



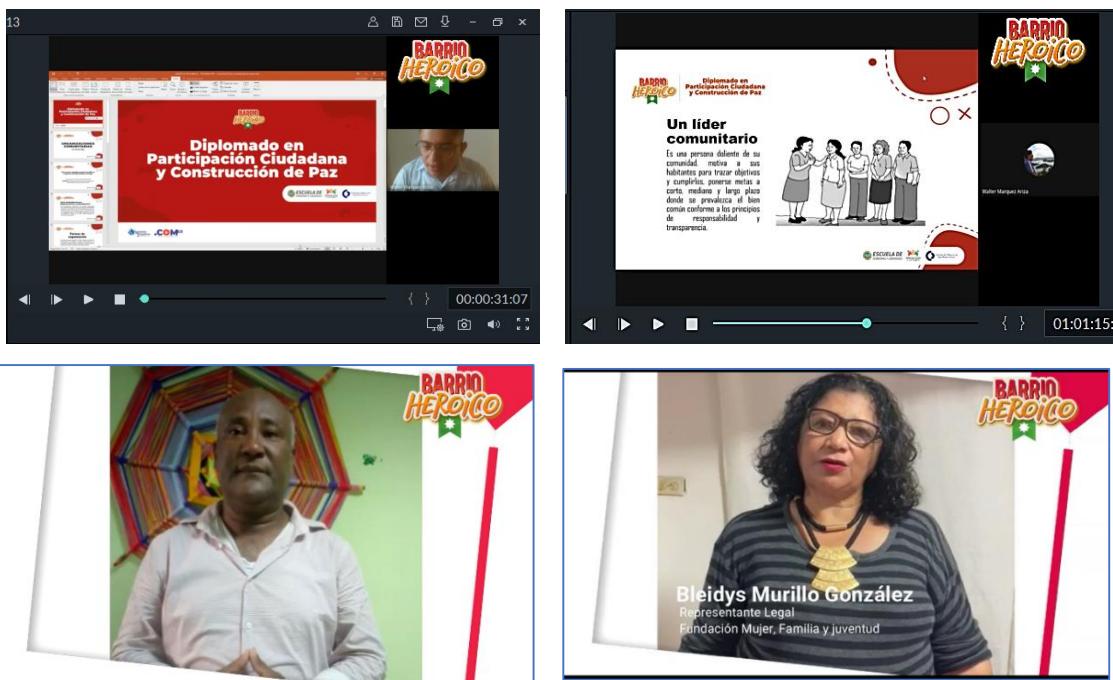
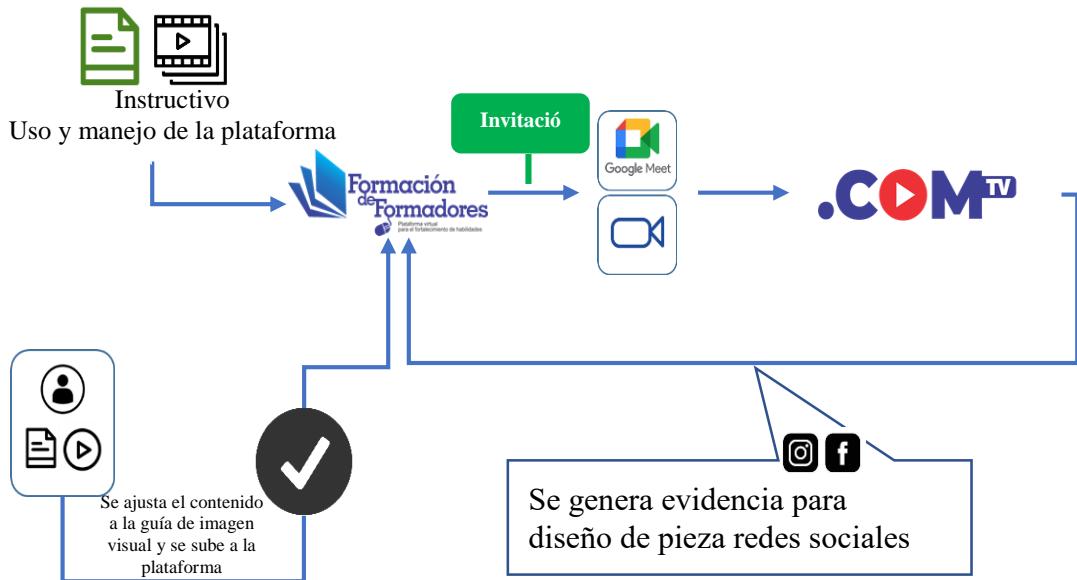
## 2.3 Apoyo al desarrollo de actividades

Como parte del plan estratégico del área se encuentra el apoyo en las actividades desarrolladas desde cada uno de los ejes de ejecución del proyecto Barrio Heroico durante su ejecución. El proceso de Formación en Participación Ciudadana y Construcción de Paz hace parte del componente del proyecto que busca la capacitación de los más de doscientos líderes y participantes de organizaciones sociales y de base comunitaria de distintas localidades de la ciudad de Cartagena

Este ejercicio ha contado con acciones de comunicación que apoyan la capacitación desde la virtualidad como: desarrollo de mensajes de acompañamiento, diseño de formatos de guías para el cargue de información a la plataforma dispuesta para la formación virtual, adaptación del material de las sesiones a la imagen corporativa y de identidad del proyecto, apoyo comunicacional de las sesiones y generación de productos audiovisuales como soporte al proceso formativo.



#### Imagen 4. Productos para plataformas – procesos de formación



## 2.4 Comunicación Externa

Difundir y apoyar la entrega de información transparente, oportuna y veraz para líderes de opinión de diversa índole, con quienes sea posible mantener una relación de información abierta y permanente que permitiera transmitir una imagen balanceada sobre el Proyecto Barrio Heroico y las entidades en convenio que permiten su ejecución, es parte del enfoque externo de la comunicación.

Imagen 6 – Piezas gráficas para difusión en redes sociales- plataformas y medios

## Línea de tiempo publicaciones



La naturaleza o el corazón de la comunicación en comunidad es compartir las experiencias, sentirlas y palparlas, por ello la intención principal de la estrategia es narrar el proceso del proyecto desde los participantes, desde el equipo, desde la experiencia viva en comunidad, con una formación previa en elementos prácticos de cómo capturar un video o cómo hacer que una imagen cuente, comunique, transmita, transporte.

Hasta el momento logramos que las organizaciones cuenten sus historias, sus experiencias en el desarrollo del proyecto, como viven las actividades, cómo dichas actividades permiten el fortalecimiento de capacidades que se permitan generar procesos comunitarios posteriormente desde el rol de los líderes.



*manuel uribe gamarra*

---

MANUEL URIBE GAMARRA  
PROFESIONAL DE COMUNICACIONES