Barranquilla, 30 de abril de 2026

Doctora
JANETH CABRERA JULIO
Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
Corporación Autónoma Regional del Atlántico C.R.A

Cordial saludo,

Me permito presentar el informe de actividades correspondiente al **período del 30 de Marzo al 29 de Abril de 2026,** a través del cual dejo constancia de las actividades realizadas como ejecución del **contrato de prestación de servicios N° 0308 de 2026**, las cuales fueron hechas de acuerdo a la propuesta y cronograma presentado como contratista independiente, autónoma y sin sujeción a horarios de trabajo, subordinación o instrucciones administrativas para el cumplimiento de las mismas.

Con lo anterior, ratifico que la contraprestación que recibo es por el servicio prestado a la Corporación.

Cordialmente,

Margarita Lavado
Margarita Lavado Jiménez
Comunicadora Social y Periodista
Esp. Gcia de la Com. Organizacional
C.C. 32.787.747 de Barranquilla
Contratista Asesora Oficina Asesora de Comunicaciones
Corporación Autónoma Regional del Atlántico C.R.A

INFORME DE ACTIVIDADES No. 1
MARGARITA LAVADO
MARZO DE 2026

FECHA: 30-04-2026

CONTRATO No.: 0308 de 2026

OBJETO: PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL ACOMPAÑAMIENTO Y ASESORÍA A LA OFICINA DE COMUNICACIONES, EN EL DESARROLLO Y ESTRUCTURACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN DE LAS ACCIONES MISIONALES DE LA CORPORACIÓN, A EFECTOS DE DAR APLICACIÓN AL PLAN DE COMUNICACIONES DE LA ENTIDAD.

VALOR INICIAL: Cuatro millones de pesos $ 4.000.000

FORMA DE PAGO: mensualidades de cuatro millones de pesos.

PLAZO INICIAL: 6 meses

FECHA DE INICIO: 30 DE ENERO de 2026

CONTRATANTE: CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL ATLÁNTICO- C.R.A.

CONTRATISTA: MARGARITA LAVADO JIMÉNEZ

SUPERVISOR: JANETH CABRERA JULIO – JEFE OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES.

De conformidad con el objeto del Contrato No 0308 de 2026, durante el periodo comprendido del 30 de Marzo al 29 de Abril de 2026, se desarrollaron las siguientes actividades:

INFORME DE ACTIVIDADES MES DE MARZO DE 2026

Obligación No.1: Apoyar en el diseño y estructuración de la estrategia de comunicación interna de la Entidad, definiendo objetivos, públicos internos, mensajes clave, canales, cronogramas y responsables, en articulación con la Oficina Asesora de Comunicaciones, garantizando como resultado una estrategia inclusiva y alineada con los lineamientos institucionales.

Se estructuró la línea narrativa de la primera fase de productos internos como Somos Talento y así mismo Un día Con, ambos productos enfocado en el nuevo plan de medios y el acompañamiento a todos los demás, que se mantienen al aire. Seguimiento a las profesionales que los desarrollan y línea estratégica a seguir. Tal como se deja en el soporte del Drive creado para seguimiento de la supervisión en la entidad.

Obligación No. 2. Apoyar en la definición de estrategias y campañas de comunicación interna que permitan modelar una nueva cultura organizacional, orientadas a fortalecer la identidad institucional, el sentido de pertenencia, en articulación con la oficina de Gestión Humana.

Se logró sacar al aire la primera producción de productos internos, donde el funcionario es el protagonista y está en el centro de la nota. Cumpliéndose los tiempos de preproducción y producción, además de una alta visibilidad y aceptación en los canales internos, siendo dos productos nuevos, en etapa de lanzamiento con una visibilidad y *engagement* de promedio 2000 a 4000 visibilizaiones en menos de un mes y un promedio de interacciones proporcional al número de funcionarios de la entidad de planta, quienes constituyen el público objetivo. Tiempo de lanzamiento al aire: **menos de un mes al presentar el informe. Lo que demuestra impacto e interacción positiva, en pro de la cultura que esta enfocada en modelarse.**





Obligación Nº.3: Apoyar en la definición de los canales y acciones para el fortalecimiento de la comunicación interna, estableciendo lineamientos y criterios estratégicos para su uso, optimización y articulación, con el fin de garantizar una comunicación clara, oportuna y coherente entre las diferentes dependencias de la Entidad.

Apoyó al área de comunicaciones internas en la alineación del equipo directivo para la Rendición de Cuentas y su acompañamiento en la gestión de Voceros, conscientes de su "proyección" de marca, como un activo intangible en Imagen C.R.A

Obligación Nº .4: Apoyar en la formulación y recomendaciones a partir de los resultados que arroje el análisis de efectividad de la estrategia implementada y proponer acciones de mejora.

Se hicieron recomendaciones para un producto informativo dirigido exclusivamente para el rol de Dirección, con el fin de fortalecer el liderazgo de la entidad a través de su gestión. SE entregó idea creativa, fase de pre-producción una vez se recibió Vo.Bo de la Oficina de Comunicaciones y la Dirección general.

Obligación Nº.5: **Apoyar el área de comunicaciones en las actividades que sean delegadas y que sean relacionadas con el objeto del contrato.**

Se desarrolló taller para el equipo líder en Identidad e Imagen como embajadores de marca C.R.A, en el marco de la Rendición de Cuentas.

Cordialmente,

Margarita Lavado

MARGARITA LAVADO JIMÉNEZ
CC 32.787.747 de Barranquilla
Comunicadora Social Especializada en
Gcia de la Com. Organizacional
Corporación Autónoma Regional del Atlántico C.R.A