INFORME DE ACTIVIDADES

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES

Nombre completo contratista	ANDREA CAROLINA GÓMEZ DÍAZ
Cédula	1140879880
No. de contrato	**CD-07-2026-4806**
Fecha de presentación del informe	5 de junio de 2026
Objeto del contrato	Prestación de servicios profesionales para la ejecución de tareas misionales de la Secretaría Distrital de Comunicaciones y actividades contempladas en su Plan de Acción 2026, en armonía con el Plan Estratégico de Comunicaciones y el Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027.
Plazo del contrato	Desde el 02/02/2026 hasta el 31/07/2026
Supervisor	Ricardo Villa Pérez
Período del informe	Del 1° al 31 de mayo de 2026
Número de pago	4/6

A continuación, se relacionan las actividades realizadas durante el período reportado dentro del plazo del contrato:

OBLIGACIONES CONTRACTUALES	ACTIVIDADES REALIZADAS
1. Asesorar en la elaboración, revisión y organización de contenidos institucionales para su difusión en diferentes canales y públicos. **2. Realizar el seguimiento y reporte periódico de actividades, avances y resultados de las estrategias de comunicación implementadas.** **3. Participar en la planificación y realización de eventos, actividades y encuentros relacionados con la comunicación institucional (interna o externa).** **Elaborar los informes, actas, memorandos y otros documentos institucionales que le sean requeridos para la gestión interna y**	Realicé el desarrollo y estructuración del brief táctico de la campaña Adulto Mayor, incluyendo el análisis de objetivos institucionales, públicos de interés y necesidades de comunicación. Definí los lineamientos conceptuales, el enfoque narrativo y las recomendaciones creativas orientadas a visibilizar a los adultos mayores desde una perspectiva positiva, activa y cercana, así como los requerimientos gráficos y de contenidos necesarios para la ejecución de la estrategia. Desarrollé el brief táctico para la campaña del Día de la Madre, realizando la conceptualización estratégica de la comunicación, la definición de mensajes clave y la identificación de los públicos objetivo.

externa de la Secretaría de Comunicaciones. **5. Contribuir a la generación de un entorno de trabajo colaborativo mediante la coordinación de agendas, recordatorios y seguimiento de las tareas y compromisos que le sean asignados.** **6. Realizar tareas de investigación documental y recopilación de información de fuentes internas y externas para respaldar estrategias y campañas.** **7. Participar activamente en reuniones estratégicas y de coordinación convocadas por la Secretaría Distrital de Comunicaciones.**	Asimismo, establecí las directrices creativas y visuales para garantizar una narrativa emocional, cercana y alineada con los valores de ciudad, facilitando la producción de piezas gráficas y audiovisuales para medios digitales e institucionales. Elaboré los briefs tácticos de las campañas Movilidad Inclusiva y Sostenible realizando el levantamiento y organización de información estratégica, la definición de objetivos comunicacionales, públicos prioritarios y enfoques creativos. Adicionalmente, estructuré los lineamientos de diseño, tono de comunicación y piezas requeridas para cada iniciativa, garantizando coherencia entre las necesidades institucionales, los mensajes de impacto ciudadano y la ejecución de las acciones de comunicación. Realicé la construcción del brief táctico de la campaña Río de Oportunidades, desarrollando el análisis del contexto social, los objetivos estratégicos y los públicos beneficiarios de la iniciativa. Definí el enfoque comunicacional y los lineamientos creativos orientados a fortalecer el sentido de pertenencia, la inclusión social y la apropiación del territorio, así como las recomendaciones para la identidad visual y las piezas de comunicación requeridas para la implementación de la estrategia. Elaboré el brief táctico de la campaña Ruta Sanitaria, consolidando la información técnica y comunicacional necesaria para el desarrollo de la estrategia. Realicé la definición de objetivos, públicos de interés, mensajes clave y enfoque pedagógico de la campaña, orientado a promover cambios de comportamiento relacionados con el uso adecuado del alcantarillado y la disposición

	responsable de residuos. Además, establecí los lineamientos conceptuales, gráficos y de contenidos para las diferentes piezas informativas y educativas contempladas dentro de la iniciativa. Participé en la estructuración y desarrollo del brief táctico de la campaña de pago del impuesto predial, realizando la definición de objetivos comunicacionales, mensajes clave y públicos prioritarios. Desarrollé el enfoque estratégico orientado a incentivar el pago oportuno, fortalecer la cultura tributaria y visibilizar los beneficios que generan estos aportes para la ciudad. Asimismo, establecí lineamientos creativos y recomendaciones para la producción de piezas informativas y promocionales en diferentes formatos, garantizando una comunicación clara, cercana y de fácil comprensión para la ciudadanía. Diseñé y adapté a diferentes formatos la publicidad de las distintas fechas del Festival de la conciliación para el cambio. Diagramé diferentes adaptaciones para la divulgación de los Centros de oportunidades y las comisarías de familia en Centros Comerciales.

REGISTRO GRÁFICO	DESCRIPCIÓN
	Realicé el brief táctico de la campaña Adulto Mayor.
	Desarrollé el brief táctico para la campaña del Día de la Madre.
	Elaboré los briefs tácticos de las campañas Movilidad Inclusiva y Sostenible.

CREARTE

Temática Campaña	Adulto Mayor
Dependencia solicitante	Secretaría de Gestión Social
Tipo de Campaña	B
Fecha de solicitud	20 de abril
Indicar eje del Plan de desarrollo al que apunta	SOCIAL: Inclusión social. Salud. Recreación y deporte. Cultura y patrimonio.
Contexto	La campaña surge ante la necesidad de visibilizar, dignificar y fortalecer el reconocimiento social hacia los adultos mayores de Barranquilla, promoviendo una narrativa más humana, cercana y activa sobre esta población. En muchas ocasiones, los adultos mayores pasan desapercibidos dentro de la dinámica cotidiana de la ciudad, pese a haber sido pilares fundamentales en sus familias y comunidades. La estrategia busca reconocer que todos merecen atención, escucha, bienestar y acompañamiento, independientemente de si tienen redes familiares cercanas o no. La campaña pretende: • Humanizar la conversación alrededor del envejecimiento. • Visibilizar los programas y beneficios distritales dirigidos al adulto mayor. • Generar empatía y apropiación ciudadana. • Mostrar a los adultos mayores desde la vitalidad, la experiencia y la autenticidad. • Incentivar la participación en Centros de Vida y programas institucionales. Adicionalmente, la campaña busca destacar acciones adelantadas por el Distrito, entre ellas: • Atención odontológica y kits de protección oral para adultos mayores. • Atención integral en 26 Centros de Vida con servicios en salud, nutrición y recreación. • Actividades recreativas y de bienestar físico como yoga

Carrera 55 # 72-32 oficinas 5-6 Barranquilla - Colombia
Contacto: PBX 605 332 4399

CREARTE

Temática Campaña	Día de la Madre
Dependencia solicitante	Secretaría General
Tipo de Campaña	C
Fecha de solicitud	Mayo 2026
Indicar eje del Plan de desarrollo al que apunta	SOCIAL: • Inclusión social. • Cultura y patrimonio. POLÍTICO – ADMINISTRATIVA: • Participación y cultura ciudadana.
Contexto	La campaña se desarrolla en el marco de la conmemoración del Día de la Madre y busca generar una conexión emocional entre la ciudadanía y Barranquilla, asociando la ciudad con valores de hogar, cuidado, amor, cercanía y protección. La estrategia pretende rendir homenaje a las madres barranquilleras desde una narrativa cálida y cotidiana, resaltando el papel de las mujeres en distintos entornos de la ciudad y reconociendo su aporte en la construcción social, familiar y comunitaria. La campaña busca: • Generar conexión emocional y sentido de pertenencia. • Humanizar la comunicación institucional. • Exaltar a las mujeres barranquilleras en sus diferentes roles. • Relacionar la ciudad con conceptos de hogar y cuidado. • Crear piezas de rápida apropiación y recordación en medios digitales.
Público Objetivo	Madres barranquilleras. Mujeres de diferentes edades y contextos. Familias barranquilleras. Ciudadanía en general. Audiencias digitales de la Alcaldía. Jóvenes y adultos usuarios de redes sociales.
Especificaciones para el diseño	La campaña debe tener una línea visual emocional, cercana, femenina y luminosa.

Carrera 55 # 72-32 oficinas 5-6 Barranquilla - Colombia
Contacto: PBX 605 332 4399

CREARTE

Temática Campaña	Movilidad inclusiva y sostenible
Dependencia solicitante	Secretaría Distrital de Tránsito y Seguridad Vial.
Tipo de Campaña	A
Fecha de solicitud	20 de abril
Indicar eje del Plan de desarrollo al que apunta	SOCIAL: Inclusión social.
Contexto	La campaña surge ante la necesidad de fortalecer la cultura ciudadana alrededor de una movilidad más segura, sostenible e incluyente en Barranquilla. Actualmente, se evidencian múltiples comportamientos inadecuados por parte de diferentes actores viales que afectan directamente la seguridad, accesibilidad y convivencia en el espacio público. Entre las problemáticas identificadas se encuentran: • Invasión de anденes y ceras peatonales. • Vehículos parqueados sobre rampas y zonas inclusivas. • Uso inadecuado de colorvías. • Circulación insegura de bicicletas y Vehículos Eléctricos Livianos. • Bajo uso de elementos de protección. • Falta de empatía frente a peatones y personas con discapacidad. La campaña busca transformar hábitos cotidianos desde la conciencia ciudadana, promoviendo una movilidad donde el respeto, la corresponsabilidad y la empatía sean protagonistas. Adicionalmente, se pretende evolucionar el enfoque tradicional de campañas correctivas hacia una estrategia que también reconozca y premie públicamente los buenos comportamientos viales, generando validación social positiva y apropiación ciudadana del mensaje.
Público Objetivo	Conductores de vehículos particulares. Motociclistas. Ciclistas. Usuarios de Vehículos Eléctricos Livianos de Movilidad Personal Urbana.

Carrera 55 # 72-32 oficinas 5-6 Barranquilla - Colombia
Contacto: PBX 605 332 4399

 CREARTE PUBLICIDAD DEL CARIBE S.A.S NIT 800000000-1 **Temática Campaña:** Río de Oportunidades **Dependencia solicitante:** Gerencia de Desarrollo Social. **Tipo de Campaña:** B **Fecha de solicitud:** 20 de abril **Indicar eje del Plan de desarrollo al que apunta:** ECONÓMICA: Empleabilidad. Ciudad emprendedora y competitiva. SOCIAL: Inclusión social. Educación. **Contexto:** La campaña surge como parte de las acciones lideradas por la Gerencia de Desarrollo Social para fortalecer las oportunidades de desarrollo integral en comunidades vulnerables ubicadas en sectores ribereños de Barranquilla. La estrategia "Río de Oportunidades" busca reducir la desigualdad y la pobreza multidimensional mediante procesos de fortalecimiento comunitario, acceso a oportunidades, inclusión social y apropiación territorial. La iniciativa beneficiará aproximadamente a 500 personas entre niños, niñas, jóvenes y adultos pertenecientes a barrios y sectores cercanos al río Magdalena. La campaña pretende: Generar sentido de pertenencia comunitaria. Visibilizar el potencial humano y cultural de las comunidades ribereñas. Promover procesos de inclusión y desarrollo social. Posicionar al río Magdalena como símbolo de oportunidades, identidad y transformación. Fortalecer la conexión emocional entre ciudadanía, territorio y desarrollo social. **Público Objetivo:** Niños, niñas y adolescentes de sectores ribereños. Jóvenes en condición de vulnerabilidad. Familias de comunidades cercanas al río Magdalena. Carrera 58 # 72-32 oficinas 5-6 Contacto: PBX 605 322 4299 Barranquilla - Colombia	Realicé la construcción del brief táctico de la campaña Río de Oportunidades.
 CREARTE PUBLICIDAD DEL CARIBE S.A.S NIT 800000000-1 **Temática Campaña:** Ruta Sanitaria **Dependencia solicitante:** Gerencia de Ciudad **Tipo de Campaña:** B **Fecha de solicitud:** 20 de abril **Indicar eje del Plan de desarrollo al que apunta:** AMBIENTAL: Recuperación de los cuerpos de agua. Consumo responsable y reciclaje. Medio ambiente y adaptación al cambio climático. SOCIAL: Salud. **Contexto:** La campaña surge ante la necesidad de prevenir y reducir las obstrucciones del sistema de alcantarillado ocasionadas por malas prácticas ciudadanas, como la disposición incorrecta de aceite usado, residuos sólidos, toallas húmedas, pañales y otros desechos que afectan directamente el funcionamiento de las redes sanitarias y contaminan los cuerpos de agua de la ciudad. "Ruta Sanitaria" es una estrategia interinstitucional orientada a prevenir, corregir y transformar hábitos ciudadanos relacionados con el uso del alcantarillado, mediante acciones pedagógicas, control institucional y corresponsabilidad comunitaria. La estrategia busca: Generar conciencia sobre el impacto cotidiano de las malas prácticas sanitarias. Promover el correcto manejo de residuos domésticos. Disminuir emergencias por rebosamientos y obstrucciones. Fortalecer la cultura ciudadana alrededor del cuidado del entorno. Incentivar el sentido de corromiso comunitario con el espacio público y ambiental. La campaña parte de la necesidad de cambiar comportamientos normalizados dentro de los hogares y comercios, entendiendo que pequeñas acciones diarias tienen consecuencias directas sobre la salud pública, el medio ambiente y la infraestructura de la ciudad. Carrera 58 # 72-32 oficinas 5-6 Contacto: PBX 605 322 4299 Barranquilla - Colombia	Elaboré el brief táctico de la campaña Ruta Sanitaria.
 CREARTE PUBLICIDAD DEL CARIBE S.A.S NIT 800000000-1 ***Brief táctico / Campañas Alcaldía de Barranquilla*** **Temática Campaña:** Predial sin intereses **Dependencia solicitante:** Secretaría de Hacienda **Tipo de Campaña:** A **Fecha de solicitud:** **Indicar eje del Plan de desarrollo al que apunta:** POLÍTICO - ADMINISTRATIVA: Trámites y servicios. Administración pública competente y confiable. Participación y cultura ciudadana. **Contexto:** La campaña tiene como objetivo incentivar el pago del Impuesto Predial 2026 posterior al vencimiento del descuento del 5% establecido hasta el 29 de mayo. Esta nueva etapa busca comunicar que, aunque ya no existen descuentos tributarios, el mes de junio representa la última oportunidad para pagar el impuesto predial sin generar intereses de mora. Se pretende: Evitar el incremento de cartera morosa. Motivar a los ciudadanos que no alcanzaron a pagar durante la etapa de descuento. Reforzar la cultura de pago oportuno. Recordar que cumplir con las obligaciones tributarias contribuye al desarrollo y funcionamiento de la ciudad. Generar sentido de urgencia desde un enfoque preventivo y no sancionatorio. **Público Objetivo:** Propietarios de predios en Barranquilla, especialmente: Ciudadanos contribuyentes que aún no han realizado el pago del predial 2026. Propietarios residenciales y comerciales. Personas que suelen dejar el pago para últimas fechas. Ciudadanos que necesitan recordatorio e incentivo racional sobre las consecuencias de entrar en mora. Carrera 58 # 72-32 oficinas 5-6 Contacto: PBX 605 322 4299 Barranquilla - Colombia	Participé en la estructuración y desarrollo del brief táctico de la campaña de pago del impuesto predial.
 Festival de la conciliación para el cambio INVITA Secretaría Distrital de Gobierno FECHA Miércoles 20 de mayo de 2026 HORARIO 8:00 a.m. a 12:00 m. Boulevard Organización Las Gardenias BARRANQUILLA	Diseñé y adapté a diferentes formatos la publicidad del Festival de la conciliación para el cambio del 21 de mayo.

	Diseñé y adapté a diferentes formatos la publicidad del Festival de la conciliación para el cambio del 26 de mayo.
	Diseñé y adapté a diferentes formatos la publicidad del Festival de la conciliación para el cambio del 28 de mayo.

Anexos:

Adjunto al presente informe la planilla de aportes de abril de 2026, conforme a las obligaciones contractuales.

ANDREA CAROLINA GÓMEZ DÍAZ
C.C. No. 1140879880
Contratista