INFORME DE ACTIVIDADES DE CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

1. DATOS GENERALES

No. De Contrato: No. CD-31-2026-6905
Plazo de Ejecución 28/07/2026
Nombre y Apellido del Contratista: Anny María Tobón Argote
No. Documento de Identificación: 1.140.879.998 de Barranquilla
Periodo: 28 de febrero de 2026.
No. de Pago: 01

2. INFORME DE ACTIVIDADES

Obligación Contractual	Producto
Asesorar a la Oficina de la Mujer, Equidad y Género en la elaboración de contenidos de acciones y actividades para su comunicación.	• Gestión de Contenidos y Redes Sociales Asesoría y elaboración de la parrilla de contenidos para el mes de febrero, estableciendo parámetros para el cubrimiento y edición de material audiovisual. Publicación y difusión estratégica de contenido en plataformas digitales como Instagram, Facebook y X, resaltando el impacto y alcance de las iniciativas de la Oficina de la Mujer. • Análisis y Fortalecimiento de Contenido Evaluación y optimización del contenido para garantizar su alineación con los objetivos estratégicos y el cumplimiento de estándares de cooperación internacional.
Cubrir eventos, actividades de la Oficina de la Mujer, Equidad y Género para ser divulgados en medios de comunicación.	• Socialización y Sensibilización Comunitaria Se realizó cubrimiento de las socializaciones y sensibilizaciones durante el mes de febrero *Taller Vision Board con mujeres lideresas, Desfile Ribereño, recorrido en barrio Santo Domingo, Cuacherna, Desfile Suroccidente, Activación en CC MALL PLAZA Y VIVA, socialización taxistas, Aeropuerto, Transmetro Estación Joe Arroyo, Plan de Contingencia, Taller con Reinas Populares, Ensayo y taller*

	con Lideresas, taller de letanias, activación Picó ´No es No´ en malecón con letanias, Estaciones y CAI, Socialización gremio hotelero, Carnaval Distrital, Podcast UNISIÓN y KZ TELECARIBE • Creación de Contenido y Edición Edición de material audiovisual y generación de contenido para redes sociales, asegurando una difusión estratégica de los eventos y actividades de la campaña Redacción de guiones para la producción de videos y piezas comunicacionales, garantizando un mensaje claro y alineado con los objetivos de la campaña Guiones realizados: ✓ REINADO POPULAR, SE UNE A LA CAMPAÑA NO ES NO ✓ REINA DEL CARNAVAL 2026 SE UNE A LA CAMPAÑA NO ES NO ✓ VISIÓN BOARD LIDERESAS ✓ EL RESPETO HACIA LA MUJER NUNCA PASA DE MODA ✓ WHEN SHE SAY´S NO, IT MEANS NO ✓ GUACHERNA CON RESPETO ´NO ES NO´ ✓ NO ES NO EN DESFILE DE SUROCCIDENTE ✓ EN CUALQUIER LUGAR, NO ES NO ✓ ´NO ES NO´ CAI Y ESTACIONES ✓ ´NO ES NO´ EN KZ TELECARIBE ✓ REBOLLO Y SANTO DOMINGO DICEN ´NO ES NO´ ✓ LETANIAS POR EL RESPETO ´NO ES NO´ *Videos realizados, editados y publicados en el mes de Febrero.* ✓ REINADO POPULAR, SE UNE A LA CAMPAÑA NO ES NO ✓ REINA DEL CARNAVAL 2026 SE UNE A LA CAMPAÑA NO ES NO ✓ VISIÓN BOARD LIDERESAS ✓ EL RESPETO HACIA LA MUJER NUNCA PASA DE MODA

	✓ WHEN SHE SAY´S NO, IT MEANS NO ✓ GUACHERNA CON RESPETO´NO ES NO´ ✓ NO ES NO EN DESFILE DE SUROCCIDENTE ✓ EN CUALQUIER LUGAR, NO ES NO ✓ ´NO ES NO´CALI Y ESTACIONES ✓ ´NO ES NO´EN KZ TELECARIBE ✓ REBOLO Y SANTO DOMINGO DICEN ´NO ES NO´ ✓ LETANIAS POR EL RESPETO´NO ES NO´
Realizar seguimiento y registro de evidencias de publicaciones en portales web, redes sociales, medios internos y externos.	Monitoreo y registro de publicaciones en portales web, redes sociales, y medios de comunicación internos y externos. Análisis del alcance y la repercusión del contenido difundido para evaluar su impacto y efectividad. Sistematización de evidencias para reportes y seguimiento de la visibilidad de las acciones de la Oficina de la Mujer, Equidad y Género. En el micrositio se publicaron los boletines de prensa sobre las acciones que se realizaron en el mes de Febrero.
Brindar asesoría en la marca institucional, prensa y redes sociales de la oficina de la Mujer, Equidad y Género.	Participación en la conceptualización y desarrollo estratégico de las campañas **ACTUALIZACIÓN NO ES NO- CARNAVAL** asegurando la coherencia con los valores y objetivos de la Oficina de la Mujer, Equidad y Género. Asesoría en la definición del enfoque comunicacional y visual de las campañas para fortalecer su impacto en la comunidad. Colaboración en la alineación del mensaje de las campañas con los lineamientos institucionales y los estándares de comunicación social. • Participación en reuniones de trabajo para ajustar campaña ´No es No´- Carnaval 2026. • Participación en reunión con la Secretaría de Comunicaciones y la Jefa de la Oficina de la Mujer para dar

	a conocer todas las campañas vigentes y con qué comunidades se desarrollan para crear un fortalecimiento en la difusión de estas en medios masivos de comunicación. • Participación en las reuniones para la articulación con la Secretaría de Cultura para la realización del picó´No es No´
Elaborar brief y soportes para la elaboración de estrategias institucionales comunicacionales	Redacción de correos detallados para la planificación y ejecución de estrategias comunicacionales institucionales en las campaña No es No- Carnaval. Desarrollo de documentos de soporte que orienten la creación de campañas y acciones de comunicación alineadas con los objetivos de la Oficina de la Mujer, Equidad y Género. Definición de lineamientos estratégicos para garantizar la coherencia y efectividad de los mensajes en distintos canales de difusión.
Realizar estrategias de impacto de contenidos audiovisual para el mayor impacto de divulgación de las campañas desarrolladas por la oficina de la Mujer, Equidad y Género.	Se implementaron diversas estrategias de comunicación digital orientadas a maximizar la divulgación y el impacto de las campañas desarrolladas por la Oficina de la Mujer, Equidad y Género. Además de la producción de piezas audiovisuales como guiones y reels, se desarrollaron historias complementarias en redes sociales, diseñadas para fortalecer la visibilidad de los mensajes y fomentar la participación ciudadana. Estas historias se utilizaron como herramienta de conexión directa con la audiencia, permitiendo difundir de manera ágil y atractiva los contenidos de cada campaña. Incluyeron clips breves de talleres y jornadas de formación, mensajes de sensibilización sobre equidad de género, testimonios de mujeres participantes, invitaciones a eventos y cobertura en tiempo real de las actividades institucionales. A través de estas acciones, se consolidó una estrategia integral de comunicación que favoreció el posicionamiento de la Oficina en el entorno digital, fortaleciendo la cercanía con la comunidad y el reconocimiento de las iniciativas orientadas a la promoción de los derechos de las mujeres y la igualdad de género.

Coordinar con la Secretaría de Comunicaciones el desarrollo de piezas institucionales para divulgación de contenido audiovisual de la Oficina de la Mujer, Equidad y Género.	De manera articulada con la Secretaría de Comunicaciones y con el apoyo de la agencia de diseño, se desarrollaron diversas piezas gráficas orientadas a fortalecer la divulgación de las campañas institucionales y promover la participación ciudadana en las actividades lideradas por la Oficina de la Mujer, Equidad y Género. Entre las piezas elaboradas se destacan: CARNAVAL 2026 NO ES NO (gorras, camisetas, banderas, estandartes, abanicos, pasacalle, invitaciones a talleres, tarjetas para influencers, piezas de redes sociales, cierres para redes y videos para prensa). Adicionalmente, se diseñaron materiales visuales de apoyo para las actividades, garantizando una comunicación coherente, atractiva y alineada con la identidad institucional.
Participar de las reuniones para el cumplimiento de objetivos de la oficina de la Mujer, Equidad y Género.	Participé activamente en diversas reuniones estratégicas esenciales para el cumplimiento de los objetivos de la Oficina de la Mujer, Equidad y Género. Destaca mi colaboración con la Secretaría de Comunicaciones para asegurar que todos los procesos comunicacionales, tanto de prensa como digitales, estuvieran alineados con las directrices institucionales. Adicionalmente, asistí a una reunión específica enfocada en la optimización de procesos internos para dar respuesta efectiva a los requerimientos recibidos por la oficina. Finalmente, participé en encuentros con la agencia de diseño y el equipo de comunicaciones, donde se revisaron y aprobaron los diseños y campañas, garantizando su coherencia con la imagen y mensaje institucional de la oficina.

Anexos

1. Formato de Interventoría para firmado por el Supervisor
2. Fotocopia de los aportes obligatorios a salud, pensión y ARL del periodo, según las obligaciones del contrato.
3. Documentos fiduprevisora.

ANNY MARIA TOBON ARGOTE
C. C: 1.140.876.998 De Barranquilla