ANEXO TÉCNICO

IMPLEMENTAR DE LAS ACTIVIDADES DEL COMPONENTE TERRITORIAL DE LA ESTRATEGIA DE DIVULGACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA LÍNEA BASE DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE MUJER Y GÉNERO.

1. OBJETO

Implementar las actividades del componente territorial de la estrategia de divulgación y difusiónde la línea base de la Política Pública de Mujer y Género.

1.1. Justificación de la contratación:

El Plan de Desarrollo “Bogotá Un nuevo contrato social y ambiental para el siglo XXI” 2020 – 2024, a través de su propósito cinco (5) denominado, Construir Bogotá - Región con gobierno abierto, transparente y ciudadanía consciente, busca entre otras cosas, posicionara la ciudad como un territorio inteligente, a través de estrategias de gestión pública que estimulen el aprovechamiento de las capacidades, de la experiencia, del conocimiento y entusiasmo de la ciudadanía para generar soluciones a todo tipo de problemáticas comunes; aprovechando el uso de herramientas tecnológicas de vanguardia que fortalezcan los sistemas de información del Distrito.

Al respecto se formula el programa 53, reconocido como “Información para la toma de decisiones”, cuyo interés es producir información y conocimiento para la toma de decisionesen la generación de valor público en las fases de la planeación del desarrollo territorial, ambiental, social, económico, cultural, de la ciudad – región, incluyendo el Observatorio de Mujeres y Equidad de Género.

La gestión pública, tiene como principio la consecución de una sociedad más democrática, justa y solidaria. Para ello, debe partir de la toma de decisiones basadas en evidencias que permitan transformar las situaciones de discriminación y desigualdad. Se hace necesario el contar con información estadística de calidad, pertinente, oportuna y veraz en materia de género que den sustento a las políticas públicas.

La información estadística e indicadores de género es fundamental a la hora de determinarel nivel de desempeño de los países y ciudades, en materia de equidad de género. En ese sentido a través de diferentes instrumentos y compromisos internacionales suscritos por el Estado colombiano se ha señalado la importancia de contar con información que dé cuentade la situación de las mujeres en materia de derechos, asimismo, se evidencie las brechas y desigualdades existentes.

Dada la necesidad de construir estrategias e implementar acciones en el Distrito Capital,

que busquen disminuir las brechas de género, corresponde al Sector Mujeres, liderar este propósito, acorde con el Acuerdo Distrital 490 de 2012 cuyo objeto es: "Liderar, dirigir, coordinar, articular y ejecutar las etapas de diseño, formulación, implementación, seguimiento y evaluación de políticas públicas para las mujeres, a través de la coordinación sectorial e intersectorial de las mismas, así como de los planes, programas y proyectos que sean de su competencia, para el reconocimiento, garantía y restitución de los derechos y elfomento de las capacidades y oportunidades de las mujeres.", y el Decreto Distrital No 428de 2013 que define la estructura y funciones asignadas a la Secretaría Distrital de la Mujer.

A su vez, el Sector Mujeres también encuentra sustento normativo, en el Acuerdo Distrital N° 584 de 2015, por medio del cual se adoptan los lineamientos de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones, que establece en el artículo 6°, la Gestión del Conocimiento como una estrategia de implementación de la mencionada Política entendida como el "Conjunto de acciones de la Administración Distrital, sectores Central Descentralizado y Localidades, encaminadas a establecer, analizar y visibilizar las condiciones y posiciones jerarquizadas de las mujeres, así como a generar el desarrollo de capacidades para la apropiación de los enfoques de derechos de las mujeres, diferencial y de género, y cualificar la toma de decisiones y el ejercicio de control social a las políticas públicas del Distrito Capital".

Para viabilizar las apuestas antes descritas, se formula el Proyecto de Inversión 7668 - Levantamiento y análisis de información para la garantía de derechos de las mujeres en Bogotá., que tiene por objetivo contribuir al cumplimiento del actual Plan de Desarrollo 2020 - 2024, a través de acciones que permitan "Aumentar la generación, disponibilidad y análisisde información sobre la situación de derechos de las mujeres en Bogotá, que permita una adecuada toma de decisiones basada en evidencia con enfoques de género y diferencial".

De manera específica, el mencionado proyecto se propone contar con esta información desagregada por sexo, y otras variables que permitan el análisis de la situación de la población de Bogotá con enfoque de género y diferencial, posibilitando el visibilizar las implicaciones que tiene cualquier acción planeada tanto para hombres como para mujeres.

Se hace indispensable, avanzar en la consecución de información de aquellos temas estratégicos que no han sido lo suficiente explorados; y establecer una línea base sobre la situación de derechos de las mujeres en Bogotá en sus diversidades, indiscutiblemente esto permitirá medir la magnitud de la distancia que hace falta para alcanzar la equidad, realizarun seguimiento a las acciones de gestión pública y contar con información robusta para la toma de decisiones y el control social

Dado lo anterior, el mencionado proyecto establece como una de sus metas: "Diseñar y producir una (1) línea base de la política pública de las mujeres y equidad de género". Para hacerla posible, desde el Observatorio de Mujeres y Equidad de Género se adelantó en la vigencia 2021, el levantamiento de información a partir de la cual se obtuvieron datos que permiten conocer información relevante, confiable y actualizada sobre los avances en términos de las situaciones, condiciones y posiciones de los derechos de las mujeres que viven en Bogotá. Esta línea de base fue construida pensando en obtener información que

trascienda el reporte específico de acciones o atenciones realizadas, de manera que la ciudadanía pueda observar las brechas reales en términos del acceso y goce de derechos de las mujeres, para lo que se conjugan variables que integran un análisis situacional de los 8 derechos priorizados, a saber: Paz y convivencia con equidad de género, Vida libre de violencias, Participación y representación con equidad, Trabajo en condiciones de igualdad y dignidad, Salud plena, Educación con equidad, Cultura libre de sexismo y Hábitat y vivienda digna.

Ahora bien, como parte del componente de seguimiento y evaluación de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género, el Observatorio de Mujeres y Equidad de Género (OMEG) de la Secretaría Distrital de la Mujer, en articulación con la Secretaría Distrital de Planeación, según el CONPES 14 "Política Pública de Mujeres y Equidad de Género", plantea que, además del registro, control y reporte de la información sobre el avance de la Política Pública, debe promoverse el uso de la misma para fortalecer los procesos de toma de decisiones no solo de las entidades corresponsables de la implementación de acciones, sino también de la ciudadanía, academia, organizaciones sociales y demás actores públicos y privados.

Considerando que los resultados de la Línea Base de la Política Publica de Mujeres y Equidad de Género deben ser divulgados de forma estratégica a la ciudadanía, permitiendo su conocimiento y apropiación, la Dirección de Gestión de Conocimiento ha diseñado una estrategia de divulgación que permita dar a conocer sus resultados, a partir de la construcción del documento denominado "Diseño de Estrategia de Divulgación y Comunicación de la Línea Base de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género", el cual, se basa en algunos de los resultados derivados del Contrato 1099 de 2022, documento que será el referente principal para este proceso contractual actual y que expresa como objetivo principal de la estrategia lo siguiente:

Divulgar de forma efectiva el estado de los ocho derechos priorizados en el documento Línea Base de la PPMyEG, a través de una estrategia de comunicaciones que permita a la ciudadanía conocer y comprender situaciones y problemáticas que experimentan las mujeres en la ciudad.

El presente documento se constituye en el anexo técnico para realizar la implementación del componente territorial de la estrategia de divulgación y comunicación de los análisis realizados a partir de la información derivada del levantamiento de la Línea Base de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género.

Por componente territorial se entienden las acciones dentro de la estrategia que implican una interacción e intercambio con la ciudadanía en forma de actividades en el espacio público con participación de la ciudadanía o de talleres con ciudadanía invitada. El componente territorial también se refiere a la producción y posproducción de productos audiovisuales que se describirán en el apartado de productos.

La necesidad de contratar el componente territorial de la estrategia de divulgación y comunicación surge, como se mencionó arriba, de la misión de promover el uso de los datos y resultados de la Línea Base de Política Pública y Equidad de Género por parte de la

ciudadanía en su conjunto. En este sentido, son las actividades del componente territorial descritas arriba las que cumplen principalmente este propósito dentro de la estrategia diseñada. Son las actividades y productos de este componente las que están pensadas para generar una conversación pública alrededor de los datos, tanto a través de intervenciones en el espacio público y con ciudadanía, como a través de la creación de contenidos audiovisuales. De esta forma, la implementación del componente territorial de la estrategia de divulgación y comunicación contribuirá a la apropiación y a la interpelaciónde los hallazgos por parte de la ciudadanía desde una perspectiva de comunicación para elcambio social.

1. 2. ¿Qué Haremos?

La estrategia de divulgación y comunicación de la LBPPMYEG tiene por nombre "Completemos el retrato: por una ciudad que reconozca a las mujeres", la cual usa la metáfora de la fotografía y el retrato como eje articulador. Se trata de una campaña de divulgación que aborda los derechos priorizados desde una mirada transversal a todos los procesos divulgativos y comunicativos que la componen, en la que cada momento y sus respectivas acciones tienen una estrecha relación con las demás acciones y con el conjunto.

A su vez, este concepto general permite categorizar los componentes de la estrategia en tres líneas de acción, de acuerdo con la intención comunicativa y con los públicos a los que está dirigida de cada acción:

• **Observar el retrato**. Puesta en escena de los datos, para la comprensión pública de un mundo complejo. El concepto alude a la necesidad de conocer en detalle los datos sobre la situación de las mujeres en la ciudad (es decir, el retrato de los datos priorizados), a partir de dos acciones que buscan interpelar y convocar a los y las transeúntes a detenerse en aquello que en el día a día pasa desapercibido. Las acciones que permiten desarrollar estalínea son las Laboratorias Callejeras.

• **Cuestionar el retrato**. Campaña multiformato a manera de instructivo para fallar. El éxito estará cifrado en la posibilidad de cambiar el hábito, empezando por mirar distinto. Esta línea de acción y su síntesis aluden a la importancia de traicionar los estereotipos de género y las prácticas que impiden el goce pleno de los derechos por parte de las mujeres, a partir de narrativas que ponen el foco en aquello que debería ser distinto para garantizar dicho goce. Las acciones que permiten desarrollar esta línea son los videos informativos animados y cápsulas sonoras.

• **Rehacer el retrato**. Actividades comunitarias para redefinir futuros posibles. Esta línea de acción incluye aquellas actividades de tipo experiencial encaminadas a construir, de manera colectiva y, sobre todo, comunitaria, el retrato de aquello deseable en relación con los derechos de las mujeres, de esos mundos posibles y necesarios en los que las mujeres sean reconocidas en su justo valor, a partir tanto de los datos como de las vivencias cotidianas, como una forma de incluir también aquellas experiencias que los datos no abarcan. Las acciones que permiten desarrollar esta línea son los talleres itinerantes.

Los lineamientos para la implementación de metodologías y la producción y posproducción de contenidos a divulgar, así como el tratamiento que se debe dar a cada uno de los productos audiovisuales requeridos han sido definidos por la entidad en los lineamientos contenidos en el documento llamado "Diseño de estrategia de divulgación y comunicación", donde se encuentran las metodologías para implementar cada acción comunicativa. Este documento hace parte integral del presente anexo técnico y deberá revisarse en detalle para la implementación de la estrategia.

1.3. Clasificación UNSPC

Código Segmento	Nombre Segmento	Código Familia	Nombre Familia	Código Clase	Nombre Clase
55	Publicaciones Impresas, Publicaciones Electrónicas y Accesorios	5511	Material electrónico de referencia	551115	Publicaciones electrónicas y música
60	Instrumentos Musicales, Juegos, Juguetes, Artes, Artesanías y Equipo educativo, Materiales, Accesorios y Suministros	6014	Juguetes y juegos	601411	Juegos
60	Instrumentos Musicales, Juegos, Juguetes, Artes, Artesanías y Equipo educativo, Materiales, Accesorios y Suministros	6014	Juguetes y juegos	601412	Equipo de juegos activos y accesorios
80	Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	8010	Servicios de asesoría de gestión	801016	Gerencia de proyectos
80	Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	8011	Servicios de recursos humanos	801116	Servicios de personal temporal
82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8212	Servicios de reproducción	821216	Grabado
82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8213	Servicios fotográficos	821315	Servicios de procesado de películas
82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8214	Diseño gráfico	821416	Servicios de exhibición gráfica
82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8215	Artistas e intérpretes profesionales	821516	Artistas de circo

Código Segmento	Nombre Segmento	Código Familia	Nombre Familia	Código Clase	Nombre Clase
83	Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	8311	Servicios de medios de telecomunicaciones	831118	Servicios de televisión
82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8210	Publicidad	821018	Servicios de agencia de publicidad
82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8213	Servicios fotográficos	821316	Fotógrafos y cinematógrafos
82	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8215	Artistas e intérpretes profesionales	821515	Servicios de artes visuales
83	Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	8312	Servicios de información	831217	Servicios de comunicación masiva

2. PLAZO DE EJECUCIÓN:

El plazo de ejecución del contrato será hasta el 15 de diciembre de 2023, contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución, esto es, a partir de la expedición del registro presupuestal, la aprobación de la garantía y suscripción del acta de inicio.

3. GLOSARIO:

- ✓ COMUNICACIÓN ORIENTADA AL CAMBIO SOCIAL: tiene como prioridad la generación de diálogos con la ciudadanía alrededor de situaciones, brechas y desafíos alrededor de una apuesta colectiva, en este caso, el goce pleno de los derechos de las mujeres en sus diferencias y diversidades

- ✓ DIVULGACIÓN: difusión de un mensaje especifico, a un grupo objetivo seleccionado, con el objeto de mantener informada a la ciudadanía sobre los planes, proyectos, servicios y principales acciones de la Administración Distrital y sus entidades.

- ✓ ACCIONES PEDAGÓGICAS: Son actividades de intercambio de información utilizando de diferentes medios y métodos, desde lo corporal hasta lo electrónico, cuyo objetivo es enseñar y aprender conocimientos, habilidades, destrezas y competencias para operar y actuar a nivel social y cultural.

- ✓ ACTIVACIÓN: Son actividades de relación directa con el consumidor, dirigidas a segmentos específicos y son perfectamente combinables con otras acciones. Se

caracterizan por su alto contenido creativo y sentido de oportunidad.

- ✓ ACTIVACIÓN ARTÍSTICA EN ESPACIO PÚBLICO: Espacio físico destinado para realizar varias actividades, presentaciones y atención a la población en general, en donde se desarrollarán acciones de alto contenido creativo.

- ✓ BACKING: bastidor de aluminio que permite exhibir imágenes de gran formato en cualquier lugar, tiene como gran ventaja su fácil transporte, armado y elegante imagen.

- ✓ STORYBOARD: Conjunto de ilustraciones presentadas de forma secuencial con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o planificar la estructura de un video.

- ✓ PHOTO BOOTH: es una cabina automática para obtener fotografías de forma instantánea. Generalmente se sitúan en calles o zonas públicas y se activan al introducir monedas.

- ✓ PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL COMERCIAL Y/O INSTITUCIONAL: es aquella que abarca todo lo que combina imágenes y sonidos e implica recursos financieros, logísticos y técnicos. Contiene las etapas de: preproducción, producción postproducción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales.

- ✓ ENFOQUE DE GÉNERO: Según la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género publicada en el 2021, el enfoque de género “se define como el ‘reconocimiento y transformación de las relaciones de poder jerarquizadas que subordinan a las mujeres, producen discriminación y desigualdad de género, lo cual debe eliminarse’ (Decreto 166 de 2010, Acuerdo 584 de 2015). En su operatividad, el enfoque de género permite comprender las relaciones de poder y desigualdad que existen entre mujeres y hombres y que se reproducen a través de imaginarios, creencias, roles y estereotipos que afianzan las brechas de desigualdad e impiden el goce efectivo de los derechos de las mujeres a lo largo del curso de su vida, en las diferentes dimensiones del desarrollo y de la vida social y comunitaria. Su fin es promover la igualdad de género y el goce efectivo de los derechos (Acuerdo 761 de 2020)”.

- ✓ ENFOQUE DIFERENCIAL: En el marco de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género publicada en el 2021, el enfoque poblacional/diferencial hace referencia al “reconocimiento y transformación de las desigualdades que impidan el ejercicio pleno de los derechos de las mujeres por razones de raza, etnia, ruralidad, cultura, situación socioeconómica, identidad de género y orientación sexual, ubicación geográfica, discapacidad, religión, ideología y edad. Se concreta en la incorporación de acciones afirmativas para transformar las condiciones de discriminación, desigualdad y subordinación (Acuerdo 584 de 2015)

4. ACTIVIDADES Y COMPONENTES

4.1. Aspectos Generales:

La implementación del componente territorial de la estrategia de divulgación y comunicación de resultados sobre la situación de los derechos de las mujeres en Bogotá debe trascender las técnicas comunicativas tradicionales, de forma que la ciudadanía pueda, además de conocer, apropiarse de los resultados presentados.

Lo anterior, requiere de la implementación de estrategias de comunicación que permitan visibilizar en diferentes grupos poblacionales, acciones a través de las distintas técnicas o prácticas comunicativas, masivas y no masivas. En consecuencia, se requiere la ejecución de actividades que promueven las técnicas o prácticas de comunicación presentadas en los lineamientos establecidos por la Dirección de Gestión del Conocimiento.

4.2. Componentes Técnicos:

4.2.1 Componente General:

4.2.1.1. Territorio:

La implementación de la estrategia debe estar orientada a la comunicación para el cambio social en las 20 localidades del Distrito Capital, propendiendo por la divulgación de información en todas estas.

4.2.1.2. Población objetivo:

La implementación de la estrategia debe estar orientada a la comunicación para el cambio social a las mujeres que habitan el Distrito Capital.

4.2.1.3. Comité Técnico

Se contará con un comité técnico que estará conformado como mínimo por las siguientes personas:

- La supervisora del contrato
- Una profesional designada como apoyo a la supervisión del contrato
- Una profesional de la Dirección de Gestión del Conocimiento
- Oferente del proyecto
- Una profesional del equipo de trabajo del oferente

(Al comité técnico podrán ser invitadas profesionales tanto de la Secretaría Distrital de la Mujer como del oferente que aporten al desarrollo y cualificación técnica del proceso).

A las sesiones del comité, deben asistir todas las personas anteriormente descritas, de locontrario, deberá reprogramarse.

Actividades del comité técnico:

- Brindar acompañamiento y asesoría respecto a los componentes técnicos del proceso.

- Revisar avances técnicos del proceso para la adecuada incorporación de los lineamientos establecidos en el presente anexo técnico.

- Realizar reuniones ordinarias de manera quincenal (Si alguna de las integrantes requiereuna sesión extraordinaria, la misma podrá ser convocada con 2 días hábiles de antelación.

Finalmente, se indica que el comité podrá reunirse de forma virtual o presencial, según seacuerde por las personas integrantes del mismo.

4.2.2 Productos esperados:

A continuación, se listan los productos requeridos en el marco del presente proceso. Todos los productos deberán elaborarse y entregarse siguiendo los lineamientos del documento "Diseño de la estrategia de divulgación y comunicación". Se exponen los criterios técnicos de cadaacción comunicativa a implementar en la estrategia:

Obligación general para el desarrollo de los productos: el oferente deberá proveer los insumos físicos y digitales necesarios para el desarrollo de las actividades y productos quese listan a continuación.

a. Videos informativos animados: Cambiar el hábito es mirar distinto

El oferente debe entregar la elaboración de guiones y escaletas y la producción y postproducción de cuatro (4) videos informativos animados siguiendo los lineamientos del documento "Diseño de la estrategia de divulgación y comunicación", garantizando una fácil comprensión, accesibilidad para todos los segmentos de la población y usuarios de la información y cumpliendo las siguientes características:

Cantidad	4
Duración	90 segundos
Formato	AVI, MP4.
Accesibilidad	Subtitulado al español
Tratamiento narrativo	De acuerdo con los lineamientos deldocumento "Diseño de la estrategia de divulgación y comunicación" y respetando el enfoque de comunicaciónno sexista allí propuesto.

- ***Actividades preparatorias para los Videos informativos animados***

    - Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de contenidos (guiones y escaletas) de los cuatro (4) videos informativos animados. El proponente debe realizar acta de la reunión.
    - Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de los cuatro (4) videos informativos animados finalizados. El proponente debe realizar acta de la reunión.

b. Cápsulas sonoras: Postales desde la capital (Capsulas sonoras)

El oferente debe entregar la elaboración de guiones y escaletas y la producción y postproducción de cuatro (4) cápsulas sonoras cuyo contenido grabado siga los lineamientos del documento “Diseño de la estrategia de divulgación y comunicación” y cumpla con las siguientes características:

Cantidad	4
Duración	90 segundos
Formato	WAV, OGG VORBIS, ACC.
Tratamiento narrativo	De acuerdo con los lineamientos deldocumento “Diseño de la estrategia de divulgación y comunicación” yrespetando el enfoque de comunicaciónno sexista allí propuesto.

- ***Actividades preparatorias para las Cápsulas Sonoras***

    - Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de contenidos (guiones y escaletas) de las cuatro (4) cápsulas sonoras. El proponente debe realizar acta de la reunión.
    - Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de las cuatro (4) cápsulas sonoras finalizadas. El proponente debe realizar acta de la reunión.

c. Laboratorias callejeras itinerantes: ¿Y yo qué tengo que ver?

Son actividades comunitarias en forma de talleres en el espacio público donde se realiza un proceso de experimentación creativa por parte de la ciudadanía, no en puntos de aglomeración, sino en activaciones en el espacio púbico con transeúntes itinerantes, para divulgar los datos de la Línea Base priorizados para la difusión.

Consiste en un llamado intencionado, por parte del oferente con cuatro artistas, agrupaciones o colectivas que han trabajado género, feminismo y defensa de los derechosde las mujeres en

la ciudad, a la ciudadanía en su conjunto. El objetivo central de las Laboratorias Callejeras es la divulgación interpelativa, en espacios públicos, del estado dela vulneración de los derechos de las mujeres que registró la Línea Base. Esta puesta en calle es itinerante en el sentido que se trabaja con la ciudadanía que transita el espacio público y tiene como fin transmitir los datos de manera creativa y significativa mediante el desarrollo de formas alternativas de contar la información estadística a personas que transitan escenarios específicos de la ciudad.

- ***Equipo de trabajo requerido (profesionales y colectivos artísticos) para Laboratorias Callejeras:***

El oferente deberá garantizar la vinculación de los siguientes perfiles y equipos de trabajo durante la ejecución del contrato para el desarrollo de las Laboratorias Callejeras, siguiendolos lineamientos del documento "Diseño de la estrategia de divulgación y comunicación".

NOTA: En el evento en que el contratista vincule personal adicional al mínimo requerido en el equipo de trabajo no generara un reconocimiento económico adicional por parte de la Entidad

Rol	Cantidad	Formación	Experiencia mínima
Artistas coordinadoras(es)	2 profesionales	Título de pregrado con tarjeta profesional, si aplica, en los siguientes núcleos básicos del conocimiento: a) Diseño, b) Artes plásticas visuales y afines, c) Artes representativas, d) Otros programas asociados a bellas artes, e) música, f) publicidad y afines, g) Lenguas Modernas, Literatura, Lingüística y Afines.	Experiencia profesional mínima de cuatro (4) años en la creación de contenidos para estrategias de divulgación y comunicación y/o coordinación e implementación de estrategias de divulgación y comunicación.
Colectivas(os) artísticas(os)	4 Colectivas(os)	No aplica.	Cada colectiva(o) debe acreditar experiencia comunitaria certificada de cuatro (4) años en proyectos de intervención artística del espacio público y/o en proyectos de intervención comunitaria y/o proyectos de apropiación territorial.

- ***Actividades preparatorias para las Laboratorias Callejeras***

    - Realización de al menos 2 sesiones de inmersión sobre los resultados de la LBPPMYEG que cumplan las siguientes características:
        - Las sesiones de inmersión consisten en un trabajo en equipo de exploración e inmersión profunda que harán las artistas y colectivas al interior de los datos priorizados de la Línea base.
        - Cada sesión de inmersión tendrá una duración de 4 horas.

- La presentación de los datos y hallazgos priorizados estará a cargo del OMEG.
- El oferente deberá proveer el espacio físico para las sesiones, así comolos elementos necesarios para su realización.
- Las sesiones de inmersión deben realizarse durante las primeras dos semanas de ejecución del contrato.

- Realización de 8 sesiones de planeación entre artistas coordinadores y colectivas(os) artísticas (os) que cumplan con las siguientes características:
  - Se deben realizar dos (2) sesiones de planeación por cada colectivo paraun total de ocho (8).
  - Cada sesión de planeación tendrá una duración de 2 horas.
  - El oferente deberá proveer el espacio físico para las sesiones, así comolos elementos necesarios para su realización.
  - Las sesiones de planeación tienen que realizarse durante las primeras 6 semanas de ejecución del contrato.

- ***Características técnicas de la implementación de Laboratorias Callejeras***

  - El oferente debe realizar en el espacio público cuatro (4) Laboratorias Callejeras siguiendo los lineamientos de la estrategia en los lugares y/o localidades definidas en conjunto con la entidad.
  - Cada Laboratoria Callejera debe tener una duración de 4 horas.
  - Como se mencionó anteriormente, las Laboratorias Callejeras son una metodología itinerante y su convocatoria surge del llamado a la ciudadanía que transita por el espacio público.
  - Los 4 lugares en donde se realizarán las Laboratorias Callejeras se definirán en común acuerdo con la entidad. El oferente deberá tramitar los permisos requeridos para el uso del espacio público definido.

d. Talleres itinerantes: El álbum que hacemos entre todas

Los Talleres Itinerantes tienen el objetivo de reconocer y construir, desde los resultados dela Línea Base, nuevas representaciones asociadas al bienestar, la participación, las creencias con respecto a roles de género y las violencias basadas en género, a partir de la reflexión colectiva y la creación de piezas fotográficas y textiles con mujeres de diferentes localidades de la ciudad de Bogotá. Se trata de llevar a cabo un ejercicio de reflexión y creación con mujeres jóvenes y adultas de la ciudad de Bogotá, en las sedes de las Manzanas de Cuidado, donde se aborden los datos presentados en la Línea Base.

Los talleres itinerantes deben seguir los lineamientos del documento “Diseño de la estrategia de divulgación y comunicación” y cumplir con las siguientes características:

Cantidad	10
Duración	3 horas cada uno
Lugar	Manzanas del cuidado definidas en común acuerdo con la Entidad
Convocatoria	Deben participar mínimo 10 y máximo 15 personas en cada taller. Las personas convocadas podrán ser ciudadanas usuarias de las manzanas del cuidado, ciudadanas que hayan participado de las Laboratorias Callejeras u otras ciudadanas interesadas en participar.
Exposición artística	Las muestras resultantes de los talleres deberán quedar expuestas en las manzanas del cuidado durante una semana.

- ***Equipo de trabajo requerido (profesionales y colectivos artísticos) para Talleres Itinerantes***

El oferente deberá vincular a los 2 profesionales del rol "artistas coordinadores" y a 2 de las 4 colectivas(os) artísticas(os) que participaron en las Laboratorias Callejeras. Lo anterior para que los profesionales y colectivas(os) artísticos vinculados para los talleres itinerantes tengan la trazabilidad del trabajo realizado en las Laboratorias Callejeras. Se reduce el número de colectivas(os) artísticas en tanto desarrollo de los talleres itinerantes no requiere 4 sino 2 de estos, como se describe en la siguiente tabla:

Rol	Cantidad	Formación	Experiencia mínima
Artistas coordinadoras(es)	2 profesionales	Título de pregrado con tarjeta profesional, si aplica, en los siguientes núcleos básicos del conocimiento: a) Diseño, b) Artes plásticas visuales y afines, c) Artes representativas, d) Otros programas asociados a bellas artes, e) música, f) publicidad y afines, g) Lenguas Modernas, Literatura, Lingüística y Afines.	Experiencia profesional mínima de cuatro (4) años enla creación de contenidos para estrategias de divulgación y comunicación y/o coordinación e implementación de estrategias de divulgación y comunicación.
Colectivas(os) artísticas(os)	2 Colectivas(os)	No aplica.	Cada colectiva(o) debe acreditar experiencia comunitaria certificada de cuatro (4) añosen proyectos de intervención artística del espacio público y/o en proyectos de intervención comunitaria y/o proyectos de apropiación territorial.

NOTA: En el evento en que el contratista vincule personal adicional al mínimo requerido en el

equipo de trabajo no generara un reconocimiento económico adicional por parte de la Entidad.

4.2.3. Forma de pago:

El pago del presente proceso se hará en 3 fases de acuerdo con el grado de desarrollo de cada uno de los productos requeridos. El contratista deberá entregar un informe ejecutivo que dé cuenta del desarrollo de cada una de las acciones comunicativas con sus respectivas evidencias según se describe a continuación:

PAGO No. 1 (40%)	PAGO No. 2 (40%)	PAGO No. 3 (20%)
✓ Plan de trabajo y cronograma de actividades para dar cumplimiento a la estrategia. ✓ Elaboración de contenidos de 4 videos informativos (guiones y escaletas) de 90 segundos cada uno incluyendo accesibilidad con subtítulos al español ✓ Elaboración de contenidos (guiones y escaletas) para cuatro (4) cápsulas sonoras de noventa (90) segundos de duración cada uno Preparación 2 sesiones de inmersión sobre los resultados de la LBPPMYEG ✓ Preparación 8 sesiones de planeación de las artistas coordinadoras con cada colectiva artística, 2 por cada colectiva artística. ✓ Convocatoria de ciudadanía a 10 talleres según metodología diseñada para la campaña ✓ Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de contenidos (guiones y escaletas) de los cuatro (4) videos informativos animados. El proponente debe realizar acta de la reunión. ✓ Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de	✓ Producción y postproducción de 4 videos informativos de 90 segundos cada uno incluyendo accesibilidad con subtítulos al español ✓ Producción y postproducción de cuatro (4) cápsulas informativas de noventa (90) segundos de duración cada uno ✓ Ejecución 2 sesiones de inmersión sobre los resultados de la LBPPMYEG ✓ Ejecución 8 sesiones de planeación de las artistas coordinadoras con cada colectiva artística, 2 por cada colectiva artística. ✓ Ejecución de 4 Laboratorias Callejeras según lineamiento del documento “Diseño de estrategia de divulgación y comunicación”. ✓ Desarrollo de 10 talleres itinerantes siguiendo la metodología definida por la estrategia. ✓ Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de los cuatro (4) videos informativos animados finalizados. El proponente debe realizar acta de la reunión. ✓ Desarrollo de una (1) mesa de trabajo entre el proponente y el equipo de la DGC para aprobación de las cuatro (4) cápsulas sonoras finalizadas.	✓ Exposición de resultados de talleres itinerantes en manzanas del cuidado durante una semana. ✓ Entrega de Informe de implementación de las cuatro (4) Laboratorias Callejeras y los diez (10) Talleres Itinerantes que contenga: a) introducción; b) resumen de las sesiones de preparación donde se indique la metodología preparada y planeada durante las 8 sesiones para la posterior implementación de las Laboratorias Callejeras; c) resumen del desarrollo de cada una de las cuatro (4) Laboratorias Callejeras donde se indique de qué forma la ciudadanía interactúo con los resultados de la LBPPMYEG; d) registro fotográfico de las Laboratorias Callejeras; e) Registro de alcance de las Laboratorias Callejeras mediante listados de asistencia y otras métricas que el proponente considere pertinentes; f) resumen del desarrollo de los diez (10) Talleres Itinerantes donde se indique la metodología utilizada y la forma en que la ciudadanía elaboró las muestras artísticas; g) registro de alcance de los Talleres Itinerantes mediante listados de asistencia y otras métricas que el proponente considere

contenidos (guiones y escaletas) de las cuatro (4) cápsulas sonoras. El proponente debe realizar acta de la reunión.	El proponente debe realizar acta de la reunión.	pertinentes; h) registro fotográfico de las muestras artísticas expuestas en las Manzanas del Cuidado seleccionadas; i) conclusiones y lecciones aprendidas

4.3. LUGAR DE EJECUCIÓN:

La ejecución del contrato se realizará en la ciudad de Bogotá D.C.