Santiago de Cali, agosto 16 del 2023

FRANCY RESTREPO APARICIO
Directora – DAGMA

Asunto: cotización de las actividades correspondientes al componente de comunicaciones del observatorio ambiental de la comuna 22 de Cali.

Cordial saludo,

Por medio de la presente, presentamos la cotización para el desarrollo del componente de comunicaciones del observatorio ambiental de la comuna 22 de Santiago de Cali.

Esta propuesta comprende una ejecución estimada de 16 semanas con un valor de $**137.338.600, en total, de los cuales el DAGMA aportará al convenio $101.983.600.**

Desde la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, UNICATÓLICA, se plantea una contrapartida por un valor de. **$35.355.000**, aportada de la siguiente forma:

OBJETO	DÍA	COSTO UNITARIO	COSTO
cabina de audio para las sesiones de podcast y programas radiales.	25	414.200,00	10.355.000,00
Equipos de cómputo aptos para la edición fotográfica, de piezas infográficas, sonoras y audiovisuales, requieren de software especializado para cada función.	50	320.000,00	16.000.000,00
Cámara fotográfica, iluminación y equipos de registro sonoro profesional.	25	360.000,00	9.000.000,00

La persona de contacto para esta propuesta es Diana María Zuluaga Restrepo, comunicadora social – periodista y docente timepo completo, encargada de la coordinación de este proyecto (dptocienciassociales@unicatolica.edu.co).

Atentamente,

Diana María Zuluaga Restrepo
Jefe Departamento de Ciencias Sociales
Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas

Propuesta - Estrategia de Comunicaciones 2023

Observatorio Ambiental, Comuna 22 de Cali y DAGMA

Desde el departamento de Ciencias Sociales, de la Facultad de Derecho, Ciencias Sociales y Políticas de Unicatólica, presentamos la siguiente propuesta para lograr un ejercicio de interacción y divulgación de conocimiento entre el DAGMA, los colaboradores del proyecto y la comunidad implicada.

Duración: 16 semanas.

Población objetivo:

- Residentes en la Comuna 22.
- Personas que estudian, trabajan o transitan por la Comuna 22.
- Turistas del río Pance, de los humedales y parques de la Comuna 22.
- Clientes de la Zona Rosa, de restaurantes y discotecas de la Comuna 22.

Objetivo general:

Dar a conocer entre la ciudadanía caleña, particularmente la que habita directa o indirectamente la comuna 22, el proyecto que viene desarrollando el Observatorio Ambiental de la Comuna 22 de medición de los factores que afectan el medio ambiente.

Objetivos específicos:

- Mostrar la situación actual de la Comuna 22 en materia ambiental, por medio de la presentación de indicadores que evidencien el estado actual de la zona.
- Revelar los factores que afectan los recursos del ambiente en la Comuna 22.
- Evidenciar las acciones que se están desarrollando para contrarrestar los factores que afectan negativamente los recursos ambientales en este sector de Cali, y fortalecer aquellos que lo favorecen.

Esta propuesta consta de 4 etapas:

1. Diagnóstico de medios de comunicación

   Diagnóstico de los medios y canales de comunicación más efectivos en la Comuna 22 para recolectar información diversa (grupos de mensajería existentes, influenciadores más representativos y pertinentes, programas de radio o podcast más escuchados, páginas de internet, portales informativos con mayor seguimiento, medios de comunicación de las universidades y colegios del sector, etc.).

   Se procurarán desarrollar las siguientes actividades para alcanzar los insumos propuestos para esta y la siguiente etapa:

   1. Establecer contacto con grupos representativos del sector: líderes sociales, integrantes de la Junta de Acción Comunal, Junta Administradora Local, activistas ambientales, organizaciones comunitarias, organizaciones de comerciantes, organizaciones educativas, gremio de constructores, entre otros y según la prioridad definida en equipo con el Dagma.
   2. Gestión de encuentros con la comunidad del sector para entablar contacto personal, presentar el proyecto y vincularlos activamente.
   3. Grupos focales con la población objetivo para conocer cuáles son los factores en los que más se afecta al ambiente en este sector.

2. Diseño de estrategia de comunicación

   El diseño de la estrategia de divulgación en redes sociales, estará guiado por un cronograma de actividades y mapeo de contenido para los diferentes canales de comunicación (que pueden ser WhatsApp, Telegram, Instagram, Twitter, Facebook o medios convencionales) y las campañas necesarias para informar sobre el proyecto y generar sentido de pertenencia.

La estrategia de comunicación contará con los siguientes objetivos:
Objetivo General

- Promover cambios de comportamiento frente al uso y afectación de los servicios ecosistémicos de la zona.

Objetivos específicos:

- Sensibilizar a residentes, visitantes permanentes y esporádicos de la Comuna 22 frente al cuidado de los recursos naturales en esta zona, considerada un pulmón de la ciudad.
- Dar a conocer las buenas prácticas para el cuidado de los recursos naturales.
- Propiciar escenarios de trabajo comunitario que mejoren la relación entre los ciudadanos y su entorno natural.

3. Ejecución de la propuesta

Tareas bajo la responsabilidad del Observatorio y DAGMA

- Levantamiento de la información de factores que afectan el medio ambiente en la zona.
- Levantamiento de la información de las acciones desarrolladas por los diferentesactores (Estado, empresarios, comunidad).

Tareas bajo la responsabilidad del equipo de comunicación social - periodismo de UNICATÓLICA

- Analítica y conversión de la información para el diseño de **infografías** que serán usadas en las piezas de comunicación visual.
- Elaborar una serie de podcast con la participación de la comunidad y el apoyo de Realidad 360 para divulgar en los medios de comunicación de colegios y universidadesdel sector.
- Generar noticias por medio de boletines de prensa y visitas a medios de

comunicaciónde la región.

- Ejecución de las demás actividades contempladas en la estrategia de comunicación, en concordancia con los hallazgos del diagnóstico de medios y canales de comunicación comunitaria.

4. Evaluación y seguimiento

Durante los meses de ejecución se hará seguimiento del ejercicio, tanto con el equipo, como con la comunidad.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	ETAPAS - ACTIVIDADES	RESPONSABLES	Meses			
			1	2	3	4
1	Diagnóstico de medios y canales de comunicación					
	Identificación y contacto con grupos representativos delsector: líderes sociales, integrantes de la Junta de AcciónComunal, Junta Administradora Local, activistas ambientales, organizaciones comunitarias, organizaciones de comerciantes, organizaciones educativas, gremio de constructores.	Trabajador social, comunicadores sociales,dirección del proyecto y practicantes.				
	Reuniones con la comunidad del sector para entablar contacto personal, presentar el proyecto y vincularlosactivamente (6)					
	Grupos focales con la población objetivo (4 grupos) para conocer cuáles son los factores en los que más se afecta alambiente en este sector.					
	Redacción de resultados y emisión del informe decaracterización	Trabajador social				
	Jornadas de retroalimentación con la comunidad	Trabajadores sociales				
2	Diseño de estrategia de comunicación					
	Diseño de la estrategia de divulgación en redes sociales.	Comunicador estratega				
	Mapeo de contenido para los diferentes canales de comunicación.	Equipo comunicadores				
	Boceto de piezas que busquen sensibilizar a residentes, visitantes permanentes y esporádicos de la Comuna 22 frente al cuidado de los recursos naturales en esta zona, considerada un pulmón de la ciudad.	Equipo de comunicadores				

	Boceto de piezas que busquen dar a conocer las buenas prácticas para el cuidado de los recursos naturales.	Equipo de comunicadores	
	Boceto de piezas que busquen propiciar escenarios detrabajo comunitario que mejoren la relación entre los ciudadanos y su entorno natural.		
	Ejecución de la propuesta		
3	Levantamiento de información (analítica de datos)resultado de los sensores ubicados en la zona.		
	Levantamiento de la información de factores que afectan elmedio ambiente en la zona.	Observatorio ambiental	
	Levantamiento de la información de las acciones desarrolladas por los diferentes actores (Estado, empresarios, comunidad).	Observatorio ambiental	
	Conversión de la información para el diseño de infografías que serán usadas en las piezas de comunicación visual.	Equipo de comunicadores	
	Elaborar una serie de podcast con la participación de la comunidad y el apoyo de Realidad 360 para divulgar en los medios de comunicación de colegios y universidadesdel sector.	Equipo de comunicadores	
	Generación de noticias escritas: a través de boletines de prensa publicación en medios de comunicación digital.	Equipo de comunicadores	
	Ejecución de las demás actividades contempladas en laestrategia de comunicación, en concordancia con los hallazgos del diagnóstico de medios y canales de comunicación comunitaria.	Equipo de comunicadores	
4	Evaluación y seguimiento		
	Reuniones periódicas de seguimiento y avance	Todo el equipo	
	Ejercicios de evaluación del proyecto con la comunidad.	Trabajadores sociales ydirección del proyecto	
	Ejercicio de evaluación final del proyecto con el equipo decolaboradores (alcance de los objetivos propuestos, lecciones aprendidas, propuestas)	Todo el equipo	
	Informe final	Dirección del proyecto	

El equipo interdisciplinario de comunicación estará compuesto por profesionales en diferentes áreasde conocimiento:

- Comunicadores sociales con fortalezas en estrategias de comunicación y marca, diseño gráfico, digital y producción audiovisual.
- Trabajadores sociales con especialidad en desarrollo sostenible y trabajo comunitario.

Cantidad	Profesional	Formación y/o cargo	Experiencia
1	Comunicador social – periodista director del proyecto	Magister en Diseño y creación interactiva	18 años como docente en el área de medios de comunicación audiovisual y digital. 5 años como diseñadora para proyectos de cooperación internacional.
1	Comunicador social - periodista	Especialista en Diseño Publicitario	comunicación estratégica y de marca.
1	Profesional en Trabajo social	Trabajador social para contacto con la comunidad	5 años de experiencia docente y en proyectos comunitarios y/o ambientales.
1	Profesional en ingeniería industrial o de sistemas	Analista de datos técnicos y estadísticos	Docente en la especialidad de análisis de datos
1	Profesional en comunicación social -	Productor audiovisual y diseñador	Experiencia en producción televisiva, radial y digital.
1	Profesional en diseño gráfico	Diseñador de piezas gráficas del proyecto	Experiencia en diseño de piezas visuales digitales.

Inversión para el desarrollo de las 4 etapas expuestas:

RUBROS	COSTO
Costo del proyecto	**101.983.600**
Contrapartida Unicatólica - Equipos técnicos y software	**35.355.000**
Valor total del convenio (incluida contrapartida)	**137.338.600,00**

Contrapartida:

Del valor total del convenio: $137.338.600,00, Unicatólica se compromete con un aporte en contrapartida de $35.355.000 correspondiente aproximadamente al 34,6% del

valor del proyecto**,** para cubrir los costos del rubro de: uso de equipos técnicos, laboratorios de comunicación social y software, requeridos para la elaboración de piezas de comunicación de toda la estrategia. Por su parte, el **Dagma aportará al convenio el valor restante: $101.983.600.**

Código UNSPSC	Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario estimado	Precio unitario	Precio
83121700	Diagnóstico de medios y canales de comunicación	1,00	Informe	5.000.000,00	5.000.000,00	**$21.000.000,0**
83121700	Diseño de Estrategia de Comunicación	1,00	Informe	11.000.000,00	11.000.000,00	
83121700	Informe final de evaluación y seguimiento de la Estrategia de Comunicación	1,00	Informe	5.000.000,00	5.000.000,00	
77101503	Analítica de datos: análisis de los datos registrados por los sensores que están operando en la comuna 22 (calidad del aire, clima, ruido)	4,00	Mensual	1.000.000,00	4.000.000,00	**$80.983.600,0**
82101800	Conversión de la información de medición del OAC22: calidad de aire, clima, ruido y si se alcanzan a tener datos de biodiversidad, para el diseño de infografías que serán usadas en las piezas de comunicación visual	4,00	Mensual	6.000.000,00	24.000.000,00	
82101600	Serie de podcast: para ser divulgado en los medios de comunicación de colegios y universidades de la comuna 22 de Cali.	1,00	Unidad	12.000.000,00	12.000.000,00	
82101600	Noticias escritas y boletines de prensa publicados en medios de comunicación digital.	1,00	Mensual	10.000.000,00	10.000.000,00	
83121700	Ejecución de las demás actividades o productos comunicativos contemplados en la estrategia de comunicación.	4,00	Mensual	3.500.000,00	14.000.000,00	
60105424	Jornadas de seguimiento y avance con la comunidad	4,00	Mensual	2.000.000,00	8.000.000,00	

60105424	Ejercicios de evaluación del proyecto con la comunidad	1,00	Mensual	5.800.000,00	5.800.000,00	
60105424	Ejercicio de evaluación final del proyecto con el equipo de colaboradores: alcance de los objetivos propuestos, lecciones aprendidas y propuestas.	1,00	Informe	3.183.600,00	3.183.600,00	
82141500	Días de grabación en cabina de audio para las sesiones de podcast y programas radiales.	25,00	Día	414.200,00	10.355.000,00	**$35.355.000,0 CONTRAPARTIDA UNICATÓLICA**
82141500	Equipos de cómputo aptos para la edición fotográfica, de piezas infográficas, sonoras y audiovisuales, requieren de software especializado para cada función.	50,00	Día	320.000,00	16.000.000,00	
52161500	Cámara fotográfica, iluminación y equipos de registro sonoro profesional.	25,00	Día	360.000,00	9.000.000,00	

Experiencia de UNICATÓLICA en el ámbito comunicacional y comunitario:

UNICATÓLICA desde su departamento de Ciencias Sociales, cuenta con experiencia en distintos frentes que hacen referencia directa al ejercicio planteado para esta propuesta, son ellos:

1. Desde la **comunicación participativa e intercultural**: con proyectos de capacitación en comunicación comunitaria, certificados como educación continua y generadores de encuentros y espacios de interacción entre comunidades campesinas, afro e indígenas, el programa de comunicación social –periodismo ha tenido la oportunidad de intercambiar saberes con la comunidad Misak y Nasa del Cauca y Kapoor del Brasil, adicional a ello, con varias organizaciones afro, todo esto con el fin de hacer identificación de elementos identitarios, diálogo internacional e intercultural e identificación de las formas decomunicación propias de estas comunidades para la producción colaborativa de contenidos, especialmente radiales.
2. Desde el **trabajo de intervención con comunidades** Afrocolombianas del Valle del Cauca: el programa de trabajo social y el Instituto Prietitud vienen gestandodesde

hace dos años:

- La Escuela de mujeres negras, conformada por estudiantes de trabajo social yde comunicación social. Hacen encuentros, talleres, club de lectura, agenda que cumplen con mujeres estudiantes y propias de la comuna 21.
- Consultarías a modo de acompañamiento Ad honorem con la fundación Más sonrisas de población infantil Afro, además La casa del Chontaduro y Amafrocol. Encuesta de deserción de los estudiantes Afro, como estudio con enfoque diferencial.
- Otros procesos como conversatorios, club de lectura, capacitaciones en educación no racista e interracista, diseño de herramientas pedagógicas para la prevención de violencias racistas y sexistas en los entornos escolares, entre otros.

3. Desde los proyectos de intervención asesorados en las prácticas pre profesionales de los estudiantes de Trabajo Social, que han tenido la oportunidad de hacer acercamientos a la comuna 22, contamos con una metodología de investigación y de intervención valiosa para establecer contacto y trabajo comunitario.
4. Desde la creación permanente de **contenidos en distintos formatos y plataformas publicados para el portal www.realidad360.com.** Este medio de comunicación nace en 2014 como portal informativo del programa de Comunicación Social – Periodismo de Unicatólica, con convenios de publicacióncon Diario Occidente, Telepacífico y 90 minutos y está dedicado a la producciónde contenidos comunicativos, periodísticos y estratégicos desde el área de Prensa, Radio y digital.
5. La institución cuenta la Oficina de Campus Sostenible de UNICATÓLICA, área adscrita a la Rectoría, que tiene como propósito orientar y apoyar acciones para la conservación del ambiente, mediante la participación de la comunidad universitaria, integrando la gestión y la sostenibilidad ambiental en sus funciones sustantivas (ver: https://www.unicatolica.edu.co/campus-sostenible/).

Sugerencia de continuidad del poryecto en 2024:

La idea de todo proyecto que propenda por la intervención social, es darle continuidad en los siguientes períodos o años, procurando ampliar el alcance y mantener el impacto y oportunidad de trabajo de la mano de la comunidad. Algunas acciones que se pueden plantear para 2024, comocontinuación de la estrategia de comunicación que se diseñe y desarrolle en este año (con nueva asignación de recursos) son:

1. Hacer debates en las universidades y colegios con la participación de actores de la administración municipal para conocer la perspectiva de la situación del ambiente en la zona.
2. Hacer un foro ambiental permanente (trimestral) con invitados expertos en el tema que ayuden a orientar los cambios de comportamiento para el cuidado y protección del ambiente.Red universitaria de Campus Sostenibles RUCAS.
3. Hacer una serie de videos educativos con un personaje diseñado para las redes sociales, entre otros contenidos transmedia que fortalezcan y respondan a los objetivos del proyecto, haciendo presencia en múltiples escenarios comunitarios, escolares y de esparcimiento del sector.
4. Diseño de nuevos contenidos y piezas comunicacionales para la movilización de los mensajesde interés del proyecto.