

**REQUISICION**

**DATOS BASICOS**

Requisición No. **256** Fecha Solicitud 16/04/2013  
 Tipo de Operación: 1305 SOLICITUD DE REQUISICIÓN  
 Sucursal: 01 SEDE PPAL CALLE 17 No. 3- 40  
 Descripción: CAMPAÑAS DE SALIDA 2013

**DETALLE REQUISICION**

**JUSTIFICACIÓN :**

El Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación - ICFES- como parte de la gestión del servicio y del soporte al proceso de aplicación de pruebas realiza anualmente varias campañas de salida, a través de las cuales contacta a distintos segmentos de sus grupos de interés para proporcionarles información institucional o para capturar información que es requerida por alguna de las áreas misionales de la entidad.

Para las campañas de salida que se realizarán entre mayo y diciembre de 2013, la entidad necesita contratar un proveedor que cuente con la experiencia, la tecnología y los recursos humanos y administrativos más idóneos para garantizar la efectividad, oportunidad, calidad y trazabilidad de los contactos segmentados que las áreas soliciten, de acuerdo a los procesos misionales y utilizando para ello las estrategias y los canales más adecuados para lograr el objetivo de cada campaña.

**OBJETO A CONTRATAR**

Gestionar las campañas de salida que la entidad requiera, suministrando los recursos tecnológicos, humanos y administrativos necesarios para garantizar la efectividad, la oportunidad, la calidad y la trazabilidad de cada contacto e implementando las estrategias y los canales de comunicación más adecuados según el objetivo de cada campaña.

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL BIEN Y/O SERVICIO**

Se adjunta el Anexo Técnico con las especificaciones que debe cumplir el servicio de campañas de salida

## REQUISICION

## OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

1. Implementar un software adecuado para la gestión de campañas de salida que permita la trazabilidad de los contactos por vía telefónica, por SMS o por correo electrónico.
2. Garantizar la disponibilidad de un espacio físico con computadores conectados a internet para que el ICFES pueda capacitar a todo el equipo a cargo de cada campaña (máximo cuatro horas de capacitación por campaña, para cada persona).
3. Garantizar que el personal contratado para la gestión de las campañas de salida cuenta con las competencias establecidas en el anexo técnico.
4. Establecer indicadores diarios y semanales de gestión para cada campaña.
5. Implementar mecanismos adecuados para que el ICFES pueda hacer seguimiento remoto al avance diario de cada campaña y sus correspondientes indicadores.
6. Diseñar la mejor estrategia para gestionar cada campaña y presentarla al ICFES antes del inicio.
7. Iniciar y finalizar cada campaña en las fechas establecidas en el guión entregado por el ICFES. La fecha de inicio se entiende como la fecha en la que comienzan las marcaciones y la fecha de finalización se entiende como la fecha de entrega de la base gestionada y con la auditoría requerida.
8. Garantizar la contactabilidad mínima exigida y el porcentaje mínimo exigido de auditoría.
9. Garantizar la exactitud, precisión, veracidad y corrección ortográfica de la información que se captura con relación a la información que entrega la persona contactada en cada una de las campañas, implementando para ello el sistema de monitoreo que considere más apropiado para cumplir con el porcentaje mínimo de auditoría exigido en el anexo técnico para cada campaña.
10. Grabar la totalidad de las llamadas de cada campaña y entregarlas perfectamente rotuladas al ICFES en el momento de cerrar la campaña y presentar el informe. Si un registro se actualizó en dos o más llamadas, todas las llamadas correspondientes a ese registro tienen que entregarse en la grabación.
11. Entregar en la fecha que se acuerde con el supervisor del contrato un informe detallado sobre la gestión realizada en cada campaña: base de datos, estrategia, resultados (indicadores), alertas, aprendizajes, resultados de auditorías, cantidad de personal utilizado, canales alternativos (correos, SMS), cantidad de barridos, total de marcaciones.
12. Garantizar la confidencialidad de la información contenida en las bases de datos gestionadas.
13. Facturar cada campaña según su efectividad, con base en el valor unitario ofertado para un registro efectivo en cada tipo de campaña.
14. Asumir los costos en los que deba incurrir el ICFES como parte de la contingencia que se deba implementar, cuando no se cumpla el porcentaje de efectividad mínimo exigido para cada campaña.
15. Asumir los costos en los que deba incurrir el ICFES como consecuencia de datos errados o incompletos en la captura de información de la campaña.

IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN, DISTRIBUCIÓN  
SUPERVISOR

La supervisión del contrato estará a cargo de Edna del Pilar Páez García, Asesora de la Dirección General para Atención al Ciudadano

