



## **CONVOCATORIA TERRITORIOS QUE INSPIRAN 2025**

Dirigida a medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín.

### **Secretaría de Comunicaciones**

Federico Gutiérrez

### **Alcalde Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín**

Carmen Lucía Herrera Zapata

### **Secretaria de Comunicaciones**

Isolda María Vélez

### **Subsecretaria de Comunicación Estratégica**

### **Equipo Comunicación para la Movilización**

Catalina María Calle

### **Líder Proyecto Movilización**

Carolina Gil Agudelo

Catalina Luna Álvarez

Diana Villarraga

Luz Enidia Largo Arteaga

Margarita Rivera Motato

Oswaldo Villada Rodas

Sandra Loaiza

Viviana Yepes Cano

Kelly Tatiana Tabares Herrera

### **Asesoría y revisión jurídica**



## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN</b> .....	<b>5</b>
1.1. <b>Objeto</b> .....	<b>5</b>
1.2. <b>Categorías</b> .....	<b>5</b>
- <b>Estrategias de Movilización –MAICC–: formatos convencionales</b> .....	<b>5</b>
- <b>Estrategias de Movilización –MAICC–: formatos convencionales medios corregimentales</b> .....	<b>5</b>
- <b>Estrategias de Movilización Procesos de comunicación: formatos no convencionales</b> .....	<b>5</b>
1.3. <b>Cronograma</b> .....	<b>6</b>
1.4. <b>Presupuesto y productos por categoría</b> .....	<b>8</b>
1.5. <b>Impuestos y retenciones</b> .....	<b>13</b>
1.6. <b>Gastos permitidos</b> .....	<b>14</b>
1.7. <b>Gastos no permitidos</b> .....	<b>15</b>
<b>2. Quiénes pueden participar de esta convocatoria</b> .....	<b>15</b>
2.1. <b>Personas naturales (Procesos y MAICC):</b> .....	<b>16</b>
2.2. <b>Personas jurídicas (procesos y MAICC)</b> .....	<b>16</b>
2.3. <b>Colectivo o red de comunicaciones (procesos y MAICC)</b> .....	<b>16</b>
<b>3. Quiénes no pueden participar</b> .....	<b>16</b>
<b>4. Lineamientos generales</b> .....	<b>18</b>
4.1. <b>Qué se considera una Estrategia de comunicación para la movilización</b> .	<b>19</b>
4.2. <b>Temáticas de participación Estrategias de Movilización</b> .....	<b>20</b>
<b>5. Documentos para participar</b> .....	<b>24</b>
5.1. <b>Documentos administrativos</b> .....	<b>25</b>

5.2.	<b>Propuesta técnica</b> .....	32
a)	<b>Reseña de una estrategia de movilización realizada</b> .....	33
b)	<b>Audiencia y cobertura.</b> ....	35
c)	<b>Formato para presentar la estrategia de movilización</b> .....	37
6.	<b>Presentación de las propuestas</b> .....	41
6.1.	<b>Proceso de selección y evaluación de propuestas.</b> ....	42
-	<b>Revisión y verificación de requisitos de participación (primer momento)</b> ...	42
-	<b>Criterios de evaluación de propuestas técnicas (Segundo momento)</b> .....	42
7.	<b>Causales de rechazo de la propuesta</b> .....	43
8.	<b>Comité evaluador - jurados</b> .....	44
9.	<b>Deliberación y selección de propuestas</b> .....	46
10.	<b>Criterios de desempate</b> .....	46
11.	<b>Publicación de resultados</b> .....	47
	<b>Verificación de inhabilidades e incompatibilidades</b> .....	47
12.	<b>Adjudicación del recurso</b> .....	47
12.1.	<b>Requisitos para otorgar el recurso a las propuestas</b> .....	47
12.2.	<b>Seguimiento a la ejecución de las propuestas</b> .....	47
13.	<b>Derechos y deberes de los ganadores</b> .....	47
14.	<b>Recomendaciones y consideraciones generales</b> .....	49
15.	<b>Anexo especificaciones técnicas de productos comunicacionales.</b> .....	50
16.	<b>Anexo Protocolo uso de Inteligencia Artificial para MAICC</b> .....	50
17.	<b>Anexo Protocolo de propiedad intelectual para MAICC</b> .....	51
18.	<b>Protección de datos (habeas data)</b> .....	51
19.	<b>Marco Normativo</b> .....	51
20.	<b>Glosario</b> .....	52

## PRESENTACIÓN

Desde la Secretaría de Comunicaciones nos emociona presentar la convocatoria "Territorios que Inspiran 2025", promover la movilización ciudadana para beneficio de la comunidad es uno de los objetivos más importantes del Distrito de Medellín. Forma parte de su razón de ser.

Nos sentimos orgullosos de continuar impulsando la comunicación comunitaria, alternativa, ciudadana e independiente. Nuestra gestión adquiere mayor sentido al estimular esa labor que los medios comunitarios, y quienes trabajan en ellos, desarrollan día tras día, sin descanso, para contar sus barrios, su gente, para ayudar a que los actores sociales se involucren activamente en los programas y proyectos del Plan de Desarrollo "Medellín Te Quiere".

Lo más significativo de "Territorios que Inspiran 2025" es que es una estrategia con un corazón grande que acoge a la comunidad, porque al fortalecer los procesos y medios de comunicación del Distrito estamos generando inclusión, transformando realidades y mejorando de manera tangible la calidad de vida de los ciudadanos.

Por medio de esta convocatoria, la Secretaría de Comunicaciones del Distrito de Medellín fomenta iniciativas de movilización ciudadana que conectan los procesos y medios de comunicación MAICC con sus audiencias y públicos estratégicos, mediante acciones comunicativas, articuladas a la construcción de contenidos y productos en diferentes formatos comunicacionales. Todos apuntan a la solución de problemáticas identificadas por ellos en sus comunidades y buscan generar, a mediano y largo plazo, transformaciones culturales que incidan en el desarrollo territorial.

De este modo, los ciudadanos se convierten en protagonistas de su propia evolución, tomando decisiones y apoyando la gestión pública con un enfoque de proximidad y diálogo, en el marco de una democracia participativa.

Carmen Lucía Herrera Zapata

**Secretaria de Comunicaciones**

## 1. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN

### 1.1. Objeto

Fomentar la formulación y ejecución de estrategias de comunicación para la movilización desarrolladas por los Medios y Procesos de comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos –MAICC– de Medellín.

### 1.2. Categorías

#### - Estrategias de Movilización –MAICC–: formatos convencionales

Dinamizar la participación de los Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de las 16 comunas de la ciudad, en la planeación y ejecución de estrategias de comunicación para la movilización, articuladas a la construcción de contenidos y productos en diferentes formatos comunicacionales, que apunten a la solución de problemáticas identificadas por ellos en sus comunidades, territorios o públicos estratégicos, y logren en el largo plazo transformaciones culturales que inciden en el desarrollo territorial.

#### - Estrategias de Movilización –MAICC–: formatos convencionales medios corregimentales

Dinamizar la participación de los Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de los cinco (5) corregimientos de la ciudad, en la planeación y ejecución de estrategias de comunicación para la movilización, articuladas a la construcción de contenidos y productos en diferentes formatos comunicacionales, que apunten a la solución de problemáticas identificadas por ellos en sus comunidades, territorios o públicos estratégicos, y logren en el largo plazo transformaciones culturales que inciden en el desarrollo territorial.

#### - Estrategias de Movilización Procesos de comunicación: formatos no convencionales

Dinamizar la participación de los Procesos de comunicación alternativa, comunitaria y ciudadana de las dieciséis (16) comunas y los cinco (5) corregimientos de la ciudad, en la planeación y ejecución de estrategias de movilización y comunicación no convencional que apunten a la solución de problemáticas identificadas en las comunidades, y logren en el largo plazo transformaciones culturales que inciden en el desarrollo territorial.

### 1.3. Cronograma

La convocatoria se desarrollará de acuerdo con el siguiente cronograma. Los participantes deben estar muy atentos a sus respectivas etapas y hacer seguimiento constante de las publicaciones que se harán en cada fecha señalada en la página web [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion)

Actividad	Fecha	Observación
<p>Publicación del borrador de lineamientos.</p> <p>Las observaciones recibidas no son vinculantes para la Secretaría de Comunicaciones</p>	7 al 12 de marzo de 2025	<p>Enviar observaciones al correo al correo <a href="mailto:convocatorias.movilizacion@gmail.com">convocatorias.movilizacion@gmail.com</a></p> <p><u>Este es el único correo oficial de la convocatoria, no se recibirán observaciones en otra cuenta de correo electrónico.</u></p> <p>Las observaciones se responderán al correo electrónico.</p>
<p>Apertura de la convocatoria</p> <p>Evento en vivo por Teams.</p>	14 de marzo de 2025	<p>Consulte los lineamientos definitivos <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a></p>
Asesorías	Del 17 al 21 de marzo de 2025	Se informará a través del grupo de Prensa Alcaldía MAICC y de los gestores de comunicación.
<p>Presentación de propuestas (documentos administrativos y propuesta técnica)</p>	<p>Del 14 de marzo al 2 de abril de 2025.</p> <p>Hora de cierre: hasta las 4:00 p.m.</p>	<a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a>
<p>Publicación del informe de propuestas recibidas.</p>	4 de abril de 2025	<p>Publicación en el sitio de la convocatoria <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a></p>

Publicación del informe de verificación de los documentos administrativos y propuesta técnica.	9 de abril de 2025	Publicación en el sitio de la convocatoria <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a>
Subsanación de documentos	Del 10 al 22 de abril hasta 4:00 p. m.	La subsanación de documentos y observaciones se deben remitir al correo electrónico habilitado para ello: <a href="mailto:convocatorias.movilizacion@gmail.com">convocatorias.movilizacion@gmail.com</a>  Este es el único correo habilitado para la subsanación de documentos.
Publicación del informe final de propuestas que pasan a evaluación de jurados.	25 de abril de 2025	Publicación de las propuestas que pasan al proceso de evaluación <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a>
Evaluación de propuestas	Hasta el 17 de mayo de 2025	Publicación de las propuestas que pasan al proceso de evaluación <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a>
Publicación de los resultados de la evaluación de las propuestas presentadas	19 de mayo de 2025	Publicación de resultados en página web de la Alcaldía de Medellín <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a>
Socialización de resultados de evaluación con jurados	20 de mayo de 2025	Se informará a través del grupo de Prensa Alcaldía MAICC y de los gestores de comunicación.
Ejecución de propuestas ganadoras	Entre junio y septiembre de 2025. (dependiendo de la fecha de inicio del contrato)	A partir de la publicación de las estrategias ganadoras, se procederá con el proceso de contratación, y una vez inicie el contrato, se tendrán tres (3) meses de ejecución.
Socialización de resultados de ejecución de las propuestas ganadoras – Evento presencial	Se planea hacerlo durante la semana de la comunicación	Se acordará la fecha con el operador que contrate la ejecución de las estrategias ganadoras y se informará con antelación.

#### 1.4. Presupuesto y productos por categoría

El Distrito de Medellín – Secretaría de Comunicaciones, cuenta con un presupuesto oficial de trescientos veintitrés millones quinientos mil pesos (\$323.500.000), para 26 propuestas ganadoras en las diferentes categorías de participación, distribuidas así:

- **Categoría Estrategias de Movilización MAICC formatos convencionales– medios zona urbana. Para 15 ganadores de \$13.500.000, cada uno**

- **Categoría Estrategias de Movilización MAICC formatos convencionales – medios corregimentales. Para 6 ganadores de \$13.500.000, cada uno.**

- En estas dos categorías, las actividades de movilización deben impactar directamente a mínimo 100 personas (participantes, asistentes o beneficiarios directos de la estrategia de movilización) de la comuna o corregimiento donde se ubique el medio o proceso que se presenta a la convocatoria, y los productos principales resultantes del ejercicio comunicacional pueden ser en formato impreso, radial, televisivo o digital, acorde al formato principal del medio. Si bien la difusión de la estrategia de movilización debe estar contemplado durante todas sus fases, en el impacto directo no se incluyen las vistas, visualizaciones y estadísticas de web y redes sociales en las que se comparten los contenidos. En el formato de propuesta técnica se debe detallar la metodología de contabilización del impacto directo de mínimo 100 personas y las evidencias de dicho impacto; se reitera que **debe ser diferente a las personas alcanzadas por difusión o divulgación a través del medio o sus redes sociales.**
- No hay límite de ganadores por comuna o corregimiento, pues los cupos se asignan en estricto orden descendiente del puntaje obtenido por los participantes.
- Los productos comunicacionales, como periódicos, revistas, programas radiales, podcasts, productos audiovisuales y digitales o publicaciones en las redes sociales del proceso o medio de comunicación hacen parte del plan de difusión de la actividad de movilización, pero **no se consideran la actividad de movilización como tal.** Los productos comunicacionales son los que apoyan la difusión de la Estrategia de Movilización y sus resultados.
- Los productos comunicacionales en formatos convencionales deben producirse de acuerdo con los anexos técnicos que hacen parte integral de estos lineamientos.
- Teniendo en cuenta que el objetivo de la convocatoria es visibilizar acciones comunitarias y territoriales, los contenidos producidos para todos los formatos podrán apoyarse en la Inteligencia Artificial (IA) como una herramienta para mejorar redacción o hacer copias que acompañen fotos o videos, pero en ningún caso para producir un contenido 100%. Se permitirá un máximo 30% de utilización de IA, de acuerdo con el protocolo para tal efecto, anexo a esta convocatoria. Dichos contenidos serán revisados con herramientas o plataformas de detección de generación de contenidos con IA, para verificar el porcentaje de utilización. Tampoco se aceptarán videos, fotografías o imágenes

- producidos por IA para acompañar contenidos de las estrategias ganadoras de esta convocatoria. La metodología se explica en el Anexo de uso de IA, de estos lineamientos.
- En estas dos categorías **en ningún caso** se evaluarán propuestas de MAICC cuyo repositorio principal de contenidos comunicacionales e informativos sean redes sociales, con excepción de la plataforma YouTube para canales de TV digital.

Formatos convencionales medios urbanos	Productos comunicacionales	Valor por propuesta	Número ganadores
Estrategias de movilización articuladas a formatos de comunicación impresos (se evaluarán propuestas de medios impresos que hayan circulado en 2024)	<p>Producción, impresión y distribución de una (1) edición de mínimo 500 ejemplares para revistas y 3.000 ejemplares para periódicos, de acuerdo con el formato de cada medio.</p> <p>El contenido del periódico o revista en su totalidad debe estar relacionado con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.</p> <p>Páginas mínimas: 8 para periódicos y 12 para revistas.</p>	\$13.500.000	15
Estrategias de movilización articuladas a radio análoga o digital (app, web).	<p>Producción y emisión de cuatro (4) programas, con duración mínima de 15 minutos cada uno.</p> <p>Los contenidos de los programas radiales en su totalidad deben estar relacionados con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.</p> <p>Para radio digital no se tienen en cuenta en vivos de redes sociales como Facebook o Instagram.</p>	\$13.500.000	



<p>Estrategias de movilización articuladas a canales de televisión análogos o digitales con streaming y parrilla de programación por plataformas digitales (no se incluyen redes sociales, con excepción de canales de TV cuya parrilla de programación se evidenciable en Youtube)</p>	<p>Producción y emisión de dos (2) programas para TV con emisión análoga o digital, de mínimo 15 minutos de duración.</p> <p>Los contenidos audiovisuales en su totalidad deben estar relacionados con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.</p>	<p>\$13.500.000</p>	
<p>Estrategias de movilización articuladas a sitios web, blogs, o portales informativos.</p>	<p>Producción y difusión de dos (2) kits digitales.</p> <p>Cada kit digital está compuesto de todos los productos que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 contenidos escritos para la web de 300 a 350 palabras (aproximadamente 1700 caracteres sin espacios), sobre el proceso de implementación de la estrategia de movilización.</li> <li>• 4 banners en el home del sitio web, blog o portal informativo; uno para cada contenido escrito.</li> <li>• 4 fotografías de autoría propia, con marca de agua generada en tiempo real de la fecha en que se realizaron. Las fotografías deben complementar el contenido escrito para</li> </ul>	<p>\$13.500.000</p>	



	<p>la web sobre el proceso de implementación de la estrategia de movilización. Se debe entregar formato de autorización de uso de imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un (1) contenido audiovisual de 2 a 4 minutos de duración, o un (1) contenido sonoro de mínimo 5 minutos, de producción propia. El contenido audiovisual o radial, debe complementar el contenido escrito para la web.</li> </ul> <p>Cada kit se debe publicar en el sitio web, blog o portal informativo,</p> <p>Nota: Los contenidos de cada uno de los productos del kit digital, deben estar relacionados con la estrategia de movilización ganadora, su proceso y resultados. Cada uno de los kits digitales debe tener una misma temática, pero su tratamiento narrativo debe ser diferencial, de acuerdo con cada producto.</p> <p>A título de ejemplo, el contenido escrito no puede ser una transcripción del contenido audiovisual o sonoro y así con cada uno de otros productos.</p>		
<b>Formato convencionales</b>	<b>Productos comunicacionales</b>	<b>Valor por propuesta</b>	<b>Número ganadores</b>

medios corregimentales			
Estrategias de movilización articuladas a todos los formatos comunicacionales: Todos los formatos: Impresos (revistas o periódicos), radial análogo, radial digital, tv análoga, tv por plataformas digitales, y sitios web, blog o portales informativos.	Según el formato con el que se presente (impreso, radial, audiovisual o digital), deberá cumplir con la cantidad y especificaciones técnicas de los productos comunicacionales indicados en la tabla anterior (zona urbana).	\$13.500.000	6

**- Categoría Estrategias de Movilización Procesos de comunicación – formatos no convencionales. Para cinco (5) ganadores de \$8.000.000, cada uno.**

- En esta categoría los procesos de comunicación comunitarios deben presentar el diseño y la implementación de una estrategia de movilización en las respectivas comunas o corregimientos donde realizan sus actividades, que impacte directamente mínimo a 80 personas. En el formato de propuesta se debe detallar la metodología de contabilización del impacto directo y las evidencias de dicho impacto; el cual debe ser diferente a las personas alcanzadas por difusión o divulgación a través del medio o sus redes sociales.
- El componente de la difusión de la estrategia de movilización debe estar contemplado durante todas sus fases a través de los canales de divulgación propios del Proceso de comunicación.
- En esta categoría los productos comunicacionales resultado de la estrategia de movilización, **no deben** corresponder a medios de comunicación de la categoría formatos convencionales, deben ser claramente diferenciales de estos: revistas o periódicos impresos que ya circulan en la ciudad, programas radiales producidos y emitidos en emisoras comunitarias o alternativas (análogas o digitales), programas de TV o productos digitales producidos y emitidos en canales comunitarios o alternativos análogos o digitales, kits para sitios web, blog o portales informativos de medios alternativos, comunitarios o ciudadanos. Es causal de rechazo de la propuesta si se identifica que un medio que debe presentarse a formato convencional se presenta en categoría formato no convencional.
- No hay límite de ganadores por comuna o corregimiento, pues los cupos se asignan en estricto orden descendiente del puntaje obtenido por los participantes.



Tipo de formato- de procesos de comunicación	Acciones de comunicación convencionales	Valor por propuesta	Número ganadores
Estrategias de movilización y comunicación convencionales realizadas por organizaciones que desarrollen procesos de comunicación alternativa, comunitaria y ciudadana.	<p>Semilleros de comunicación, escuelas de comunicación, conversatorios territoriales, talleres de comunicación, cine foros, ferias, intercambios de saberes y/o experiencias, muestras audiovisuales y exposiciones fotográficas, impresos tales como fanzines, boletines, carteleras físicas, y actividades de fortalecimiento a medios de comunicación escolares.</p> <p>Deben incluir el plan de difusión a través de sus canales digitales y/o redes sociales, toda vez que se trata de procesos de comunicación y una publicación del resultado de la implementación.</p> <p>La implementación debe guardar coherencia con la propuesta presentada.</p>	\$8.000.000	5

### 1.5. Impuestos y retenciones

Teniendo en cuenta que la ejecución de los recursos se hace a través de un contrato con un operador, en el cálculo del presupuesto es necesario que los participantes tengan en consideración los siguientes aspectos:

En los casos que aplique, todos los costos por carga impositiva (impuestos, tasas, contribuciones, gravámenes y retención en la fuente) que se deriven por el recibo de los recursos y/o por la ejecución de la propuesta se encuentran a cargo de los ganadores. En el presupuesto

**no se debe discriminar este ítem**, pues los recursos se deben destinar únicamente a las actividades propias de la ejecución de la estrategia.

**Nota 1:** El operador encargado de la contratación de los ganadores, según lo establecido en el marco normativo de la contratación en Colombia, exigirá la certificación del cumplimiento con las obligaciones frente al pago de los aportes al sistema de seguridad social integral y con los aportes parafiscales de los últimos seis (6) meses, cuando haya lugar, acorde con la naturaleza jurídica del ganador.

**Nota 2:** El desembolso de los recursos está sujeto a la ejecución de la propuesta, acorde a los tiempos de gestión interna del operador contratado, como a la revisión de evidencias y trámites necesarios para el pago de la factura presentada; esto significa que el desembolso no es inmediato, ya que depende de los trámites, plazos y disponibilidades del operador.

### 1.6. Gastos permitidos

Los recursos de la convocatoria solamente se pueden utilizar en las actividades centrales de la estrategia de movilización, en los productos comunicacionales finales y en el plan de comunicaciones de la estrategia, contemplando gastos permitidos tales como:

- **Recurso humano:** Pago del personal necesario para ejecutar la propuesta, personal logístico o de producción de eventos: comunicadores, periodistas, diseñadores, fotógrafos, audiovisuales (no se incluyen revisor fiscal o contador). Los pagos de honorarios deben discriminarse en el costo total de las actividades de movilización, en los productos comunicacionales y en el plan de comunicaciones de la estrategia, no se pueden cobrar como ítem individual del presupuesto.
- **Materiales e insumos** que tengan relación directa y estricta con el desarrollo de la propuesta presentada.
- **Logística:** Gastos requeridos en equipos e insumos de producción de eventos. Se puede incluir alimentación (refrigerios).
- **Permisos:** Gastos destinados a permisos cuando las actividades relacionadas en la estrategia lo especifiquen claramente.
- **Alquiler de equipos de trabajo o mobiliario:** Su aporte al desarrollo de la propuesta debe estar justificado claramente desde la formulación. Incluye computadores, televisores, cámaras, proyectores, instrumentos, equipos de sonido, set de TV, escenarios o auditorios, entre otros

**Nota:** Los pagos de estos ítems (recurso humano, materiales e insumos, logística, permisos o alquiler de equipos de trabajo o mobiliario) deben discriminarse en el presupuesto y estar incluido en las actividades de movilización, en los productos comunicacionales y en el plan de comunicaciones de la estrategia, es decir, no son una actividad o ítem individual del presupuesto, sino que dado su carácter administrativo hacen parte de los productos o actividades principales que se entregarán.

- Plan de comunicaciones para la promoción y difusión de la estrategia: Producción de piezas comunicacionales, tales como ecard, videos, podcast, afiches, pendones, pasacalles, volantes, entre otros. Estos costos se deben calcular en el plan de comunicaciones, y se debe especificar las características técnicas de los productos comunicacionales que hacen parte de este componente.

### 1.7. Gastos no permitidos

Son los gastos que el proponente debe asumir con sus propios recursos y no están presupuestados en aquellos que asigna la convocatoria a la modalidad en la que es ganador:

- Gastos relacionados con la planeación, preparación e inscripción de la propuesta.
- Gastos relacionados con la suscripción de pólizas o documentos legales (cámara de comercio, impuestos) requeridos por el operador que tenga a cargo la contratación del ganador para la ejecución de la propuesta.
- Costos por carga impositiva (impuestos, tasas y contribuciones). Esto incluye retención en la fuente en los pagos de las facturas que presente al operador.
- Los de funcionamiento de la sede del medio o proceso de comunicación: servicios de vigilancia, servicios de limpieza, pago de alquiler o arriendo de sedes u oficinas, servicios públicos, pago de seguridad social, prestaciones sociales, mantenimiento o seguros de equipos, u otros gastos de naturaleza laboral o funcionamiento. Incluye indemnizaciones, multas, sanciones, hipotecas, prendas o medidas cautelares como consecuencia del incumplimiento de obligaciones de cualquier naturaleza. Para el caso de medios digitales: hostings y dominios.
- Gastos bancarios o financieros: descuentos bancarios por transacciones, 4 por mil, o cuotas de manejo.
- Imprevistos o cajas menores.
- Compra, adecuación o arreglos de espacios o infraestructura.
- Gastos relacionados con el diseño y elaboración de informes parciales o finales.

## 2. Quiénes pueden participar de esta convocatoria

Los Procesos y Medios y de Comunicación alternativos, independientes, ciudadanos y comunitarios que estén asentados en Medellín y sus corregimientos, y desarrollen sus actividades en el lugar donde estén certificando su actividad comunicacional según certificado emitido por JAL u organizaciones sociales legalmente constituidas de dicha comuna o corregimiento (en el que debe estar explícito este dato) o de acuerdo con el registro que hayan realizado en ARCO.

### 2.1. Personas naturales (Procesos y MAICC):

Con nacionalidad colombiana, mayores de dieciocho (18) años, que desarrollen actividades relacionadas con la Convocatoria, con mínimo dos (2) años de trayectoria en Medellín y sus corregimientos.

Con nacionalidad extranjera, con residencia permanente en Colombia, mayores de dieciocho (18) años, que desarrollen actividades relacionadas con la Convocatoria con mínimo tres (3) años de trayectoria en Medellín y sus corregimientos.

### 2.2. Personas jurídicas (procesos y MAICC)

Organizaciones y medios legalmente constituidos, con domicilio en la ciudad de Medellín y corregimientos de Medellín, que en su objeto social o en sus estatutos evidencian como objetivo misional el ejercicio de actividades de comunicación.

Dichas organizaciones y medios deben tener asiento en las comunas y corregimientos de Medellín, tener una constitución mínima de dos (2) años de anterioridad a la fecha de apertura de la Convocatoria y el mismo tiempo de trayectoria en procesos de comunicación alternativa, independiente, comunitaria y/o ciudadana en Medellín.

### 2.3. Colectivo o red de comunicaciones (procesos y MAICC)

Los colectivos, mesas, plataformas o redes de comunicaciones que acrediten el ejercicio de actividades de comunicación de forma agrupada o colaborativa en la ciudad de Medellín o sus corregimientos, con mínimo dos (2) años de trayectoria en medios y procesos de comunicación alternativa, independiente, comunitaria o ciudadana. Ningún participante –ya sea en calidad de persona natural, integrante de una persona jurídica o de un colectivo, mesa, sistema, red o plataforma de comunicaciones– podrá hacer parte de varias propuestas. Esto, en aras de garantizar el principio de equidad e igualdad en el acceso a los recursos públicos. En el evento en que se identifiquen tales casos, ambas propuestas serán rechazadas automáticamente.

## 3. Quiénes no pueden participar

- Ciudadanos colombianos o extranjeros menores de dieciocho (18) años, en el caso de los medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos.
- Personas jurídicas cuyo objeto social y trayectoria no tenga relación directa con las actividades del objeto y alcance de la convocatoria.
- Personas naturales y jurídicas (procesos y medios de comunicación) que participen en actividades objeto de la Convocatoria que desarrollen los procesos y medios de comunicación por fuera de la ciudad de Medellín o sus corregimientos de acuerdo con la categoría a la cual se presentaron.

- Personas naturales y jurídicas, representantes de grupo o cualquiera de sus integrantes que tengan vínculos de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad (primos, sobrinos nietos, tíos, abuelos), segundo de afinidad del cónyuge (abuelos, padres, hijos, hermanos del cónyuge) o primero civil (hijos adoptivos), con los servidores públicos de los niveles directivos, tutor, o ejecutivo del Distrito de Medellín, del Concejo Distrital, del operador del contrato o con las personas que ejerzan el control interno o fiscal del Distrito de Medellín.
- Servidores públicos del Distrito de Medellín.
- Contratistas del Distrito de Medellín que se encuentren contratados directamente o a través de un operador.
- Personas naturales, jurídicas o colectivos, redes o plataformas, cuyos miembros tengan vínculos de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad (primos, sobrinos, nietos, tíos, abuelos), segundo de afinidad, primero civil, compañero(a) permanente de servidores públicos o contratistas de la Secretaría de Comunicaciones del Distrito de Medellín.
- Personas naturales, personas jurídicas, representantes de colectivos, redes, mesas plataformas, o cualquiera de sus integrantes que sean servidores públicos o tengan relación contractual bajo la modalidad de prestación de servicios profesionales y/o consultoría con la Secretaría de Comunicaciones, su cónyuge y quienes estén en una relación de hasta el cuarto grado de consanguinidad (primos, sobrinos, nietos, tíos, abuelos), segundo grado de afinidad del cónyuge (abuelos, padres, hijos, hermanos) o primero civil (hijos adoptivos) con ellas.
- Medios y procesos de comunicación (personas naturales o personas jurídicas), y representantes de colectivos, mesas, redes o plataformas, o cualquiera de sus integrantes que directa o indirectamente hayan tenido injerencia en la preparación y elaboración de los términos, requisitos y condiciones de la Convocatoria, su cónyuge y quienes estén en una relación de hasta el cuarto grado de consanguinidad (primos, sobrinos, nietos, tíos, abuelos), segundo de afinidad (abuelos, padres, hijos, hermanos del cónyuge) o primero civil (hijos adoptivos) con ellas.
- Personas naturales o jurídicas, así como sus representantes legales y socios, a quienes se les haya impuesto una sanción administrativa, declaratoria de incumplimiento parcial o total en los últimos tres años.
- Personas naturales o jurídicas, así como sus representantes legales y socios, a quienes se les haya impuesto sanciones penales, fiscales o disciplinarias en los últimos tres años.
- Entidades públicas o con participación pública.
- Cajas de compensación, cámaras de comercio y/o procesos y medios de comunicación masivos, y todos aquellos que no sean alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín.

- Quienes se hallen incurso en las inhabilidades e incompatibilidades legalmente establecidas.

#### 4. Lineamientos generales

La presentación de las propuestas debe acogerse a los siguientes lineamientos generales:

- Los participantes podrán postularse máximo con dos (2) estrategias diferentes, en dos (2) temáticas, en su categoría, y de cumplir con los requisitos sólo podrán ejecutar la propuesta de mayor puntaje; bajo ningún concepto se podrá cambiar la propuesta ganadora.
- No se considerarán las estrategias de movilización que hagan parte de otros proyectos o convocatorias públicas, ni aquellas que hayan sido ganadoras de la convocatoria de estrategias de movilización en versiones anteriores.
- Las estrategias de movilización que se presenten no se pueden estar realizando, deben ser nuevas y diferenciadoras, que beneficien al público definido.
- Las estrategias de movilización que se presenten y sean seleccionadas, no pueden publicar ni asociar contenidos de carácter proselitista en ningún tema, tampoco de índole electoral y/o religiosa en los productos que hagan parte de la propuesta; o temas que atenten contra la moral pública.
- En caso de quedar recursos disponibles en la categoría **Estrategias de Movilización MAICC formatos convencionales- Medios Corregimentales**, se asignarán a las propuestas ganadoras de MAICC que hayan obtenido el puntaje mínimo y no hayan alcanzado recursos de los 15 cupos disponibles MAICC zona urbana. Los medios corregimentales sólo podrán presentarse en esta categoría.
- En caso de quedar recursos disponibles en la categoría **Estrategias de Movilización MAICC formatos convencionales - zona urbana-**, se asignarán a las propuestas ganadoras de medios corregimentales que hayan obtenido el puntaje mínimo y no hayan alcanzado recursos de los seis (6) cupos disponibles. Los medios urbanos sólo podrán presentarse en esta categoría.
- De no existir estrategias ganadoras para asignar los recursos en las dos categorías de formatos convencionales, la Secretaría de Comunicaciones podrá asignar el recurso disponible para la **categoría Procesos de comunicación**, a propuestas que obtengan el puntaje mínimo para ser ganadoras, hasta donde sea posible asignarlos de forma completa; es decir que deben recibir el monto total estipulado para la categoría. En el caso de quedar recursos sin asignar la Secretaría de Comunicaciones podrá destinarlos a otras actividades de la Convocatoria.
- El cronograma de ejecución de la propuesta debe ajustarse a los tiempos establecidos en la Convocatoria, no debe superar el **tiempo máximo de tres (3) meses** y el tiempo mínimo de ejecución de la propuesta es de 75 días.
- El presupuesto de las propuestas debe estar ajustado a los montos asignados a las diferentes categorías, y cada proponente debe tener claros los gastos permitidos o no en la propuesta presentada.

- Las propuestas serán seleccionadas de acuerdo con el proceso de evaluación establecido en la presente Convocatoria.
- Los derechos de autor son propiedad de los proponentes de la estrategia de comunicación para la movilización; sin embargo, la Secretaría de Comunicaciones tendrá derecho a difundir, sin ánimo comercial, estos productos.
- El participante declara, con la presentación de la propuesta, que toda la información consignada es veraz.
- No se devolverá el material presentado a la Convocatoria.
- El Distrito de Medellín - Secretaría de Comunicaciones respeta y acata la calificación y decisión de los jurados, por lo que no habrá instancias posteriores para la revisión de la evaluación realizada por los evaluadores.
- En la misma página web [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion) se publicará el puntaje general obtenido por cada estrategia.
- La participación en la Convocatoria “Territorios que inspiran 2025”, significa la aceptación de las bases de la esta.
- Se podrán subsanar los **documentos administrativos**, anexos y evidencias técnicas, (material que complementa la propuesta técnica en el formato definido, y que no la sustituye) que luego de la verificación requieran alguna aclaración o ajuste. El plazo y condiciones para hacerlo se estipula en el cronograma de la presente convocatoria.
- No se podrá subsanar la propuesta técnica, es decir, el formato de estrategia de movilización, el cual debe estar completamente diligenciado; no debe faltar información correspondiente a ninguno de los ítems, de lo contrario será rechazado.
- Todos los documentos administrativos y técnicos deberán ser legibles, permitir su lectura, reproducción y la revisión completa de su contenido.
- El Distrito de Medellín no será responsable por errores, inconsistencias, omisiones, conjeturas, suposiciones, inadecuada interpretación u otros hechos desfavorables en los cuales incurra el interesado y que puedan incidir en la elaboración y presentación de su propuesta.
- Los costos y gastos en que los participantes incurran con ocasión de la preparación y presentación de las propuestas, y cualquier otro costo o gasto relacionado con la participación en la presente Convocatoria, está a cargo de los proponentes.

#### 4.1. Qué se considera una Estrategia de comunicación para la movilización

Para efectos de la presente convocatoria, una estrategia de comunicación para la Movilización, se entiende como las acciones y/o intervenciones en el territorio que tienen como propósito dinamizar y solucionar problemas locales, promover la participación de las comunidades, formar e incidir en los ciudadanos a mediano y a largo plazo, para que se evidencie una transformación cultural en la comunidad; buscando empoderar y construir en conjunto con y para los ciudadanos; **mediante elementos propios de la comunicación**, la identificación, fortalecimiento y articulación de actores en los territorios.

Esta Convocatoria busca promover estrategias de comunicación para la movilización que transformen el territorio e impulsen la participación ciudadana generando dinámicas de

corresponsabilidad, en la discusión de las agendas públicas y el desarrollo de propuestas que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos.

La ejecución de las estrategias debe fortalecer la producción, distribución, divulgación y promoción de contenidos, acorde con los formatos comunicacionales usados por los procesos y MAICC.

De otro lado, es pertinente indicar que el ejercicio de la comunicación y el periodismo implica asumir responsabilidades múltiples; por lo tanto, en la producción de los contenidos comunicacionales es necesario tener en cuenta aspectos como:

**La selección de las fuentes adecuadas y especializadas en la temática:** El lenguaje que se utiliza es un recurso periodístico esencial, pues el modo en que se habla de las personas, en los medios, no solo las expone públicamente, sino que además las somete a la consideración y evaluación de la sociedad, sin derecho a réplica o a defensa alguna.

**El uso del lenguaje es también fundamental:** Resaltar las capacidades, lo positivo de las historias y reconocer las diferencias desde su potenciación. Seleccionar fotografías con el cuidado de la intimidad, el cuerpo y la vida de las personas.

**Otros aspectos que reflejan la responsabilidad periodística:** La correcta citación y referenciación, para dar crédito al trabajo de distintos periodistas, autores y creadores, evitando el plagio y permitiendo que los lectores consulten otras fuentes para ampliar su conocimiento en distintas temáticas. Si el contenido generado está acompañado de herramientas de inteligencia artificial de apoyo, deben citarse para evidenciar la transparencia en el ejercicio. (Ejemplo con normas APA: OpenAI. (2025). ChatGPT (versión de febrero de 2025). <https://chat.openai.com/>).

#### 4.2. Temáticas de participación Estrategias de Movilización

Las estrategias de movilización deben estar asociadas a temáticas que se relacionen con los siguientes programas estratégicos:

**Alianza Cero Hambre:** Propuestas enfocadas en promover acciones para la disminución del hambre favoreciendo el acceso y consumo de alimentos en la población más vulnerable de la ciudad.

Propósito del programa: *“Unir a la ciudad sobre este propósito: junto al sector privado, academia, bancos de alimentos, iglesias y plazas de mercado crearemos una comunidad de apoyo para favorecer a las familias más vulnerables de la ciudad, a través de un paquete, bono o complemento alimentario, asegurando la priorización de personas y familias en situación de pobreza, con especial énfasis en las comunas y corregimientos con mayores retos sociales, así como en hogares con mujeres y niños, que son justamente los grupos poblaciones más afectados por esta situación”.*

**Buen Comienzo 365:** Propuestas enfocadas en promover el pleno desarrollo físico y cognitivo de nuestros niños y niñas.

Propósito del programa: *“Se ha demostrado que los retornos sociales y económicos de una ciudad son mucho más grandes cuando se invierte en los primeros años de vida de una persona. Y se busca con Buen Comienzo 365, un acompañamiento permanente para que tengan acceso constante a alimentación y a una educación pertinente.”*

**Tejiendo cuidados para la autonomía económica de las mujeres:** Propuestas enfocadas en promover acciones para la redistribución, reconocimiento y reducción del trabajo doméstico y de cuidado no remunerado, habilitando rutas de autocuidado y autonomía económica de las mujeres.

Propósito del programa: *“Las mujeres de Medellín tienen las mayores cargas de cuidado al interior del hogar. Trabajar en la búsqueda de su autonomía, generando entre otras, oportunidades de empleo y emprendimiento para la toma de decisiones. Reconocer esa categoría de trabajo es de fundamental importancia, por eso, vamos a generar estrategias que contribuyan a la reducción del tiempo de las mujeres dedicado al cuidado, contribuyendo al desarrollo de sus proyectos de vida y a la redistribución de las cargas de trabajo doméstico entre todos los miembros de la familia”.*

**En el colegio contamos con vos:** Propuestas enfocadas en el derecho a la educación de niños, niñas, adolescentes y jóvenes desescolarizados por medio de estrategias de búsqueda activa en las comunas y corregimientos.

Propósito del programa: *“El acceso a la educación es uno de los aspectos esenciales para generar progreso social. Cada inicio de año se realizará jornadas intensivas de búsqueda puerta a puerta de los hogares de niños y jóvenes que están por fuera del sistema educativo o en riesgo de desertar. Este ejercicio continuará durante todo el año con líderes del territorio, comunidades educativas y a través de plataformas tecnológicas que permitan la identificación de los niños y jóvenes más vulnerables”.*

**Parceros:** Propuestas enfocadas en promover los proyectos de vida de niños, niñas, adolescentes y jóvenes en riesgo de pertenecer a estructuras criminales, a través de la generación de herramientas de gestión de emociones, habilidades blandas y autonomía en el largo plazo.

Propósito del programa: *“Potenciar las capacidades de empoderamiento de jóvenes que se encuentran en un contexto de vulnerabilidad social, proporcionándoles herramientas para gestionar sus emociones hacia una toma de decisiones consciente y responsable en el desarrollo de sus proyectos de vida desde la legalidad”.*

**Medellín, tacita de plata:** Propuestas enfocadas en promover espacios públicos limpios, en buen estado y agradables para el disfrute de la gente, fortaleciendo la corresponsabilidad y cultura ciudadana.

Propósito del programa: *“Esta es la gran apuesta para poner en orden la casa y recuperar el buen estado del espacio público y sus equipamientos. Realizar intervenciones permanentes para la recolección de basuras y escombros y el mantenimiento de luminarias, paraderos y señalización... Desde el lugar de donde se habite la ciudad, cuidar la ciudad como una tacita de plata para que nunca deje de brillar.”*

**Salud mental y proyectos de vida: propuestas enfocadas en** promover las estrategias de atención en salud mental y acompañamiento a los proyectos de vida de la ciudadanía.

Propósito del programa: *“Medellín viene atravesando enormes retos en la salud mental de su población, los adolescentes y jóvenes son los grupos de edad con mayores riesgos... Un punto fundamental trabajar en robustecer los servicios de salud mental a través de la red de salud pública y el compromiso de las EPS, potenciando la atención en los centros de salud, conectando los Escuchaderos con el sistema, la línea de atención amiga en el territorio y el desarrollo de acompañamiento psicosocial en los hogares para el fortalecimiento de vínculos. También, integrar a todas las instituciones educativas con entornos protectores y con espacios de atención con psicólogos”.*

**Medellín capital creativa:** Propuestas enfocadas en promover el fortalecimiento de la industria del entretenimiento en la ciudad a través del ecosistema audiovisual y musical.

Propósito del programa: *“La industria musical y audiovisual son grandes jalonadores del ecosistema creativo de la ciudad. A través de su fortalecimiento, promover la competitividad de las empresas productoras, la especialización de los oficios y la promoción de la ciudad como una gran locación para rodajes de producciones nacionales y extranjeras y, de manera transversal, apoyar los trámites necesarios y permisos para el uso de los espacios públicos en torno a las producciones audiovisuales”.*

**Formación en habilidades digitales.** Propuestas enfocadas en promover la generación de vínculos de educación y empleo para jóvenes en el ecosistema digital.

Propósito del programa: *“No hay mejor política social que la generación de empleo, por eso se conectarán los jóvenes de la ciudad a través del uso de las tecnologías de la información, incentivando su desempeño en las áreas de comunicación, el trabajo y el mundo de la vida...”*

*Además, generar espacios de formación en todo el ciclo educativo de los estudiantes, fortaleciendo habilidades de resolución de problemas desde el aula. Además, formación en temas digitales con nuestras universidades públicas y con instituciones privadas aliadas”.*

**Turismo responsable:** Propuestas enfocadas en promover acciones de prevención y seguridad turística, fortaleciendo el turismo cultural, artístico y ecológico.

Propósito del programa: *“Tener un turismo que sume, que proteja a su gente y que genere oportunidades. Desarrollar acciones y campañas preventivas y de seguridad frente al delito en el turismo...Realizar activaciones culturales en parques y hacer seguimientos permanentes en el espacio público y sitios de entretenimiento y hospedaje, así como el fortalecimiento de los puestos de control e intervenciones. Trabajar muy fuerte en la atención de delitos como redes de trata de personas, explotación sexual y comercial, paseo de homicidio a turistas y comercialización de sustancias psicoactivas”.*

## 7.2 Enfoques

Las estrategias de movilización que se presenten a esta convocatoria se deben acoger a los enfoques planteados en el Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027 “Medellín te quiere”:

**Enfoque de derechos:** El enfoque basado en los derechos humanos establece la prioridad en la atención de la población objeto de una mayor marginación, exclusión y discriminación. Centra la atención en la eliminación de las brechas de desigualdad. El Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA, 2024), propone algunos elementos de buenas prácticas basado en los derechos humanos, a las cuales el plan de Desarrollo 2024-2027 Medellín Te Quiere le apunta. Los programas ven en el pleno ejercicio de los derechos humanos el fin último del desarrollo:

- Las personas son consideradas agentes principales de su propio desarrollo, en lugar de receptores pasivos de productos y servicios.
- La participación es a la vez un medio y un objetivo.
- Las estrategias proporcionan empoderamiento, en lugar de negarlo.
- Tanto los resultados como los procesos son supervisados y evaluados.
- El análisis de situación se utiliza para identificar las causas inmediatas, subyacentes y fundamentales de los problemas de desarrollo.
- Las normas de los derechos humanos dirigen la formulación de objetivos, metas e indicadores medibles en la programación.

**Enfoque diferencial:** Durante el proceso de formulación e implementación del plan de desarrollo distrital, se intencionan estrategias que den respuestas a las particularidades de cada sector de la población por su condición o situación, respondiendo a las necesidades del ciclo vital, sexo, orientación sexual, identidad de género, pertenencia étnica, discapacidad, entre otras características.



Fuente del gráfico: Proyecto Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027

**Enfoque de Resiliencia:** La resiliencia se puede relacionar con aquella habilidad que poseen sistemas, materiales, grupos sociales o personas para restablecerse luego de un cambio repentino o una situación difícil (Metzger & Robert, 2013; citado por (ONU Hábitat, 2023)). Tal y como expone La Fundación Rockefeller, la resiliencia se aprende, se adapta y se mejora. Lo mismo sucede con las organizaciones, los sistemas y las sociedades.

Por lo anteriormente expuesto, el Plan de Desarrollo Distrital 2024- 2027 “Medellín te quiere”, lo determina como uno de sus enfoques, dada la urgencia de hacer frente a las condiciones actuales y de recurrir a las capacidades de la ciudadanía para recuperar el distrito y afrontar los grandes retos.

Se busca en cada uno de los elementos programáticos y estratégicos de este instrumento, partir de las capacidades y habilidades de las personas, los territorios y las organizaciones, de sus anhelos y sueños como motor para superar las dificultades personales y de la ciudad; se cuenta con estos mecanismos como elemento cohesionador que permitirá que unidos se logren los retos planteados para los próximos cuatro (4) años y que la capacidad que quede instalada en la sociedad de Medellín, sea un escudo que impida que la mala gestión, la corrupción y los intereses personales hagan retroceder nuevamente a la ciudad.

## 5. Documentos para participar

Los documentos administrativos y la propuesta técnica (la estrategia), deberán estar en formato PDF, y subirse en dos carpetas comprimidas a la página web de la convocatoria [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion), marcarse tal y como se indica, sin tildes ni caracteres especiales y adjuntarlas en el formulario destinado para ello, según lo establecido en el cronograma de la convocatoria, marcada así:

Carpeta 1: Docs\_administrativos\_nombre del proponente

Carpeta 2: Docs\_tecnicos\_propuesta\_proponente

Las carpetas comprimidas (carpeta zip) que se cargarán en el formulario habilitado para la postulación no deben superar 100 megas de peso cada una.

En caso de presentar más de una propuesta, únicamente deberá cargar una carpeta de documentos administrativos, y marcar las dos carpetas técnicas con nombres diferentes.

A continuación, se enumeran y explican los documentos que deben ser presentados por los participantes:

### 5.1. Documentos administrativos

Todos los documentos administrativos deben adjuntarse al momento de la postulación. La documentación administrativa es habilitante para la revisión de la propuesta técnica y no se pasará a la etapa de verificación técnica, respecto a propuestas incompletas, por lo tanto, el postulante debe garantizar que los documentos administrativos estén completos, puedan ser abiertos y leídos en cualquier equipo de cómputo y en el formato indicado.

En caso de ser requerida subsanación de algún documento, se solicitará acorde al cronograma establecido. Si no lo hace en dicho término, su propuesta será rechazada.

### Personas Naturales

Documentos administrativos requeridos	¿Cómo presentarlos?
<p><b>Certificado de ARCO.</b> Para quienes están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: ARCO_nombre del proponente</p>
<p><b>Copia de la cédula de ciudadanía</b> (por ambos lados y legible); en caso de que sea extranjero, cédula de extranjería, pasaporte, visa de residencia vigente. Para ciudadanos venezolanos aplica el Permiso de Protección Temporal o el Certificado de Trámite de Permiso de Protección Temporal.</p> <p>De acuerdo con el Decreto 216 de 2021 que adoptó el Estatuto Temporal para Migrantes Venezolanos el Permiso Especial de Permanencia (PEP) cuenta con régimen de transición de 2 años, en caso de presentarse, este documento, el mismo debe estar vigente para el momento de cierre de la convocatoria.</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere para quienes ya están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: Cedula_nombre del proponente</p>



<p><b>Copia del RUT del proponente.</b> Descargado directamente del portal de la DIAN. Con fecha de descarga no mayor a treinta días, dato que se verifica en la esquina inferior derecha del documento.</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere para quienes ya están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: Rut_nombre del proponente</p>
<p><b>Certificado de existencia y representación legal</b> (Cámara de Comercio actualizada con vigencia no superior a treinta (30) días o documento que haga sus veces emitido por la autoridad competente).</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere para quienes ya están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: Camara_comercio_nombre del proponente</p>
<p><b>Certificado de trayectoria</b>, puede ser a través de una de las siguientes opciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Certificados contractuales de actividades relacionadas con el objeto de la convocatoria ejecutadas en la ciudad de Medellín, que acrediten que durante el 2024 y hasta la fecha es un medio activo, que desarrolla actividades relacionadas directamente con la presente Convocatoria (pueden ser copias de los contratos si aún están en ejecución, o actas de liquidación del o los contratos, o certificado de ejecución de estos). Los certificados deben ser emitidos por la entidad contratante, las actas de liquidación y contratos en ejecución deben estar debidamente firmados por todas las partes. Si no cumple con estos requisitos no serán tenidos en cuenta.</li> <li>2. Certificados de otras organizaciones sociales legalmente constituidas de la misma comuna o corregimiento en donde se certifican las actividades relacionadas con el objeto de la convocatoria, que acrediten actividades relacionadas con la ejecución de estrategias de movilización, realizadas en la ciudad de Medellín y sus corregimientos, durante los dos (2) últimos años.</li> <li>3. Para los medios independientes (concesionarios), certificados de la emisora o canal de televisión que acrediten el espacio concesionado durante los dos (2) últimos años, con fecha de inicio y final, o si está vigente. El certificado debe haber sido expedido o superior a treinta (30) días a la fecha de apertura de la convocatoria.</li> </ol>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: trayectoria_nombre del proponente</p>

<p><b>Formato declaración de propuesta inédita</b> y no ganadora de otras convocatorias (es decir, que no haga parte de otros proyectos o convocatorias públicas y/o no haya sido ganadora con anterioridad).</p> <p>Formato: Propuesta inédita. Debe descargarlo de la página web <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a></p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>propuestainedita_nombreproponente</code></p>
---	--

### Personas Jurídicas

Documentos administrativos requeridos	¿Cómo presentarlos?
<p><b>Certificado de ARCO.</b> Para quienes están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>ARCO_nombreproponente</code></p>
<p><b>Copia de la cédula de ciudadanía</b> del representante legal (por ambos lados y legible); en caso de que sea extranjero, cédula de extranjería, pasaporte, visa de residencia vigente. Para ciudadanos venezolanos aplica el Permiso de Protección Temporal o el Certificado de Trámite de Permiso de Protección Temporal.</p> <p>De acuerdo con el Decreto 216 de 2021 que adoptó el Estatuto Temporal para Migrantes Venezolanos el Permiso Especial de Permanencia (PEP) cuenta con régimen de transición de 2 años, en caso de presentarse, este documento, el mismo debe estar vigente para el momento de cierre de la convocatoria.</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere para quienes ya están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>Cedula_nombredelproponente</code></p>
<p><b>Copia del RUT</b> de la persona jurídica proponente. Descargado directamente del portal de la DIAN. Con fecha de descarga no mayor a treinta días, dato que se verifica en la esquina inferior derecha del documento.</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>Rut_nombredelproponente</code></p>



<p><b>Nota:</b> No se requiere para quienes ya están registrados en el módulo de MAICC en ARCO -</p>	
<p><b>Certificado de trayectoria</b>, puede ser a través de una de las siguientes opciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Certificados contractuales de actividades relacionadas con el objeto de la convocatoria ejecutadas en la ciudad de Medellín, que acrediten que durante el 2024 y hasta la fecha es un medio activo, que desarrolla actividades relacionadas directamente con la presente Convocatoria (pueden ser copias de los contratos si aún están en ejecución, o actas de liquidación del o los contratos, o certificado de ejecución de los mismos). Los certificados deben ser emitidos por la entidad contratante, las actas de liquidación y contratos en ejecución deben estar debidamente firmados por todas las partes. Si no cumple con estos requisitos no serán tenidos en cuenta.</li> <li>2. Certificados de otras organizaciones sociales legalmente constituidas de la misma comuna o corregimiento en donde se certifican las actividades relacionadas con el objeto de la convocatoria, que acrediten actividades relacionadas con la ejecución de estrategias de movilización, realizadas en la ciudad de Medellín, durante los dos (2) últimos años.</li> <li>3. Para los medios independientes (concesionarios), certificados de la emisora o canal de televisión que acrediten que durante los últimos 2 (dos) años realizó actividades relacionadas directamente con la presente Convocatoria.</li> </ol>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: trayectoria_nombre del medio</p>
<p><b>Formato declaración de propuesta inédita</b> y no ganadora de otras convocatorias (es decir, que no haga parte de otros proyectos o convocatorias públicas y/o no haya sido ganadora con anterioridad).</p> <p>Formato: Propuesta inédita. Debe descargarlo de la página web <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a></p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: propuesta_inedita_nombre del proponente</p>

**Colectivo, mesa, plataforma, sistema o red de comunicaciones**

<p>Documentos administrativos requeridos</p>	<p>¿Cómo presentarlos?</p>
--	----------------------------



<p><b>Certificado de ARCO – Módulo MAICC.</b> Para quienes están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p> <p>Nota: se debe adjuntar el de cada uno de los medios que conforman el Colectivo, mesa, plataforma, sistema o red de comunicaciones.</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: ARCO_nombredelproponente</p>
<p><b>Copia de cédula de ciudadanía (por ambos lados y legible) del representante o coordinador del colectivo y de todos los integrantes del colectivo.</b> En el caso de participantes extranjeros cédula de extranjería o visa de residencia vigente. Para ciudadanos venezolanos aplica el Permiso de Protección Temporal o el Certificado de Trámite de Permiso de Protección Temporal.</p> <p>De acuerdo con el Decreto 216 de 2021 que adoptó el Estatuto Temporal para Migrantes Venezolanos el Permiso Especial de Permanencia (PEP) cuenta con régimen de transición de 2 años, en caso de presentarse, este documento, el mismo debe estar vigente para el momento de cierre de la convocatoria.</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere si todos los integrantes del colectivo están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: Cédula_representante_colectivo</p>
<p><b>Copia del RUT</b> del representante o coordinador del colectivo. Descargado directamente del portal de la DIAN. Con fecha de descarga no mayor a treinta días. Dato que se verificará en la esquina inferior derecha del documento.</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere si todos los integrantes del colectivo están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: Rut_representante_colectivo</p>
<p><b>Certificado de trayectoria</b> de trabajo como colectivo, mesa, plataforma, sistema o red de comunicaciones, con asiento del objeto social en Medellín. La trayectoria se puede certificar a través de una de las siguientes opciones:</p> <p>1. Certificados contractuales de actividades relacionadas con el objeto de la convocatoria ejecutadas en la ciudad de Medellín, que acrediten que acrediten que durante el 2024 y</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: trayectoria_nombredelcolectivo</p>



hasta la fecha es un **colectivo, mesa, plataforma, sistema o red de comunicaciones**, que desarrolla actividades relacionadas directamente con la presente Convocatoria (pueden ser copias de los contratos (pueden ser copias de los contratos si aún están en ejecución, o actas de liquidación del o los contratos, o certificado de ejecución de los mismos). Los certificados deben ser emitidos por la entidad contratante, las actas de liquidación y contratos en ejecución deben estar debidamente firmados por todas las partes. Si no cumple con estos requisitos no serán tenidos en cuenta.

2. Certificados de otras organizaciones sociales legalmente constituidas, que acrediten actividades relacionadas directamente con el objeto de la convocatoria, realizadas en la ciudad de Medellín, durante dos (2) últimos años.

3. Para colectivos, mesas, plataformas, sistemas o redes, cuyos integrantes no pertenezcan a una misma comuna o corregimiento: Certificado de ejecución de actividades expedida por una organización o entidad legalmente constituidas, para la cual o con quien ejecutaron las actividades, en calidad de colectivo, mesa, red, plataforma o sistema de comunicación alternativa, independiente, comunitaria o ciudadana, que acredite que durante los últimos 2 (dos) años realizaron actividades relacionadas directamente con la presente Convocatoria.

Nota: en todos los casos se debe evidenciar la trayectoria certificada del Colectivo, mesa, plataforma, sistema o red de comunicaciones trabajando en conjunto, no de forma individual de los medios que conforman el colectivo.

**Formato diligenciado por el colectivo o red** de comunicaciones donde esté relacionada toda la información de los integrantes, aceptando la designación del representante o coordinador para la postulación. Debe estar firmada por cada uno de los integrantes.

Formato - Certificado de Colectivo, mesa, plataforma, sistema o red de comunicaciones

Debe descargarlo de la página web [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion)

Archivo en pdf y debe estar marcado así:  
Formato\_colectivo\_nombre

<p><b>Formato declaración de propuesta inédita</b> y no ganadora de otras convocatorias (es decir, que no haga parte de otros proyectos o convocatorias públicas y/o no haya sido ganadora con anterioridad).</p> <p>Formato: Propuesta inédita. Debe descargarlo de la página web <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a></p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>propuestainedita_nombreproponente</code></p>
---	--

### Procesos de Comunicación (Personas naturales y jurídicas)

Documentos administrativos requeridos	¿Cómo presentarlos?
<p><b>Certificado de ARCO – Módulo MAICC.</b> Para quienes están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>ARCO_nombredelproponente</code></p>
<p><b>Copia de la cédula de ciudadanía</b> del representante legal o director del proceso de comunicación (por ambos lados y legible).</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere si todos los integrantes del colectivo están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>Cedula_nombrerepresentante_legal</code></p>
<p><b>Copia del RUT</b> del proponente. Descargado directamente del portal de la DIAN. Con fecha de descarga no mayor a treinta días. Dato que se verificará en la esquina inferior derecha del documento.</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere si todos los integrantes del colectivo están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>Rut_nombre de la organización</code></p>
<p><b>Si es persona jurídica:</b> certificado de existencia y representación legal (Cámara de Comercio actualizada) o documento que haga sus veces, emitido por la autoridad competente, con vigencia no superior a treinta (30) días.</p> <p><b>Nota:</b> No se requiere si todos los integrantes del colectivo están registrados en el módulo de MAICC en ARCO</p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: <code>Camara_comercio_nombredelproponente</code></p>



<p><b>Certificado de trayectoria</b>, puede ser a través de una de las siguientes opciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Certificados contractuales de actividades relacionadas con el objeto de la convocatoria ejecutadas en la ciudad de Medellín, que acrediten que durante los 2 (dos) últimos años realizó actividades relacionadas directamente con la presente Convocatoria (pueden ser copias de los contratos si aún están en ejecución, o actas de liquidación del o los contratos, o certificado de ejecución de los mismos). Los certificados deben ser emitidos por la entidad contratante, las actas de liquidación y contratos en ejecución deben estar debidamente firmados por todas las partes. Si no cumple con estos requisitos no serán tenidos en cuenta.</li> <li>2. Certificados de otras organizaciones sociales legalmente constituidas de la misma comuna o corregimiento en donde se certifican las actividades relacionadas con el objeto de la convocatoria, que acrediten actividades relacionadas con la ejecución de estrategias de movilización, realizadas en la ciudad de Medellín, durante los dos (2) últimos años</li> </ol>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: trayectoria_nombredelproceso</p>
<p><b>Formato declaración de propuesta inédita</b> y no ganadora de otras convocatorias (es decir, que no haga parte de otros proyectos o convocatorias públicas y/o no haya sido ganadora con anterioridad).</p> <p>Formato: Propuesta inédita. Debe descargarlo de la página web <a href="http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion">www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion</a></p>	<p>Archivo en pdf y debe estar marcado así: propuestainedita_nombreproponente</p>

## 5.2. Propuesta técnica

El formato de propuesta no es subsanable, debe estar diligenciando en todos sus ítems, de lo contrario será rechazada la postulación. Los anexos y evidencias técnicas son documentos subsanables.

Los proponentes deberán presentar los documentos técnicos para la evaluación, en una carpeta comprimida. Los documentos técnicos los conforman: a) reseña de una estrategia de movilización y evidencias de productos comunicacionales realizados por el proceso o medio entre el 1 de marzo de 2024 al 1 de marzo de 2025, b) audiencia y cobertura y c) propuesta de la estrategia de movilización.

**a) Reseña de una estrategia de movilización realizada**

entre el 1 de marzo de 2024 al 1 de marzo de 2025. Para medios independientes (concesionarios radiales) aplica estrategias con públicos o audiencias.

**Debe usar el Formato Reseña estrategia realizada.** Debe descargarlo de la página web [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion)

<b>Formato Reseña estrategia realizada</b> entre el 1 de marzo de 2024 al 1 de marzo de 2025	
Nombre del proceso o MAICC:	Xxxx
Nombre de la estrategia realizada en	Xxxxx
Fecha de ejecución de la estrategia	Desde el <b>Xxxx</b> hasta el <b>xxxxx</b>
Objetivos	1. 2.
Actividades desarrolladas (describa brevemente)	1. 2. 3. <b>(puede agregar más de ser necesario)</b>
Público impactado (cualitativa y cuantitativamente)	Número de personas impactadas XXXX
Links de productos desarrollados	<p>Enuncie los productos comunicacionales desarrollados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Xxx</li> <li>• Xxx</li> <li>• Xxx</li> <li>• Xxx</li> </ul> <p><b>(puede agregar más de ser necesario)</b></p> <p>Aporte como mínimo dos enlaces de evidencias de los productos desarrollados con la estrategia de movilización reseñada.</p> <p><b>Enlace 1:</b></p> <p><b>Enlace 2:</b></p> <p><b>Verifique que si estén activos y funcionan para la verificación de documentos.</b></p>

- **Evidencias de productos comunicacionales realizados por el proceso o medio del 1 de marzo de 2024 al 1 de marzo de 2025.**  
**Debe usar el Formato Evidencias de productos comunicacionales.** Debe descargarlo de la página web [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion)

<b>Formato evidencias de productos comunicacionales realizados por el proceso o medio del 1 de marzo de 2024 al 1 de marzo de 2025</b>	
Nombre del proceso o MAICC:	
Tipo de formato	
<b>Periódicos y revistas</b> (mínimo 1 edición impresa en el período solicitado y 2 publicaciones en canales de apoyo sitio web o redes sociales )	No. de edición y año de publicación Enlace edición impresa 1:  No. de edición y año de publicación Enlace edición impresa 2  <b>Si solo tiene una publicación impresa, aporte el enlace a dos publicaciones en canales de apoyo:</b>  Enlace a la publicación 1  Enlace a la publicación 2
<b>Canales de TV análogos o digitales</b>	2 programas de TV análoga o digital realizados: Enlace programa TV 1: xxxxx  Nombre programa producción realizada: Enlace programa TV 2: xxxxxx
<b>Emisoras análogas o digitales</b>	(2) programas o producciones radiales: Nombre programa producción realizada Enlace programa radial 1: Enlace programa radial 2:
<b>Medios digitales</b>	Enlaces de mínimo de dos (2) contenidos realizados. Dirección del sitio Link contenido 1: Link contenido 2:
<b>Procesos de comunicación</b>	Link actividad de movilización 1: Link actividad de movilización 2:

--	--

**b) Audiencia y cobertura.**

Las propuestas que se presenten a las diferentes categorías deberán evidenciar su audiencia y cobertura, públicos reales a los que se llega: sintonía, circulación o penetración del proceso o medio de comunicación.

Para efectos de esta convocatoria la audiencia y cobertura de procesos y MAICC hace referencia al número de lectores, oyentes, televidentes, espectadores o público impactado por el MAICC o proceso de comunicación comunitaria.

Archivo en pdf y debe estar marcado así: evidencias\_cobertura\_nombreparticipante

<p>Los periódicos y revistas impresos deben presentar:</p>	<p>Informe de distribución de una edición del periódico o revista publicada en 2024 o 2025: descripción de la zona de distribución, número de ejemplares entregados uno a uno, número de ejemplares entregados en sitios masivos de distribución (adjuntar evidencias fotográficas, reportes de empresas de mensajería, planillas de entrega firmadas, entre otros)</p> <p>Y adjuntar métricas de publicación y divulgación de los contenidos en otras plataformas digitales, de diciembre de 2024 a marzo de 2025 (debe ser visible y legible el rango de fechas de la métrica):</p> <p>Red social (fan page, no perfiles personales)</p> <p>O otro repositorio digital (issu, Calemeo, entre otros)</p> <p>(puede agregar más de ser necesario)</p>
<p>Medios radiales (emisoras análogas y digitales) deben presentar:</p>	<p>Para las emisoras análogas certificado actualizado de cobertura, expedido por la autoridad competente.</p> <p>Para las emisoras digitales el informe de métricas de la plataforma de emisión de contenidos de diciembre de 2024 a marzo de 2025.</p> <p>Y adjuntar métricas de visitas o de visualizaciones de sus contenidos en otras plataformas digitales, de diciembre de 2024 a marzo de 2025 (debe ser visible y legible el rango de fechas de la métrica):</p> <p>Red social (fan page, no perfiles personales)</p> <p>O sitio web u otro repositorio digital:</p>

	(puede agregar más de ser necesario)
<p>Canales de TV (análogos y digitales) deben presentar:</p>	<p>Certificado actualizado de número de suscriptores del canal de TV si es análogo.</p> <p>Para los canales de TV digital informe de analíticas de la plataforma de emisión de contenidos, de diciembre de 2024 a marzo de 2025.</p> <p>Y adjuntar métricas de visitas o de visualizaciones de sus contenidos en otras plataformas digitales, de diciembre de 2024 a marzo de 2025 (debe ser visible y legible el rango de fechas de la métrica):</p> <p>Red social (fan page, no perfiles personales)</p> <p>O sitio web u otro repositorio digital:</p> <p>(puede agregar más de ser necesario)</p> <p>Y adjuntar métricas de visitas o de visualizaciones de sus contenidos en otras plataformas digitales, de diciembre de 2024 a marzo de 2025 (debe ser visible y legible el rango de fechas de la métrica):</p> <p>Red social (fan page, no perfiles personales)</p> <p>O sitio web u otro repositorio digital:</p> <p>(puede agregar más de ser necesario)</p>
<p>Medios digitales (se refiere al medio cuyo formato es un sitio web, portal, página web o blog); debe presentar:</p>	<p>Registro de métricas de visitas y de visualizaciones de contenidos de diciembre de 2024 a marzo de 2025, validado por un instrumento de medición verificable propio de las plataformas usadas para la construcción y alojamiento web, o de Google Analytics, o herramientas de análisis del tráfico del sitio web con las que cuenten. Para los contenidos evidencias de las publicaciones o entradas, con fecha en la que fueron publicados (captura de pantalla de las entradas)</p> <p>Y adjuntar métricas de visitas o de visualizaciones de sus contenidos en otras plataformas digitales, de diciembre de 2024 a</p>

	<p>marzo de 2025 (debe ser visible y legible el rango de fechas de la métrica):</p> <p>Red social (fan page, no perfiles personales)</p> <p>O sitio web u otro repositorio digital: (puede agregar más de ser necesario)</p>
Procesos de Comunicación	<p>Informe de estadísticas del público impactado con las acciones de movilización realizadas del 1 de marzo de 2024 al 1 de marzo de 2025 y de los canales o herramientas de comunicación a través de las cuales hacen la difusión. Deben adjuntar evidencias fotográficas, listados de asistencia firmados, actas de reunión, url de videos, entre otros</p> <p>Y adjuntar métricas de visitas o de visualizaciones de sus contenidos en otras plataformas digitales, de diciembre de 2024 a marzo de 2025 (debe ser visible y legible el rango de fechas de la métrica):</p> <p>Red social (fan page, no perfiles personales)</p> <p>O sitio web u otro repositorio digital: (puede agregar más de ser necesario)</p>

### c) Formato para presentar la estrategia de movilización

El proponente deberá presentar una propuesta en el Formato – Estrategia de Movilización, que debe descargarlo de la página web [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion) Tenga en cuenta que los productos comunicacionales deben acogerse al anexo de especificaciones técnicas para cada uno de los productos.

Una vez diligenciado, el formato de la propuesta debe guardarse en PDF y adjuntarlo en la carpeta comprimida de documentos técnicos nombrada así: Doc\_tecnicos\_nombredelmedio

Archivo en pdf y debe estar marcado así: nombreEstrategia\_nombredelproponente

FORMATO ESTRATEGIA DE MOVILIZACIÓN	
Nombre del proceso o MAICC	
Correo electrónico:	
Teléfono de contacto	



<p><b>Formato principal de los productos resultantes de la estrategia:</b> radial (análoga o digital), televisivo, (tv análoga o digital), impreso (periódicos o revistas), digital, proceso de comunicación. <b>Debe elegir un solo formato, el principal</b></p>	
<p><b>Nombre de la estrategia:</b></p>	
<p><b>Temática</b> Seleccione una de las temáticas de la convocatoria y argumente brevemente su importancia.</p>	
<p><b>Justificación</b> ¿Cómo logra movilizar la estrategia? Exponer los motivos o razones por los cuales es pertinente llevar a cabo la propuesta.</p>	
<p><b>Objetivos</b> El objetivo general plantea resolver el problema principal de la situación planteada, por esa razón solo debe ser uno. Se debe redactar con un verbo en infinitivo: Generar, implementar, impactar, articular, etc.  Los objetivos específicos dan solución a los problemas que se derivan del problema principal y en algunos casos se escriben en secuencia lógica (mínimo 3 objetivos)</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> </ol>
<p><b>Diagnóstico</b></p>	<p>Antecedentes, problemática identificada, situaciones y condiciones que se pretenden impactar con la estrategia presentada. (Debe contener máximo 400 palabras).</p>
<p><b>Público objetivo</b></p>	<p>Delimitar el tipo de población, cantidad estimada, georreferenciar la comuna o el corregimiento a la que pertenece.</p>
<p><b>Metodología</b></p>	<p>Explicar las herramientas y metodologías que propone para las actividades de movilización y productos comunicacionales a desarrollar en la propuesta.</p>
<p><b>Articulación</b></p>	<p>con otros actores del territorio. Debe indicar cómo se vinculará con la organización, comunidad o población (por ejemplo, cómo se generará la articulación con otros medios, procesos y/o actores del territorio).</p>

<b>Impacto y evaluación de la estrategia</b> Descripción del impacto y resultados esperados		Impacto cuantitativo Impacto cualitativo		
<b>Impacto y evaluación de la estrategia</b> Descripción del impacto y resultados esperados		Impacto cuantitativo Impacto cualitativo		
<b>Plan de difusión</b>		Indicar cómo se hará la divulgación y promoción de la estrategia, su proceso y resultados de la propuesta. El cual tiene un costo que debe ser contemplado en el presupuesto		
<b>Fase de la difusión</b> (expectativa, ejecución, resultados)	<b>Pieza de difusión (especificaciones técnicas)</b>	<b>Público al que está dirigido</b>	<b>canal de difusión</b>	<b>Fechas de difusión (por semanas)</b>
<b>Expectativa</b>	Ejemplo: Pasacalle de 2*6 mt, lona, full policromía	Habitantes del sector xxx	Dirección de instalación	Semana 1
<b>Expectativa</b>	Ejemplo: Reel para Instagram	Audiencia del medio	@usuario	Semana 1
<b>Ejecución</b>				
<b>Resultados</b>				
<b>Cronograma (tener en cuenta que el tiempo máximo son dos meses y el mínimo 45 días)</b>				
Componentes, actividades, fechas y responsables para desarrollar la propuesta (debe relacionarse con los objetivos). Debe tener en cuenta todas las fases del proyecto, planeación, preproducción, producción de contenidos y ejecución de la acción con los públicos o comunidades de interés.				
<b>Componente</b>	<b>Detalle las actividades y productos a desarrollar</b>	<b>Cantidad</b>	<b>¿En que semana(s)?</b>	<b>Responsable</b>
<b>Actividades de movilización</b>	<b>Taller de sensibilización</b> para 20 personas de 5 horas. Incluye: xx refrigerios Xxx talleristas Alquiler de espacios Papelería	<b>2</b>		
<b>Actividades de movilización</b>	<b>Feria (actividades de movilización)</b> Espacio Personal logístico: xx # de personas Alquiler de mobiliario y requerimientos técnicos:	<b>1</b>		

<b>Productos comunicacionales</b>	audiovisuales, programas radiales, periódico o revista, kit digitales			
<b>Plan de difusión</b>				

**Nota: agregar las filas que requiera**

**Presupuesto** Debe sumar el valor exacto del recurso por categoría. La forma de hacer el presupuesto debe indicar claramente el valor de los productos comunicacionales resultantes de la estrategia, y en ningún modo puede sobrepasar el valor total destinado a la categoría teniendo en cuenta aquellas actividades que tienen IVA u otros gravámenes. Debe contemplar el plan de difusión.

Componente	Actividad o Producto	Rubros de la actividad o producto	Cantidad	Valor unitario	Valor total*
Actividades de movilización	Ej. 1 taller de formación en xxx para 20 personas de 5 horas	Ej. Docentes	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. Material pedagógico	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. refrigerios	x	\$xxxxx	\$xxxx
		<b>SUBTOTAL (suma de los valores totales para esta actividad o producto)</b>			
	Ej. 1 feria	Ej. Personal logístico	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. Requerimientos técnicos	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. Permisos y alquiler de espacio	x	\$xxxxx	\$xxxx
<b>SUBTOTAL (suma de los valores totales para esta actividad o producto)</b>				<b>\$xxxx</b>	
Productos comunicacionales	Ej. 1 periódico	Ej. Diseñador	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. Edición	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. Impresión	x	\$xxxxx	\$xxxx
				\$xxxxx	\$xxxx
	<b>SUBTOTAL (suma de los valores totales para esta actividad o producto)</b>				<b>\$xxxx</b>
Plan de difusión	Ej. 1 publicidad exterior - pasacalle	Ej. diseño	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. impresión	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. instalación	x	\$xxxxx	\$xxxx

		<b>SUBTOTAL (suma de los valores totales para esta actividad o producto)</b>			<b>\$xxxx</b>
	Ej. Publicidad digital	Ej. Pauta en redes sociales	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. Publicaciones en redes sociales propias	x	\$xxxxx	\$xxxx
		Ej. Community manager	x	\$xxxxx	\$xxxx
		<b>SUBTOTAL (suma de los valores totales para esta actividad o producto)</b>			<b>\$xxxx</b>
<b>VALOR TOTAL ESTRATEGIA (sumatoria de todos los subtotales)</b>					<b>\$xxxx</b>

**Nota: agregar las filas que requiera para discriminar más rubros de actividades o productos.**

\*Tenga en cuenta que las retenciones a que haya lugar y aplicación del concepto de IVA, las debe realizar el Agente Retenedor (operador) conforme hecho generado al sujeto pasivo (contratista), según su régimen tributario y contable, y serán deducidas por el operador del valor asignado a cada categoría de la convocatoria.

## 6. Presentación de las propuestas

Los proponentes deberán hacer su inscripción y envío tanto de los documentos administrativos y técnicos, únicamente, a través del formulario publicado en la página web [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion)

Una vez diligenciado el formulario, al correo inscrito llegará un mensaje de confirmación en el transcurso del día. Al inscribirse, el participante acepta los términos y condiciones de participación establecidos en el presente documento.

Las carpetas comprimidas (.zip) deberán estar marcadas así:

Carpeta 1: Docs\_administrativos\_nombredelproponente

Carpeta 2: Docs\_tecnicos\_nombredelproponente

**\*Cada carpeta comprimida no debe superar un peso de 100 megas.**

Tanto los documentos administrativos como la propuesta técnica deberán enviarse en un solo momento, durante las fechas indicadas en el cronograma hasta las **4:00 p.m.** del día del cierre de la Convocatoria.

El postulante debe garantizar que los documentos puedan ser abiertos y leídos en cualquier equipo de cómputo y en programas de uso común, como pdf, y que los links registrados en los archivos pdf estén enlazados correctamente. Los productos y trabajos que no puedan ser leídos o reproducidos no serán tenidos en cuenta.

#### 6.1. Proceso de selección y evaluación de propuestas.

La selección y evaluación de propuestas se realizará en dos momentos:

##### - **Revisión y verificación de requisitos de participación (primer momento)**

La Secretaría de Comunicaciones, con el apoyo del operador, revisará que los documentos administrativos y técnicos cumplan con los requisitos habilitantes para avanzar a la evaluación.

**Todos** los documentos administrativos deben adjuntarse al momento de enviar la propuesta; si los documentos administrativos requieren alguna aclaración con relación a lo exigido, podrán ser subsanados, lo cual se informará en los tiempos establecidos en el cronograma de la convocatoria.

La propuesta técnica NO es subsanable (formato de presentación de la estrategia). Las evidencias técnicas podrán ser subsanables si se requiere aclaración por parte el equipo verificador, es importante señalar que la aclaración se realiza sobre la misma evidencia inicialmente presentada, no se pueden presentar nuevas certificaciones. El formato de presentación de propuesta debe estar completamente diligenciado; será rechazado si falta información que responda a todos los ítems solicitados. Por tanto, cada medio deberá garantizar el completo y correcto diligenciamiento del formato, sin dejar lugar a interpretaciones o suposiciones.

Luego del proceso de subsanación, se publicará el listado definitivo de propuestas que pasan a evaluación de jurados.

##### - **Criterios de evaluación de propuestas técnicas (Segundo momento)**

Este segundo momento de la evaluación está enfocado en calificar las propuestas que cumplen con los requisitos habilitantes.

La evaluación de las propuestas se realiza con base en los siguientes criterios establecidos por la Secretaría de Comunicaciones:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Puntaje máximo
<b>Incidencia y movilización social</b>	<b>30</b>

Evalúa, desde las acciones de comunicación para la movilización, si la estrategia promueve e incluye la participación de la comunidad y de actores estratégicos del territorio.	
<b>Pertinencia</b> Evalúa si la estrategia aporta o da respuesta, solución o interviene una situación identificada en la comunidad o territorio, articulada a las temáticas de la convocatoria.	<b>25</b>
<b>Impacto</b> Evalúa la proyección y los beneficios que generará en la ciudadanía (públicos estratégicos) la ejecución de la estrategia presentada.	<b>30</b>
<b>Audiencia y cobertura del medio</b> Evalúa el alcance de los contenidos y productos comunicacionales según la audiencia y cobertura del proceso o medio.  Los jurados verificarán lo indicado en la propuesta con las evidencias técnicas aportadas.	<b>15</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**El puntaje mínimo para hacer parte de la lista de elegibles es 65 puntos.**

**Parágrafo:** La determinación del puntaje de 0 a 25 en cada criterio se realizará por los jurados, quienes cuentan con el nivel de formación académica, trayectoria e idoneidad que los acreditan para evaluar.

## 7. Causales de rechazo de la propuesta

- Cuando no se aporten los documentos técnicos, los cuales son indispensables para la evaluación de las propuestas.
- Cuando luego de ser requerido para subsanar, el postulante no lo haga en los términos indicados.
- Cuando la documentación aportada no coincida con el tipo de participante en el formulario de inscripción (ejemplo: se presenta documentación de red y la inscripción se realizó como persona natural o persona jurídica).

- Cuando se evidencie que la propuesta haya sido ganadora en otras convocatorias de la administración, ya sea como persona natural, persona jurídica o integrante de red o colectivo.
- Cuando se evidencie que la propuesta haya sido ganadora en versiones anteriores de la convocatoria de estrategias de movilización.
- Cuando no se diligencie completamente el formato de presentación de la estrategia de movilización; será rechazado si falta información que responda a todos los ítems solicitados.
- Cuando un participante aporta certificados de trayectoria y desarrollo de actividades en procesos o MAICC que no pertenecen a Medellín y sus corregimientos.
- Cuando los contenidos de una propuesta son iguales a otra, ambas serán rechazadas.
- Cuando se presente una propuesta a la categoría que no corresponde al medio o proceso.
- Cuando se presente la misma propuesta en varias temáticas de la Convocatoria, ya sea como persona natural, persona jurídica, red o colectivo.
- Cuando un integrante de un proceso o MAICC haga parte de dos propuestas, –ya sea en calidad de persona natural, jurídica, o integrante de un colectivo, mesa, sistema, red o plataforma de comunicaciones– haga parte de dos o más propuestas. En el evento en que se identifiquen tales casos, ambas propuestas serán rechazadas.
- Cuando se evidencie que el participante no realiza actividades objeto de la Convocatoria en la ciudad de Medellín o en la comuna o corregimiento para la cual presenta el certificado.
- Cuando el cronograma de la propuesta exceda los tiempos de ejecución señalados en la convocatoria.
- Cuando el presupuesto presentado sea superior al estipulado en la categoría.
- Cuando la trayectoria del participante sea inferior a la establecida en las condiciones generales de participación.
- Cuando la propuesta sea presentada por menores de 18 años.

## 8. Comité evaluador - jurados

Para la evaluación de propuestas, la Secretaría de Comunicaciones dispondrá de una terna de jurados externos que se escogerán de acuerdo con el procedimiento establecido para ello, y serán contratados por el operador que designe la Secretaría.

Para la selección de estos se tiene en cuenta su nivel de formación académica, trayectoria e idoneidad frente al área o tema de la convocatoria. Por tal motivo, la Secretaría de Comunicaciones acoge la evaluación y selección de propuestas hecha por los jurados.

**Perfil:** Profesionales de la comunicación o áreas del conocimiento afines (periodismo, publicidad, artes (audiovisuales, gráficas, escénicas), literatura, sociología, antropología, trabajo social) con conocimientos técnicos (certificados por estudio o por experiencia) de los formatos donde los medios tienen presencia (digital, radial, audiovisual, impresos) y experiencia en metodologías de intervención y la movilización social desde las comunicaciones.

#### **- Obligaciones de los jurados o comité evaluador**

1. Leer y entender los requisitos generales y los lineamientos específicos de participación.
2. Leer, analizar y calificar las propuestas asignadas, previamente a la deliberación, tanto en lo cualitativo, como en lo cuantitativo. Se trata de un ejercicio evaluativo y constructivo para lo cual se requiere una argumentación detallada, consistente y clara.
3. Las personas que reciban la invitación para ser jurados de la Convocatoria deberán declararse impedidos para ejercer dicho cargo y rechazarlo, en caso de tener intereses directos o indirectos o relación directa o indirecta dentro del segundo grado de consanguinidad, segundo de afinidad, o primero civil de la persona o entidad participante que haya presentado propuesta. En caso de que alguno de los jurados, ya contratado, se declare impedido para la evaluación de una propuesta, la Secretaría de Comunicaciones podrá designar jurados internos ad honorem, es decir profesionales expertos de sus equipos de trabajo.
4. Evaluar las propuestas técnicamente, según lo establecido en los criterios de evaluación.
5. Atender las indicaciones dadas por el operador de la Convocatoria para el correcto desarrollo del proceso.
6. Actuar con total imparcialidad, objetividad y plena autonomía.
7. Abstenerse de hacer uso de la información a la que se accede para cualquier objetivo diferente de la evaluación, respetando siempre los derechos de autor del participante.
8. Elaborar las observaciones y/o sugerencias a cada una de las propuestas evaluadas.
9. Diligenciar, firmar y entregar a la Secretaría de Comunicaciones y al operador de la Convocatoria (para el cobro de honorarios) los formatos de evaluación y deliberación conjunta con los otros jurados.
10. Participar en la fecha y hora indicada para la jornada de deliberación.
11. Los jurados externos, contratados para las Estrategias de Movilización, no podrán ser servidores públicos o contratistas del Conglomerado Público de Medellín, bien sea directamente o a través de un operador.
12. Abstenerse de contactar, hacer comentarios y observaciones personales a los participantes.

13. En caso de que se presente algún incumplimiento en alguna de las obligaciones antes señaladas, el operador de la Convocatoria se abstendrá de hacer el pago correspondiente.

Nota: Las evaluaciones cualitativas y cuantitativas hechas por los jurados se harán llegar a los participantes siempre y cuando sean solicitadas a través del mecanismo de PQRS vigente en el Distrito de Medellín.

## 9. Deliberación y selección de propuestas

La jornada de deliberación se constituye en un espacio de discusión en torno a las calidades de las propuestas evaluadas por los jurados, quienes otorgan los puntajes correspondientes a cada una de las estrategias presentadas.

Los jurados se reúnen en la fecha y la hora establecida por la Secretaría de Comunicaciones y el operador de la Convocatoria en reunión virtual o presencial, que será previamente concertada para realizar la deliberación, y se deberá dejar constancia de la reunión. Al finalizar la jornada se diligencia el acta de deliberación que consigna las decisiones finales tomadas por los jurados; dicho documento deberá ser aprobado mediante correo electrónico reportado por cada jurado. Los jurados diligenciarán el formato con los puntajes individuales asignados a cada propuesta. Con base en la tabla de puntajes obtenidos, la Secretaría de Comunicaciones, elabora el informe de asignaciones de las propuestas y la lista de elegibles, previa revisión de inhabilidades, incompatibilidades y prohibiciones. Las deliberaciones de los jurados son confidenciales.

En caso de que un ganador no pueda ser contratado para ejecutar la propuesta ganadora o sobre él recaiga una inhabilidad sobreviniente, el recurso se podrá asignar a la propuesta que le sigue en puntaje, siempre y cuando supere el puntaje mínimo exigido, es decir, 65 puntos.

## 10. Criterios de desempate

En caso de existir empate en el puntaje total de dos o más propuestas presentadas en la misma categoría y que no existan los recursos suficientes para otorgar la financiación a las propuestas empatadas, se tendrá en cuenta el orden de los siguientes criterios de desempate:

Será ganadora la propuesta que haya obtenido el mayor puntaje en el criterio "Pertinencia".

- En caso de persistir empate en el puntaje final, será ganadora la propuesta que haya obtenido el mayor puntaje en el criterio "Audiencia y cobertura del medio".

Agotados los criterios de desempate anteriores, y en caso de persistir empate en el puntaje total de las propuestas, el jurado evaluador procederá a realizar deliberación para designar la propuesta ganadora atendiendo los criterios de evaluación y ponderación descritos en el ítem Evaluación de propuestas técnicas

## 11. Publicación de resultados

Los resultados se publicarán acorde al cronograma establecido en la página web de la convocatoria [www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion](http://www.medellin.gov.co/convocatoria-movilizacion)

### Verificación de inhabilidades e incompatibilidades

Una vez publicados los resultados de la Convocatoria el operador verificará las inhabilidades, incompatibilidades y prohibiciones para la contratación establecida en el presente documento en el título “Quiénes no pueden participar” y en las establecidas por ley. En caso de encontrarse alguna de estas situaciones, no se contratará al medio o proceso ganador y se otorgará a quien continúe en el orden de elegibilidad, siempre que cumpla con el puntaje mínimo establecido.

## 12. Adjudicación del recurso

Conforme a la publicación de resultados de los ganadores, se contratarán los medios y procesos para la ejecución de los recursos, según el puntaje total obtenido por las propuestas en cada una de las categorías.

El ganador debe tener en cuenta que podrá estar sujeto a retenciones e impuestos, según el tipo de contribuyente que sea.

Así mismo, en el proceso contractual y de pagos, el operador solicitará la certificación del cumplimiento con sus obligaciones frente al pago de los aportes al sistema de seguridad social integral y con los aportes parafiscales de los últimos seis (6) meses, cuando haya lugar, acorde a la normatividad vigente de contratación y según la naturaleza jurídica del ganador.

### 12.1. Requisitos para otorgar el recurso a las propuestas

El operador designado por la Secretaría de Comunicaciones para el proceso de ejecución, envía una notificación oficial a los correos electrónicos suministrados en la inscripción de la propuesta, solicitando los documentos legales para la contratación y ejecución de los recursos. El ganador de la propuesta cuenta con tres (3) días calendario para responder al operador, aceptando ejecutar los recursos otorgados a la propuesta.

### 12.2. Seguimiento a la ejecución de las propuestas

El seguimiento a la ejecución de las propuestas ganadoras y la supervisión de los contratos, lo realizará el operador de la convocatoria quien contará con personal profesional y técnico para ello. Los gestores de territorio de la Secretaría de Comunicaciones brindarán apoyo en el seguimiento técnico a la ejecución de las propuestas ganadoras.

## 13. Derechos y deberes de los ganadores

## Derechos

1. Mantener la titularidad de los derechos de autor generados por la propuesta presentada en la convocatoria.
2. Recibir el pago de los recursos según contrato hecho por el operador de la Convocatoria, de acuerdo con el cumplimiento de la propuesta ganadora.
3. Los pagos se harán tras la aprobación de la factura y sus evidencias, acorde con el avance de ejecución de la estrategia de movilización y los productos comunicacionales, una vez sean aprobados por el operador de la convocatoria, según los costos establecidos en el presupuesto de la propuesta.

## Deberes

Firmar y cumplir de manera estricta con lo estipulado en el contrato que para la ejecución de los recursos que elabore el operador de la convocatoria.

1. Contar con los recursos propios para desarrollar o llevar a cabo su proyecto en la fecha indicada de acuerdo con la Convocatoria, teniendo en cuenta que los pagos los realiza el operador tras presentar factura por ejecución de productos y actividades, aproximadamente a los 30 días.
2. Acatar las recomendaciones realizadas por el operador durante la ejecución.
3. Presentar informes de avance y demás documentación solicitada a través del operador.
4. Otorgar los créditos al Distrito de Medellín -Secretaría de Comunicaciones en todas las actividades desarrolladas, o en el material publicado en relación con el recurso otorgado. Todas las piezas de divulgación o promoción de la propuesta ganadora, en cualquier formato comunicacional deben contar con la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones, previo a su divulgación.
5. No ceder la ejecución de la propuesta a terceras personas.
6. Facilitar a la Secretaría de Comunicaciones del Distrito de Medellín cualquier documentación que sea necesaria para verificar la información requerida en la Convocatoria o para la ejecución de la propuesta.
7. Solicitar autorización a la Secretaría de Comunicaciones del Distrito de Medellín y el operador sobre cualquier cambio en el presupuesto y en el cronograma, y esperar aprobación de este, antes de efectuar dichas modificaciones. La solicitud debe efectuarse por escrito, explicando debidamente las razones de dicho cambio, para efectos de ser avalado y reconocido. En caso de efectuarse el cambio sin previo aval, este no será reconocido. En ningún caso se podrá solicitar aumento del presupuesto contratado.



8. Al finalizar la ejecución del contrato se debe entregar, al operador, una presentación que resuma la ejecución de la propuesta. El formato de presentación se acordará previamente con el operador.
9. Asistir y participar del espacio o evento de socialización de resultados de ejecución de las estrategias ganadoras, cuya fecha será informada por el operador de la convocatoria y la Secretaría de Comunicaciones del Distrito de Medellín.
10. Ejecutar el 100% de los recursos asignados a la propuesta en las condiciones presentadas y evaluadas por el jurado calificador. Todos los pagos que se efectúen a partir de la contratación para la ejecución de las estrategias seleccionadas en la presente convocatoria estarán sujetos a las deducciones y retenciones de ley.
11. Acreditar mediante certificación y planillas, el pago de los aportes a la seguridad social y aportes parafiscales, acorde a la normatividad vigente de contratación y según la naturaleza jurídica del ganador, según lo solicitado por el operador de la convocatoria.

#### **14. Recomendaciones y consideraciones generales**

1. Quienes participen de la Convocatoria Territorios que inspiran 2025 pueden participar de otras convocatorias realizadas por el Distrito de Medellín, siempre y cuando se trate de propuestas diferentes; esto quiere decir que una propuesta no puede obtener doble financiación. En caso de que la propuesta resulte ganadora en ambas convocatorias, el proponente debe elegir una de las dos.
2. Las propuestas deben llevarse a cabo en el tiempo estipulado en los términos de la Convocatoria y del contrato que para su ejecución firme con el operador.
3. La Secretaría de Comunicaciones dispone de los derechos de difusión de las propuestas ganadoras; su uso es estrictamente educativo, informativo y formativo, sin carácter comercial.
4. En ningún caso, la Secretaría de Comunicaciones se hace responsable de intermediaciones o negociaciones privadas que los beneficiarios realicen con terceros, con relación a los recursos otorgados para la ejecución de la propuesta. En el mismo sentido, la Secretaría de Comunicaciones no se hace responsable de las negociaciones internas entre los integrantes de las redes o colectivos con relación a los recursos entregados para la ejecución de la propuesta.
5. En caso de que los ganadores no cumplan a cabalidad con la ejecución de la propuesta ganadora, no se realizará el pago de los recursos de los productos o actividades no ejecutadas.
6. Si se comprueba fraude en cualquier fase de la Convocatoria, incluso, en la ejecución de la propuesta, se suspenderán los pagos, se solicitará el reintegro de los recursos entregados, se restringirá la participación en convocatorias por un término de hasta tres

- (3) años y se dará trámite del expediente a los entes de control y demás organismos competentes.
7. El pago final de los recursos está sujeto a la entrega del informe final de resultados de la propuesta ganadora y sus respectivas evidencias requeridas por el operador.
  8. Las propuestas ganadoras que, por motivos de fuerza mayor, ajenos a la Secretaría de Comunicaciones y el operador, no puedan ejecutar la propuesta aprobada por los jurados o no puedan realizarla en el tiempo definido o durante la vigencia fiscal 2025, deben renunciar a su ejecución, por medio de un documento escrito dirigido al operador y a la Secretaría de Comunicaciones, y al operador.
  9. Si trascurridos 45 días luego de ser seleccionados los ganadores de la Convocatoria, la red o colectivo se disuelve o el representante se retira de la red o colectivo, sin encontrarse debidamente probada una justa causa o caso fortuito, los beneficiarios deben reintegrar los recursos que les hayan sido desembolsados. En caso de fallecimiento del representante de la red o colectivo se debe solicitar reemplazo al operador, y se debe aportar un documento por medio del cual el grupo avale al nuevo representante. En caso de tratarse de persona natural, se entiende como cancelada la ejecución de la estrategia y los respectivos recursos asignados.
  10. Se advierte a los participantes que la información que se produzca en cualquiera de las etapas de la Convocatoria es de carácter público y está a disposición para consulta a través de los medios que el Distrito de Medellín dispone.
  11. La Administración Distrital NO financiará de manera adicional al valor de la propuesta.
  12. El ganador deberá garantizar, durante toda la ejecución de la estrategia, la aplicación de las medidas necesarias de protección y bioseguridad.

#### **15. Anexo especificaciones técnicas de productos comunicacionales.**

La realización de productos comunicacionales resultantes de la propuesta ganadora debe ajustarse al anexo de especificaciones técnicas que hacen parte integral de los lineamientos de la convocatoria y serán publicados con la versión definitiva de los lineamientos.

#### **16. Anexo Protocolo uso de Inteligencia Artificial para MAICC**

La realización de productos comunicacionales resultantes de la propuesta ganadora debe ajustarse al Protocolo uso de Inteligencia Artificial para MAICC que hace parte integral de los lineamientos de la convocatoria y será publicado en el sitio web de la convocatoria.

## 17. Anexo Protocolo de propiedad intelectual para MAICC

La realización de productos comunicacionales resultantes de la propuesta ganadora debe ajustarse al Protocolo de propiedad intelectual para MAICC que hace parte integral de los lineamientos de la convocatoria y será publicado en el sitio web de la convocatoria.

## 18. Protección de datos (habeas data)

Diligenciando el formulario de inscripción de las propuestas (personas naturales, personas jurídicas y/o redes y colectivos), el participante autoriza al Distrito de Medellín, de manera voluntaria, previa, explícita, informada e inequívoca para realizar la recolección, almacenamiento, uso, circulación, supresión, intercambio y, en general, tratamiento de la propuesta presentada y sus datos personales. Esta información es y será utilizada en el desarrollo de las funciones propias del Distrito de Medellín. Por otro lado, los participantes deberán tener en cuenta que los datos personales que se encuentren en fuentes de acceso público, con independencia del medio por el cual se tenga acceso, entendiéndose por tales aquellos datos o bases de datos que se encuentren a disposición del público, pueden ser tratados por cualquier persona siempre y cuando, por su naturaleza, sean datos públicos. Para conocer más sobre la política de tratamiento de datos personales del Distrito de Medellín, ingresar a: <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://0c1fac2d10e8310090f005de7c0c77b>

## 19. Marco Normativo

La convocatoria Territorios que inspiran 2025 se articula a la ejecución del Plan Estratégico de la Política Pública de procesos y medios de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos -MAICC- para seguir posicionando estos procesos y medios de la ciudad como aliados estratégicos en la movilización social en el territorio, y se sustenta en la siguiente normatividad:

- Constitución Política de Colombia. Artículos 16, 20, 26, 38, 73.
- Ley 1978 de 2019 “Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones”.
- Ley 1341 de 2009 - Ley de las TIC- "por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones".
- Ley 1272 de 2014 - Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.
- Ley 1474 de 2011 – Estatuto Anticorrupción. “Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”.

- Plan de Desarrollo de Medellín 2024 – 2027 “Medellín te quiere” adoptado por el Acuerdo 003 de 2024.
- Decreto 2124 de 2019 – “Por medio del cual se crea la Política Pública de Medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos para el municipio de Medellín y se reglamenta el Acuerdo Municipal 073 de 2013”.
- Decreto 883 de 2015 – “Por el cual se adecúa la Estructura de la Administración Municipal de Medellín, las funciones de sus organismos, dependencias y entidades descentralizadas, se modifican unas entidades descentralizadas y se dictan otras disposiciones, modificado por el artículo 6 del Decreto 863 de 2020 de la Alcaldía de Medellín, que en su artículo 78 consagra el pilar de la gobernanza de las comunicaciones”.
- Resolución 2020583370 de 2020 “Por medio de la cual se adopta el Plan Estratégico a ocho (08) de la Política Pública de medios y procesos de comunicación alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín”.

## 20. Glosario

Para efectos de la presente Convocatoria se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

**Comunicación alternativa:** Modelo de comunicación que desarrolla lógicas distintas a las que utilizan los medios de comunicación social tradicionales, a partir de diferentes contenidos, públicos, narrativas, formatos y maneras de informar, que facilitan la generación de expresiones sociales diversas para la movilización y transformación social.

**Comunicación ciudadana:** Modelo de comunicación que hace parte de la construcción de ciudadanías para promover los derechos desde enfoques poblacionales, sectoriales y culturales o para gestionar, desde la comunicación, temas de interés común que promueven los ciudadanos.

**Comunicación comunitaria:** Modelo de comunicación mediante el cual los grupos sociales de un territorio tienen visiones, objetivos, principios o realidades compartidas a través de procesos, canales, organizaciones, plataformas de formación e investigación, en función de la comunicación social.

**Comunicación independiente:** Modelo de comunicación que tiene independencia política, económica, y sus modos de financiación no condicionan su objetividad, tratamiento de los temas y capacidad crítica. Para el caso de la presente convocatoria, se hace alusión a los concesionarios radiales y televisivos.

**Proceso de comunicación:** Es la realización de actividades sistemáticas desarrolladas por organizaciones, colectivos o redes de ciudadanos en un territorio específico y que tienen como propósito fortalecer la comunicación ciudadana generando contenidos, información de interés, acciones de formación y participación de la comunidad de incidencia.

**Medio de comunicación:** Instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.<sup>1</sup>

**Nota:** Para efectos de la presente convocatoria no se consideran procesos o MAICC aquellos que desarrollen únicamente sus contenidos en redes sociales digitales y WhatsApp.

**Redes de comunicación:** Es la articulación de los grupos temáticos, para desarrollar soluciones a las problemáticas generadas en las comunidades por temas específicos, utilizando herramientas de comunicación social. Como precedente ciudadano en Medellín se entenderá por redes de comunicación las mesas de trabajo, colectivos, sistemas y plataformas de comunicaciones que se enmarcan en las estrategias de participación y movilización ciudadana. No debe confundirse con redes sociales.

**Movilización social:** La movilización social se entiende como el proceso que involucra y motiva a una amplia gama de aliados en los planos nacional y local en lo que concierne a elevar los niveles de conciencia y exigir la conquista de un objetivo del desarrollo, determinado mediante el diálogo personal. Como parte de ese proceso, los integrantes de las instituciones, las redes comunitarias, las agrupaciones cívicas y religiosas y otros colaboran de manera coordinada para entablar diálogos con sectores específicos de la población a los que se desea dirigir mensajes puntuales. En otras palabras, la movilización social tiene como objetivo facilitar el cambio por medio del accionar de diversos protagonistas de esfuerzos interrelacionados y complementarios.<sup>2</sup>

**Métricas de visitas.** Esta métrica nos indica el número de veces que los usuarios se conectan a la web.

**Métricas de visualizaciones.** Son un conjunto de datos que indican cuántas veces se ha visto un video o una campaña de contenidos.

## SECRETARÍA DE COMUNICACIONES

### DISTRITO DE MEDELLÍN

---

<sup>1</sup>Definición tomada de la página web del Banco de la República  
([https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Los\\_medios\\_de\\_comunicaci%C3%B3n#Definici.C3.B3n\\_genera1](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Los_medios_de_comunicaci%C3%B3n#Definici.C3.B3n_genera1))

<sup>2</sup>Definición tomada de la página web ([https://www.unicef.org/spanish/cbsc/index\\_42347.html](https://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42347.html))