

ANEXO TÉCNICO

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN:	1
2. ALCANCE DEL OBJETO	7
3. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL CONCEPTO CREATIVO PARA LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LAS PRUEBAS DE ESTADO – ICFES.	7
4. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS Y MATERIALES DE AUDIO Y AUDIOVISUALES.	8
5. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS Y MATERIALES DE DISEÑO E IMPRESIÓN DE MATERIAL GRÁFICO.	10
6. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DIVULGACIÓN DIGITAL EN CANALES DIGITALES	12
7. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PORTAL INFANTIL.....	14
8. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA INTRANET	15
9. MONITOREO DE MEDIOS	18

1. INTRODUCCIÓN:

El ICFES es una Empresa estatal de carácter social del sector Educación Nacional, entidad pública descentralizada del orden nacional, de naturaleza especial, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, vinculada al Ministerio de Educación Nacional, cuyo objeto, a partir de la ley 1324 de 2009, es ofrecer el servicio de evaluación de la educación en todos sus niveles y adelantar investigación sobre los factores que inciden en la calidad educativa, con la finalidad de ofrecer información para mejorar la calidad de la educación.

De la misma manera el ICFES realiza otras evaluaciones que le sean encargadas por entidades públicas o privadas y derivar de ellas ingresos, conforme a lo establecido en la Ley 635 de 2000.

Dentro de dicho objeto misional el ICFES desarrolla anualmente la producción, diseño, aplicación y evaluación de las pruebas de estado, que para el caso específico se desenvuelven en seis tipos de pruebas, cada una con sus parámetros técnicos individuales y especificidades propias.

Cada una de las pruebas ICFES se aplica en forma masiva, simultánea, en distintos departamentos, municipios y sitios del país (generalmente colegios o instituciones de educación superior).

Las pruebas se aplican en todo el territorio nacional, sin embargo las divulgaciones en términos de seguimiento de comunicaciones (free press) se concentran en las ciudades capitales: Bogotá, Medellín, Cali, Manizales, Barranquilla, Pereira, Armenia, Bucaramanga, Ibagué, Neiva, Villavicencio, Cartagena, Santa Marta, Pasto, y Popayán.

El conjunto de actividades necesarias para desarrollar una Prueba se denomina aplicación. La aplicación de cada Prueba se realiza en una o dos sesiones (mañana, mañana y tarde o solo tarde)

por jornada (día) y en distintos sitios, apoyada por personal del contratista seleccionado por el ICFES para los servicios de administración de la prueba.

Para el actual proceso de divulgación el ICFES requiere contratar un servicio integral que desarrolle la estrategia de comunicaciones de acuerdo con el cronograma de aplicación de pruebas del ICFES y las necesidades de comunicación del ICFES.

En específico la descomposición de las pruebas es la siguiente:

A. Examen de Estado de la Educación Media SABER 11 (Saber 11a y Saber 11b):

Es un Examen de Estado obligatorio para ingresar a la educación superior en Colombia, reglamentado en el Decreto 869 de 2010. Anualmente el ICFES abre dos convocatorias para la presentación de este examen.

La primera convocatoria se abre en enero, las inscripciones se cierran en febrero, la aplicación se hace en marzo y los resultados se publican en mayo. La segunda convocatoria se abre en abril, las inscripciones se cierran en mayo, la aplicación se hace en agosto y los resultados se publican en octubre. Este examen genera resultados individuales que son entregados de manera confidencial a cada evaluado a través de la página web.

La necesidad de comunicaciones específica por parte de los usuarios es conocer y divulgar el procedimiento para consultar los resultados.

En la primera convocatoria se presentan cerca de 90.000 personas y en la segunda se presentan cerca de 600.000. Aproximadamente 15.344 colegios inscriben a sus estudiantes de grado once y cerca de 376 instituciones de educación superior consultan los resultados de sus aspirantes en este examen.

En el año 2015, la prueba fue tomada por 592,105 estudiantes. La presentaron estudiantes en 32 departamentos y 460 ciudades y municipios. Se registró un ausentismo del 2.92%, cifra que equivale a 17,809 estudiantes en toda la jornada.

Los destinatarios de esta prueba en específico son:

- Estudiantes que se encuentran finalizando el grado undécimo de los establecimientos educativos del país, oficiales y privados, urbanos y rurales.
- Personas individuales que quieren repetir la prueba.
- Estudiantes con discapacidad auditiva.

B. Pruebas de Validación:

Es un examen reglamentado por Decreto 299 del 4 de febrero de 2008, que establece que la validación del bachillerato en un solo examen, pueden hacerla únicamente personas mayores de 18 años. Quienes presentan este examen y lo aprueban reciben, además del resultado de su validación, el resultado del examen Saber 11°, el Diploma de Bachiller y el acta de aprobación, con el fin de que puedan ingresar a la educación superior.

Las convocatorias a este examen se hacen en las mismas fechas en las que se hace la convocatoria al examen Saber 11°.

Los destinatarios son colombianos mayores de 18 años que por alguna razón no hayan culminado su educación media en el periodo estipulado.

Para el 2015 fueron citados 5.157 aplicantes.

C. Pruebas PRESABER 11:

Lo presentan estudiantes del grado decimo para familiarizarse con las condiciones de aplicación de la prueba Saber 11.

El destinatario de la prueba es cualquier persona individual que quiera conocer sus fortalezas y debilidades frente a la prueba de estado Saber 11.

En el 2015, 13.151 estudiantes presentaron las pruebas.

D. Examen de Estado de calidad de la educación superior SABER PRO:

Es un examen de estado, obligatorio para egresar de la educación superior universitaria reglamentada por los decretos 3963 y 4216 de octubre de 2009, anteriormente denominado ECAES. La primera convocatoria se abre en marzo, las inscripciones se cierran en abril, la aplicación se hace en junio y los resultados se publican en septiembre.

La segunda convocatoria se abre en agosto, las inscripciones se cierran en septiembre, la aplicación se hace en noviembre y los resultados se publican en marzo del siguiente año.

Este examen genera resultados individuales que son entregados de manera confidencial a cada evaluado a través de la página web.

En la primera convocatoria se presentan aproximadamente 90.000 personas y en la segunda de noviembre aproximadamente 220 mil personas. Para un total de 315.540 a estudiantes y egresados de programas profesionales. Se registró un ausentismo del 2,86%, cifra que equivale a 9.268 estudiantes en toda la jornada.

En algunos casos, como el de SABER PRO del Grupo de Referencia de Derecho, los resultados de las pruebas específicas sirven para que el Ministerio de Educación homologue títulos del exterior y permita el ejercicio de la profesión en Colombia.

Los destinatarios de estas pruebas son:

- Estudiantes que han aprobado el 75% de los créditos en un programa de formación.
- Egresados.
- Instituciones educativas universitarias
- Programas universitarios específicos.

E. Examen de Estado de calidad de la educación técnica y tecnológica SABER T y T:

Es un examen reglamentado por los decretos 3963 y 4216 de octubre de 2009, tiene un alcance similar al saber pro pero aplicado a programas de educación superior técnica o tecnológica es un instrumento estandarizado para la evaluación externa de la calidad de la Educación Superior. Forma parte, con otros procesos y acciones, de un conjunto de instrumentos que el Gobierno Nacional dispone para evaluar la calidad del servicio público educativo y ejercer su inspección y vigilancia.

Dos convocatorias para programas técnicos y tecnológicos que se aplican en junio y noviembre.

Para el primer semestre de 2015, 101.037 personas presentaron la prueba Saber Pro T y T programada.

Los destinatarios específicos de esta prueba son estudiantes y egresados de programas técnicos y tecnológicos y las instituciones públicas o privadas de las que egresan.

F. Examen de Estado de calidad de la educación superior SABER PRO Exterior:

Se realiza esta prueba a estudiantes y egresados de programas de educación superior, residentes o domiciliados en el exterior.

A continuación se presenta el estimado de ciudades y número de personas que toman esta prueba.

País	Ciudad	Usuarios estimados
ALEMANIA	FRANKFURT	25
ARGENTINA	BUENOS AIRES	50
AUSTRALIA	SYDNEY	25
AUSTRIA	VIENA	5
BRASIL	SAO PAULO	80
CANADA	CALGARY	10
CANADA	TORONTO	20
CHILE	SANTIAGO DE CHILE	60
CHINA	BEIJING	5
CHINA	HONG_KONG	5
COSTA RICA	SAN JOSE	5
CUBA	LA HABANA	2
ECUADOR	QUITO	6
EGIPTO	EL CAIRO	5
EMIRATOS ARABES	ABU DHABI	3
ESPAÑA	BARCELONA	25
ESPAÑA	MADRID	55
ESTADOS UNIDOS	HOUSTON	15
ESTADOS UNIDOS	LOS ANGELES	16
ESTADOS UNIDOS	MIAMI	60
ESTADOS UNIDOS	NUEVA YORK	50
FRANCIA	PARIS	110
GUATEMALA	GUATEMALA	2
HOLANDA	AMSTERDAM	9
INGLATERRA	LONDRES	15
ISRAEL	TEL AVIV	1
ITALIA	MILAN	20
ITALIA	ROMA	10
JAPON	TOKIO	2

MEXICO	MEXICO D.F.	120
PANAMA	CIUDAD DE PANAMA	5
PERU	LIMA	8
REPUBLICA DOMINICANA	SANTO DOMINGO	2
SUECIA	ESTOCOLMO	3
SUIZA	BERNA	10
TURQUIA	ANKARA	2
URUGUAY	MONTEVIDEO	3
VENEZUELA	CARACAS	2
TOTAL		851

De las pruebas citadas, los públicos objetivos generales identificados por el ICFES para todas las pruebas son:

- Secretarios de educación municipal y departamental
- Rectores, coordinadores y docentes
- Instituciones educativas: básica primaria, secundaria y universitaria
- Estudiantes y padres de familia
- Entidades estatales del sector
- Opinión pública
- Líderes de opinión

Cronograma - Calendario de las pruebas para el año 2016.

El siguiente es el cronograma donde se establece cada etapa para cada prueba:

Pruebas calendario B - Pre Saber, Saber 11 y Validación de bachillerato

Recaudo ordinario: se realizó del 14 al 25 de enero.

Registro ordinario: se realizó de 15 al 27 de enero.

Recaudo extraordinario: se realizó del 29 de enero al 2 de febrero.

Registro extraordinario: se realizó del 30 de enero al 4 de febrero.

Consulta citaciones: 5 de marzo.

Aplicación de la prueba: 13 de marzo.

Consulta resultados Saber 11: 21 de mayo

Consulta resultados Pre Saber: 4 de junio

Consulta resultados Validación de bachillerato: 28 de mayo

Pruebas calendario A - Pre Saber, Saber 11 y Validación de bachillerato

Actualización de datos DUE y SIMAT: Hasta el 30 de marzo

Recaudo ordinario: Del 18 de abril al 11 de mayo

Registro ordinario: Del 19 al 13 de mayo

Recaudo extraordinario: Del 17 al 26 de mayo

Registro extraordinario: Del 18 al 28 de mayo

Publicación de citaciones: 15 de julio

Aplicación del examen: 31 de julio

Publicación de resultados individuales Saber 11: 22 de octubre

Publicación de resultados agregados por Institución y Secretaría de Educación Saber 11: 5 de noviembre

Publicación de resultados individuales en la web Pre Saber: 5 de noviembre

Publicación de resultados individuales en la web Validación: 29 de octubre

Publicación de diplomas y actas de aprobación Validación: 5 de noviembre

Saber Técnicos y Tecnólogos

Pre registro: Del 29 de febrero al 12 de abril

Recaudo ordinario: Del 7 al 26 de marzo

Registro ordinario: Del 8 al 29 de marzo

Recaudo extraordinario: Del 1 al 8 de abril

Registro extraordinario: Del 2 al 12 de abril

Publicación de citaciones: 3 de junio

Aplicación del examen: 19 de junio

Publicación de resultados individuales en la web: 24 de septiembre

Publicación de resultados institucionales: 29 de octubre

Saber Pro

Pre registro: Del 19 de julio al 12 de agosto

Recaudo ordinario: Del 22 de julio al 10 de agosto

Registro ordinario: Del 23 de julio al 12 de agosto

Recaudo extraordinario: Del 17 al 24 de agosto

Registro extraordinario: Del 18 al 26 de agosto

Publicación de citaciones: 4 de noviembre

Aplicación del examen: 20 de noviembre

Publicación de resultados individuales en la web: 18 de marzo 2017

Publicación de resultados institucionales: 22 de abril de 2017

Por otro lado, el ICFES, en su calidad de organismo público encargado de promover la calidad de la educación adelanta de manera articulada con otras entidades del sector (ICETEX-MEN), programas de reconocimiento a los estudiantes e instituciones que obtengan anualmente mejores resultados en el examen que diseña, produce, aplica y evalúa, mediante el otorgamiento de estímulos y la expedición de certificados que así lo acreditan.

Dentro de estos programas, destacan, por su necesidad de divulgación, el programa de “Ser Pilo Paga” y **Mejor Saber Pro**:

SER PILO PAGA:

El Crédito Condonable Ser Pilo Paga 2014 es una iniciativa del Gobierno Nacional con la que se busca garantizar el acceso a la educación superior de los mejores estudiantes del país que no puedan pagar sus estudios superiores.

Requisitos del estudiante:

Para poder acceder a este crédito condonable el estudiante debe cumplir los siguientes requisitos:

- Haber presentado las Pruebas Saber 11
- Tener un puntaje igual o superior a 310.
- Estar admitido en una institución de educación superior con **acreditación de alta calidad**

Mejor Saber Pro – ICETEX:

Se creó como un mecanismo especial de estímulo para los estudiantes que obtuvieron los puntajes más altos en las pruebas de estado - Saber Pro. Está orientada a financiar estudios de formación avanzada o de posgrado en Colombia, a nivel de especialización, maestría y doctorado, debidamente registrados en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior, SNIES, del Ministerio de Educación Nacional. La financiación está dirigida a cubrir los costos académicos correspondientes a matrículas certificadas por la Institución de Educación Superior- IES.

2. ALCANCE DEL OBJETO

Para ejecutar el objeto del contrato, el contratista deberá desarrollar las siguientes actividades:

- a. Concepto creativo para las campañas de comunicación y divulgación de las Pruebas de Estado – ICFES.
- b. Diseño y Producción de Pizas de Audio y Audiovisuales.
- c. Diseño e Impresión de Material. Piezas impresas.
- d. Divulgación Digital en Canales Digitales.
- e. Diseño e Implementación del portal web infantil.
- f. Actualización de la intranet.
- g. Monitoreo de medios

La descripción técnica que se encuentra en el formato de oferta económica se explica de manera detallada en este documento:

3. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL CONCEPTO CREATIVO PARA LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LAS PRUEBAS DE ESTADO – ICFES.

2.1 Obligaciones Específicas:

1. El contratista deberá entregar el concepto creativo, para las campañas de comunicación y divulgación de cada una de las pruebas de Estado que aplica el ICFES: SABER PRO, PRESABER, Validación, SABER T y T, SABER 11, Saber Pro exterior.

2.2 Desempeño y características:

El concepto creativo para cada una de las campañas y para cada una de las pruebas de estado, deberá contener:

- a. Propósito y objetivo: Descomposición breve que explique.
 - i. El porqué de la campaña
 - ii. Qué se conseguirá con la misma.
- b. Evaluación de la situación actual determinando fortalezas, debilidades, oportunidades y riesgos.
- c. Identificación de público(s) objetivo(s).
- d. Mensajes para el público(s) objetivo (s).
- e. Canales de comunicación para cada público(s) objetivo (s).
- f. Plan de trabajo.
- g. Evaluación de la campaña.

4. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS Y MATERIALES DE AUDIO Y AUDIOVISUALES.

3.1 Obligaciones generales para este servicio:

1. Desarrollar los productos o material solicitado por el ICFES en el marco de las campañas definidas por la Entidad.
2. Entregar los diseños finales de los productos o material aprobado por el ICFES.
3. Presentar los productos o material para aprobación del ICFES en medio magnético e impreso y realizar los ajustes que le sean solicitados por el supervisor del contrato.
4. Proporcionar para la elaboración de productos, materiales audiovisuales y/o de audio, todos los elementos necesarios, entre otros los siguientes: Estudios de grabación, locutor, locaciones, personajes, música, sincronización y mezclas.
5. Tramitar los permisos y/o licencias y/o derechos a que haya lugar para el correcto desarrollo de los productos o materiales.
6. Ceder la titularidad de los derechos patrimoniales de autor de todos los productos o materiales creados, producidos o elaborados en el marco del contrato.

3.2 Obligaciones específicas para los productos o material de audio.

7. Entregar los mensajes institucionales de audio producidos, en CD, en formato MP3 y el archivo original. Presentar el material elaborado al supervisor del contrato para aprobación antes de producir el material final.
8. En caso de ser requerido, el contratista realizará los ajustes solicitados por el supervisor del contrato.
9. Hacer llegar al supervisor del contrato, copia de los documentos en los cuales los locutores y/o actores participantes en la producción, ceden los derechos al Instituto del uso de talento (sus voces) y el de imagen (para actores).
10. Producir los mensajes institucionales requeridos por el ICFES de acuerdo con las instrucciones recibidas.
11. Tramitar los permisos necesarios ante las entidades respectivas, en caso que la grabación en exteriores lo requiera. Y los derechos que se necesiten en el evento en el que el ICFES decida incluir en la producción de los mensajes y videos institucionales, locaciones y actores.
12. Entregar el material audiovisual institucional para divulgar en formato para página web y el archivo original, cuando el supervisor del contrato así lo requiera.
13. Ceder la titularidad de los derechos patrimoniales de autor, mediante documento firmado entre las partes, de todas las obras y en general de todas las piezas de divulgación, creadas, producidas o elaboradas en virtud o con ocasión de este contrato.
14. Producir el material conforme a la calidad requerida por el ICFES y ofertada por el contratista.
15. Cumplir con los tiempos de entrega acordados con el ICFES para cada uno de los materiales y/o piezas solicitados.
16. En caso de que el contratista requiera subcontratar a un tercero para llevar a cabo una obligación contractual, cualquier actividad de este tercero, la deberá asumir el contratista como propio. Así las cosas, el contratista deberá responder ante el ICFES por la calidad y tiempo de entrega del material solicitado.

3.3 Desempeño y características

DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MEDIOS DE PRODUCTOS DE AUDIO, AUDIOVISUALES Y PIEZAS GRÁFICAS.		
Videos en exteriores de 90 segundos.	3	Video

Videos en exteriores de 60 segundos.	4	Video
Piezas audiovisuales con graphic recording. 60 Segundos	5	Video
Piezas audiovisuales con graphic recording. 90 Segundos.	5	Video
Spot institucionales promocionales.	4	Unidad
Series Web.	11	Capitulo

3.3.1 Videos para redes sociales del ICFES.

Duración máximo 90 y mínimo 60 segundos, de acuerdo con los requerimientos de la Entidad. Estos videos se deben realizar con actores naturales, en exteriores a nivel nacional, que se definirán entre el ICFES y la propuesta creativa.

Deben incluir el concepto creativo, preproducción (locaciones, casting de actores (mínimo 4 actores), libreto, entrevistas, permisos y autorizaciones correspondientes), producción (rodaje) y pos producción (edición, musicalización, locución y graficación en los casos que se requiera).

El contratista debe entregar los Roches y el producto finalizado sin ninguna marca de agua. El formato de entrega de los vídeos se debe realizar de manera física en disco duro o dispositivo rígido en formato MPEG4 (H264) 1920 x 1080/29.97i con audio MPEG4-ACC DE 48Khz, 16 o 24 bits.

Las Piezas audiovisuales que se van a desarrollar en graphic recording, deben tener una duración mínima de 60 segundos y máximo de 90 segundos. Estos videos deben tener las siguientes características técnicas: Formato: HD 1280x720 o Full HD 1920x1280, Especificaciones: Compresión H264, salida .mov, Color: Planeación y manejo de paleta cromática según look and feel, manejo de fuentes: Fuentes básicas para texto: FUTURA Std e inserción de tipografías tipo handwritten, o manuscritas para resaltar la versatilidad en los videos. Ilustraciones: Hechas en Photoshop e Illustrator, algunos elaborados manualmente para posteriormente ser digitalizados. Software: Principalmente es utilizado el software Aftereffects para hacer montaje de la animación, para esto se requiere también el manejo de otros software como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop o Adobe Premier (o Final Cut preferiblemente).

3.3.2 Spot institucionales promocionales.

Spot de 30 segundos, formato HD 1080/59.94i o 1080/29.97i el cual es compatible con la norma NTCS. El audio debe ser en digital a 48kHz/24 bits. Los niveles de luminancia deben mantenerse dentro de los parámetros aplicables para transmisiones análogas y digitales para el formato NTSC, esto implica que el material no debe tener niveles de negro inferiores a 7.5 IRE o 54 mV o niveles de blanco superiores a 100 IREo 714 mV.

El formato de entrega de los vídeos se puede realizar de manera física en disco duro o dispositivo rígido en formato MPEG4 (H264) 1920 x 1080/29.97i con audio MPEG4-ACC DE 48Khz, 16 o 24 bits.

Los spots deben incluir el concepto creativo, preproducción (locaciones, casting de actores (mínimo 4 actores), libreto, entrevistas, permisos y autorizaciones correspondientes), producción (rodaje) y pos producción (edición, musicalización, locución y graficación en los casos que se requiera).El contratista debe entregar las Rouches y el producto finalizado sin ninguna marca de agua.

El formato de entrega de los vídeos se debe realizar de manera física en disco duro o dispositivo rígido en formato MPEG4 (H264) 1920 x 1080/29.97i con audio MPEG4-ACC DE 48Khz, 16 o 24 bits y en formato Betacam.

3.3.3 Series web.

Concepto creativo, preproducción, producción y posproducción de una serie web de once (11) capítulos con una duración de tres (3) a cinco (5) minutos cada uno, separados en cinco (5) capítulos y seis (6) especiales sobre eventos que va a desarrollar la entidad. La serie web debe incluir el concepto creativo, preproducción (locaciones, casting de actores, libreto, entrevistas, permisos y autorizaciones correspondientes), producción (rodaje) y pos producción (edición, musicalización, locución y graficación en los casos en que se requiera).

El contratista debe entregar las Roches y el producto finalizado sin ninguna marca de agua. El formato que se utilizará en el video y que se entregará al ICFES antes de su subida y emisión en el canal de Youtube debe ser en MP4 en Full HD (1920 x 1080). El formato de entrega de los vídeos se debe realizar de manera física en disco duro o dispositivo rígido.

5. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS PRODUCTOS Y MATERIALES DE DISEÑO E IMPRESIÓN DE MATERIAL GRÁFICO.

4.1 Obligaciones específicas:

1. El contratista deberá diseñar y/o imprimir el material solicitado por el supervisor del contrato bajo los parámetros e instrucciones indicadas por el contratante, en el marco de la ejecución de las jornadas de divulgación de las pruebas aplicadas por el ICFES.

4.1 Características técnicas:

No.	Detalle	Cantidad
1.	Diseño de label para CD Normal (4x0 tintas)	1
2.	Producción de label para CD Normal (4x0 tintas)	5.000
3.	Diseño aviso de prensa tamaño página	1
4.	Diseño aviso de prensa tamaño media página	2
5.	Diseño aviso de prensa tamaño cuarto de página	1
6.	Diseño de plegable 2 cuerpos, policromía tamaño media carta cerrado	1
7.	Producción de plegable 2 cuerpos policromía, media carta cerrado (4x4 tintas) en propalcote mate de 200 gramos.	5.000
8.	Diseño de plegable 3 cuerpos tamaño oficio. Policromía	1
9.	Producción de plegable 3 cuerpos tamaño oficio cerrado - policromía. - (4x4 tintas) en propalcote mate de 200 gramos.	10.000
10.	Diseño de plegable 4 cuerpos tamaño oficio- policromía. -	2
11.	Producción de plegable tamaño oficio 4 cuerpos -policromía 4x4 tintas) en propalcote mate de 200 gramos.)	5.000
12.	Esfero / Bolígrafo retráctil - Institucional Estampado en policromía (4x0 tintas)	12.500
13.	Producción de carpeta institucional - Tamaño carta troquelada con bolsillo interior. Policromía (4x4 tintas) 240 gramos.	103
14.	Diseño de cuaderno 15,5 x 22,5 cms, bond 90 grs 4x4 tintas	1

15	Producción de cuaderno 15,5 x 22,5 cms, paginas bond 90 grs 4x4 tintas. Caratula de propalcote mate, de 320 gramos. 80 hojas internas, argollado con dos separadores internos.	221
16	Diseño de pendón 2.00m X 1.00m	5
17	Producción de pendón 2.00m X 1.00m. Porta pendón Roll up, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas)	5
18	Diseño de pendón 2.00m X 2.00m	1
19	Producción de pendón 2.00m X 2.00m Porta pendón propuesto por el proveedor, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas)	2
20	Diseño de pendón 3.00m X 1.00m	2
21	Producción de pendón 3.00m X 1.00m. Porta pendón propuesto por el proveedor, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas)	1
22	Diseño de pendón 3.00m X 2.00m	1
23	Producción de pendón 3.00m X 2.00m. Porta pendón propuesto por el proveedor, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas).	2
24	Diseño de pendón 3.00m X 3.00m, backing	1
25	Producción de pendón 3.00m X 3.00m, backing. Porta pendón propuesto por el proveedor, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas).	1
26	Diseño de pendón 6.00m X 1.00m	1
27	Producción de pendón 6.00m X 1.00m. Porta pendón propuesto por el proveedor, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas).	1
28	Diseño de pendón 6.00m X 3.00m, backing	2
29	Producción de pendón 6.00m X 3.00m, backing. Porta pendón propuesto por el proveedor, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas).	2
30	Bolsa ecológica 30 cm x 40 cm, kambrel 90 grms, estampada por una cara a 1x0 tinta, troquelada, agarre tipo mochila.	12.500
31	Diseño Plegables a 4 cuerpos 4x4 tintas propalcote 150 gramos.	1
32	Producción Plegables a 4 cuerpos oficio, cerrado 4x4 tintas propalcote mate de 150 gramos.	12.500
33	Diseño Guías de trabajo de 5 páginas, 2 hojas 4x4 tintas y 1 hoja 4x0 tintas en papel bond 90 gramos grapadas.	1
34	Producción Guías de trabajo de 5 páginas, 2 hojas 4x4 tintas y 1 hoja 4x0 tintas en papel bond 90 gramos grapadas.	12.500

6. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DIVULGACIÓN DIGITAL EN CANALES DIGITALES

5.1 Obligaciones específicas:

1. Diseñar y presentar tres (3) propuestas por estrategia de comunicación de las pruebas o actividades señaladas por el supervisor del contrato.
2. Realizar una segmentación precisa del público objetivo de acuerdo a la estrategia definida por el ICFES.
3. Utilizar los formatos de divulgación descritos en el anexo técnico.

5.2 Desempeño y características:

Diseño y conceptualización de (3) tres propuestas de estrategia, de divulgación digital, que incluye el diseño y conceptualización de piezas para la campaña con una duración de seis (6) meses. En los siguientes temas:

- a. Registro, recaudo, citas y recomendaciones de las pruebas que aplicará el Instituto en 2016.
- b. 7° Seminario Internacional de Investigación sobre Calidad Educativa.

Canales:

Las fuentes en las que deberá mover la divulgación digital, de acuerdo con las necesidades de la estrategia de comunicación planteadas son:

- a. La red de búsquedas de Google
- b. La red de display de Google
- c. YouTube
- d. Facebook

Segmentación del público:

De acuerdo con lo que se defina en la estrategia para mover cada uno de los temas de interés para el ICFES, se deberá hacer una segmentación precisa del público al que se quiere llegar con la divulgación, de la siguiente manera:

- Geográfica: Países, Ciudades, sectores de una ciudad.
- Orientación Contextual: Palabras Claves que se activan por el contenido de las páginas, o búsqueda de los usuarios.
- Intereses: Según comportamiento de navegación del usuario.
- Temas: Cuando alguien se inscribe en AdSense, deben clasificarse en un directorio, donde se identifica contenido de la página. Cuando se habla de temas, el sistema busca por categoría del sitio web.
- Remarketing: Cuando se dirige a usuarios que tuvieron interacción previa con sitio web institucional y/o canal de YouTube.
- Idioma: Según página principal de YouTube, idioma del navegador, ubicación física e historial de reproducciones.
- Sitios específicos: Videos específicos, canales de YouTube específicos, sitios de red de display.
- Datos demográficos: Edad y sexo.

- Comportamientos (Facebook): Se puede segmentar público según sus actividades, como comportamiento de compra, tipo de teléfono que utilizan, o si quieren comprar un carro o una casa.
- Conexiones (Facebook) : El ICFES puede llegar a las personas a las que les gusta la página institucional o aplicación, y también a sus amigos.

Formatos de divulgación digital: Así mismo, de acuerdo con la estrategia que se apruebe, se deberán utilizar los formatos más idóneos para divulgación que ofrecen los canales que se definan para la misma:

YouTube:

Seleccionar región y formato de anuncio

Para consultar los números de impresiones y de espacios publicitarios disponibles, especifica lo siguiente:

El formato de tus anuncios

- Superposición integrada en video
 Video InStream
 Banner (rectángulo mediano)
 Video promocionado de YouTube
-

[todos los videos]:

- Anuncio de texto
- Anuncio gráfico (468x60)
- Imagen y anuncio complementario (plantilla de 'imagen estática integrada en video' del Creador de anuncios de display)

[solo algunos videos y canales aceptan estos formatos]:

- Anuncio InStream (plantilla de 'anuncio de video InStream' del Creador de anuncios de display)

[solo disponible para la orientación por categoría]:

- Anuncio gráfico (300x250)
- Anuncio de reproducción por clic (plantilla de 'video de reproducción por clic' del Creador de anuncios de display)

[todos los videos]:

- Vídeos promocionados de YouTube (utiliza la categoría 'Audio y video' del Creador de anuncios de display)

La región geográfica en la que deberían mostrarse los anuncios

- Mundo
 España
 Italia
 República Checa
 Alemania
 Estados Unidos
 Japón
 Rusia
 Argentina
 Francia
 México
 Singapur
 Australia
 Hong Kong
 Nueva Zelanda
 Sudáfrica
 Brasil
 India
 Países Bajos
 Suecia
 Canadá
 Irlanda
 Polonia
 Suiza
 Corea del Sur
 Israel
 Reino Unido
 Taiwán

Opcional: la moneda utilizada para mostrar la orientación de la oferta si es diferente de la utilizada en el país seleccionado anteriormente ?

-- ▾ ?

En Adwords

Formato	Ejemplo
Texto	Bonsáis en Bs. As. Anuncio www.example.com Venta de plantas interiores ¡Llene de vida y color su hogar!
Extensiones de anuncios	Heladería en Montevideo Anuncio www.example.com (598) 123-4567

	Especialidad en postres helados 2 x 1 en copas heladas 📍 Cassinoni 100, Montevideo
Imagen	Imágenes estáticas o interactivas. Se pueden utilizar anuncios animados en los formatos .gif y Flash.
Video	Anuncios de video que aparecen en línea. Publique anuncios de video independientes o insértelos en el contenido de video en streaming.

En Facebook

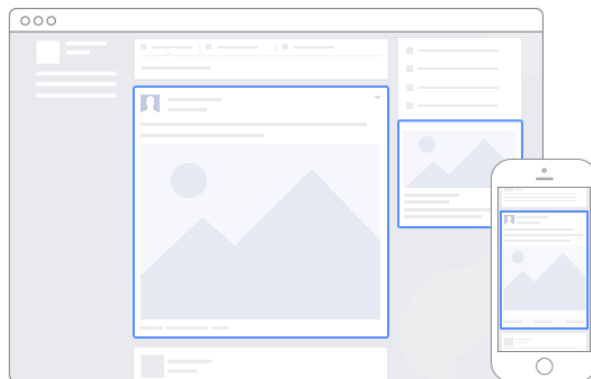
En Facebook se deberán hacer anuncios para conseguir cualquiera de los siguientes objetivos:

Ganar clics en el sitio web, generar conversiones en el sitio web, aumentar la interacción con la publicación de la página, aumentar el número de seguidores, generar interacción con aplicaciones que se implementen y hacer difusión local de información.

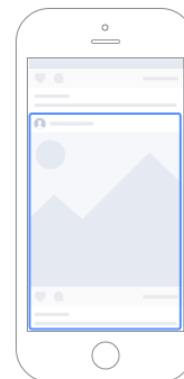
Así mismo, se dispondrán los espacios para anuncios que dispone Facebook, de acuerdo con los resultados y la necesidad de la estrategia que se desarrolle.

Espacios para anuncios

Facebook en ordenadores y dispositivos móviles



Instagram en el móvil



7. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PORTAL INFANTIL

6.1 Obligaciones específicas:

1. Presentar hasta tres bocetos preliminares y páginas internas en archivos de visualización como JPG, PPT, PDF y la aplicación del diseño o boceto aprobado a la estructura, de acuerdo a los requerimientos exigidos por el ICFES, siguiendo los lineamientos de Gobierno en Línea y los establecidos en la norma NTC 5854, cumpliendo con lo exigido en la Ley de transparencia y velando por el cuidado de la marca y de la imagen del ICFES.
2. Diseñar y poner en marcha tres juegos interactivos en el portal infantil. Ejemplo: Rompe cabezas, test de preguntas, sopa de letras y cuento animado.
3. Crear personajes animados que presenten al público infantil la página web.
4. Entregar al inicio del contrato un cronograma donde se establezcan las actividades y los tiempos definidos para el levantamiento de los requerimientos e implementación, así como el soporte y entrega final del portal al supervisor del contrato para su revisión y aprobación.

5. Proporcionar al ICFES las herramientas y mecanismos necesarios que le permitan administrar los contenidos de la plataforma durante las 24 horas del día de manera remota.
6. Entregar los manuales de administración de la plataforma, usuario de la plataforma y operación y mantenimiento de la plataforma en .pdf.
7. Capacitar a los funcionarios designados de la entidad para desarrollar las tareas de actualización de los contenidos del portal infantil y en la administración interna del sitio web y todas aquellas que se requieran para el buen funcionamiento del sitio.
8. Ofrecer un soporte por 12 meses a partir de la fecha de ejecución del portal.

6.2 Desempeño y características:

Para el diseño del portal infantil, el cual se alojará bajo el dominio www.icfes.gov.co, el contratista deberá presentar hasta tres bocetos preliminares páginas internas en archivos de visualización como JPG, PPT, PDF y la aplicación del diseño o boceto aprobado a la estructura de acuerdo con los requerimientos exigidos por el ICFES, siguiendo los lineamientos de Gobierno en Línea vigentes y los establecidos en la norma NTC 5854 o la que la reemplace, modifique o adicione, cumpliendo con lo exigido en la Ley de transparencia y velando por el cuidado de la marca y de la imagen del ICFES. Estas propuestas deben centrarse en estudios de usabilidad aplicados a un público infantil de 7 a 12 años de edad. El contratista deberá incluir en su propuesta tres juegos interactivos y la creación de personajes animados que presenten al público infantil la página.

El portal debe ser en HTML5 y debe conservar las cualidades para ser visto en todos los navegadores existentes: Internet Explorer, Chrome, Mozilla, Firefox, Safari, entre otros y se debe adaptar a responsive design para que pueda ser visto en todas las plataformas para dispositivos móviles.

El contratista deberá entregar al inicio del contrato un cronograma donde se establezcan las actividades y los tiempos definidos para el levantamiento de los requerimientos e implementación así como el soporte y entrega final del portal al supervisor del contrato para su revisión y aprobación.

El contratista debe proporcionar al ICFES las herramientas y mecanismos necesarios que le permitan administrar los contenidos de la plataforma durante las 24 horas del día, de manera remota, y entregar los manuales de administración de la plataforma, usuario de la plataforma y operación y mantenimiento de la plataforma, además de capacitar a los funcionarios designados por la entidad para desarrollar las tareas de actualización de los contenidos del portal infantil y en la administración interna del sitio web y todas aquellas que se requieran para el buen funcionamiento del sitio.

El portal debe ser administrable 100% por el ICFES y que incluya contenidos totalmente dinámicos así como la gestión de videos que puedan ser embebidos dentro de publicaciones y al mismo tiempo verlos todos en una sola página, debe permitir la gestión de galerías fotográficas que puedan ser embebidas dentro de publicaciones y al mismo tiempo verlas todas en una sola página.

El contratista debe trabajar en conjunto con la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo de la Entidad, con el fin de proponer y desarrollar acciones de información y/o diseño de piezas creativas, que permitan la innovación constante del portal infantil.

8. OBLIGACIONES Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA INTRANET

7.1 Obligaciones específicas:

1. Apoyar en la fase diagnóstica de la actualización de la intranet identificando metodologías formatos, cronograma y asesorías para: el Análisis de la información interna, Identificar claramente las fuentes de la información dentro de la empresa, quién o quienes la generan, a quiénes se dirige y para quiénes puede ser de utilidad esta información.

2. Realizar un diagnóstico de necesidades para la implementación de herramientas 2.0 dentro de la Intranet.
3. Realizar una propuesta de solución según las necesidades identificadas tanto informativas como colaborativas, teniendo en cuenta los lineamientos de Gobierno en Línea (GEL).
4. Asesorar y desarrollar la etapa diagnóstica, según los criterios mencionados anteriormente.
5. Proponer la solución para la implementación según las necesidades identificadas (arquitectura de la información).
6. Realizar el proceso de diseño e implementación de la Intranet con el acompañamiento del ICFES, según los lineamientos de Gobierno en Línea.
7. Entregar los manuales correspondientes en formato .pdf y .doc de: 1. La administración de la plataforma de Intranet 2. Usuario de la plataforma de Intranet y 3. De operación y mantenimiento de la plataforma de Intranet.
8. Realizar la capacitación para un mínimo de colaboradores sobre todos los aspectos desarrollados, concernientes a la administración, el mantenimiento y la intervención para el mejoramiento de la Intranet.
9. Ofrecer una garantía y soporte de 12 meses a partir de la fecha de ejecución de la intranet.

7.2 Definiciones y características técnicas:

Actualización de la intranet

Con el objetivo de actualizar y potencializar la intranet como una herramienta 2.0. se necesita una herramienta que ofrezca:

- Mejorar los canales de comunicación dentro de la organización.
- Compartir recursos informativos y formativos, aplicaciones y utilidades.
- Crear un equipo 2.0 (más colaboración, más diálogo, más ideas, más fluidez)
- Gestionar el conocimiento (más accesible, mejor clasificado, sin fugas).
- Establecer una infraestructura para la explotación de aplicaciones internas.
- Facilitar el trabajo de los usuarios de la red.
- El contratista deberá ofrecer la creación de mínimo 2 y máximo 4 portales colaborativos, automatización de flujos de trabajo, arquitectura de granja de servidores, formularios para Joomla y gestión documental.
- Una vez inicie la ejecución del contrato y se defina el levantamiento de los requerimientos del ICFES, el instituto y el contratista establecerán los flujos de trabajo respectivos.
- La gestión documental hace referencia a que la herramienta permita a cada área de gestión del ICFES almacenar los documentos generados en la misma, en bibliotecas, listas, encuestas y que puedan ser accedidos con niveles de permiso.

Fase diagnóstica.

El contratista debe apoyar esta fase diagnóstica mediante metodologías, formatos, cronograma y asesorías para:

- El Análisis de la información interna. (En principio, es importante discriminar la información interna y externa más crítica para la empresa).
- Identificar claramente las fuentes de la información dentro de la empresa, quién o quiénes la generan, a quiénes se dirige y para quiénes puede ser de utilidad esta información.
- Diagnóstico de necesidades para la implementación de herramientas 2.0 dentro de la Intranet (espacios colaborativos).
- Propuesta de solución según las necesidades identificadas tanto informativas como colaborativas, teniendo en cuenta los lineamientos de Gobierno en Línea.

Contexto tecnológico.

El contratista debe apoyar en esta fase diagnóstica mediante metodologías, formatos, cronograma y asesorías para:

- Verificación aspectos tecnológicos actuales y propuesta de implementación Intranet 2.0.
- Arquitectura de la información.
- Identificación y validación de las herramientas actuales.

Requerimientos a tener en cuenta:

- El contratista debe desarrollar una nueva Intranet que estará soportada por un solo servidor WEB VIRTUAL (SO Linux, PROCESADOR 4 CORE, 4 GB RAM, DD 60 GB), con conexión a BD MySQL en servidor externo y con un gestor de contenidos Joomla.
- El contratista deberá asesorar y desarrollar la etapa diagnóstica, según los criterios mencionados anteriormente.
- El contratista deberá proponer la solución para la implementación según las necesidades identificadas (arquitectura de la información).
- El contratista realizará todo el proceso de diseño e implementación de la Intranet con el acompañamiento del ICFES, según los lineamientos de Gobierno en Línea.
- La solución propuesta debe incluir elementos de software que proporcionen como mínimo, capacidades avanzadas para: Gestión de portales, gestión de contenidos, colaboración, web 2.0, buscador y estadísticas.
- El contratista debe informar la especificación de los recursos hardware y software que son requeridos para la instalación y el óptimo funcionamiento de la Intranet.
- La Intranet deberá proveer herramientas colaborativas como chat, foros, blogs y articularse con otras herramientas de esta índole con que contará el ICFES: correo (Google Apps Business, suite completa que incluye correo, hangout, drive, sites, contactos).
- Desarrollar contenidos con enfoque de apropiación digital: Piezas comunicativas, generación de guías, tutoriales, manuales, etc., necesarios para que los usuarios estén en capacidad de aprender y utilizar las herramientas dispuestas en cada uno de los componentes que la conforman.
- Repositorio de Documentos: Módulo que permitirá almacenar y administrar diferentes tipos de documentos, entre otros: jurídicos, administrativos y procedimientos.
- El contratista deberá generar y entregar manuales en formato .pdf y .doc correspondientes: A la administración de la plataforma de Intranet, De usuario de la plataforma de Intranet, De operación y mantenimiento de la plataforma de Intranet..
- El contratista debe considerar la capacitación para un mínimo de colaboradores sobre todos los aspectos desarrollados, concernientes a la administración, el mantenimiento y la intervención para el mejoramiento de la Intranet.

Criterio central: Procesos medulares del negocio.

Criterios periféricos: Institucional, servicios al personal, productos y servicios, documentos y contenido.

Criterios secundarios: La Intranet también debería verse como un: Folleto o brochure, desde el punto de vista institucional; Sistema de servicios al personal, desde el punto de vista del trabajador; Catálogo, desde el punto de vista de mercadeo y venta de los productos o servicios; Sistema de flujo de trabajo o workflow, desde el punto de vista de los documentos; Base de conocimientos, desde el punto de vista de contenido.

Secciones de contenidos secundarios: Consulta buscador inteligente. Diálogo: comentarios, opiniones, ideas, colaboraciones. Colaboración: grupos de discusión, mesas virtuales de trabajo, chats, clubes de usuario. Aprendizaje: juegos de negocio, casos de estudio, consultorías, mejores prácticas. Noticias: novedades, alertas, anuncios, Información del negocio: innovaciones. La solución propuesta por el contratista debe incluir elementos de software que proporcionen como mínimo, capacidades avanzadas para: Gestión de portales, gestión de contenidos, colaboración, web 2.0, buscador y estadísticas.

El contratista debe informar la especificación de los recursos hardware y software que son requeridos para la instalación y el óptimo funcionamiento de la Intranet.

9. MONITOREO DE MEDIOS.

8.1 Obligaciones especiales:

1. Realizar el monitoreo de medios masivos de información teniendo en cuenta divulgación internacional, nacional, regional, local, comunitaria, universitaria, alternativa y/o instituciones educativas de la básica y media, en agencias de noticias, portales online y redes sociales.
2. Incluir en el monitoreo las publicaciones de los temas afines al Icfes, de las entidades públicas del sector educación como: MEN, ICETEX, INSOR, INCI, las Secretarías de educación y las instituciones de evaluación de la educación a nivel nacional e internacional.
3. Apoyar las estrategias de free press que desarrollará el ICFES para la divulgación de su gestión. El free press hace referencia a las actividades de divulgación sobre la gestión del Instituto, en medios masivos de comunicación, de carácter gratuito, a partir del relacionamiento directo con medios de comunicación, líderes de opinión y directores de medios. debe propiciar la obtención de publicaciones periódicas en los diferentes medios de comunicación. En este sentido las acciones conexas se refieren a actividades derivadas del free press como: ronda de medios, entrevistas, ruedas de prensa, convocatoria a ruedas prensa, envío de material a las bases de datos de los medios de comunicación nacionales y regionales.
4. Enviar alertas sobre temas de interés estratégico para la entidad, a las personas que designe el ICFES en el horario comprendido entre las 06:00 a.m. y las 5:00 p.m., durante todos los días de la semana cada dos horas las alertas deberán ser emitidas vía correo electrónico y mensajes de texto o mensajería instantánea, de acuerdo con los requerimientos de la entidad.
5. Enviar un reporte de notas registradas en medio impresos, radio, televisión, online y redes sociales todos los días hábiles en un horario de 9:00 a.m. a 4:00 pm. sobre los temas establecidos en el temario acordado con la entidad en los siguientes medios de comunicación:

MONITOREO DE MEDIOS
<u>PRENSA NACIONAL</u>
EL TIEMPO
EL ESPECTADOR
LA REPÚBLICA
PORTAFOLIO
EL NUEVO SIGLO
<u>REVISTAS NACIONALES</u>
ARCADIA
DC
DINERO (QUINCENAL)

EL CONGRESO (MENSUAL)
EL MALPENSANTE
GERENTE (MENSUAL)
LA NOTA ECONÓMICA (MENSUAL)
UNAL – REVISTAS DE EDUCACIÓN
P&M
SEMANA
MONITOREO WEB NACIONAL
antena2.com.co
www.senado.gov.co/
www.congresovisible.org/
www.camara.gov.co/
apuertacerrada.com
artunduaga.com
bluradio.com
bogota.gov.co
cablenoticias.tv
caracol.com.co
cmi.com.co
colmundoradio.com.co
colombia.com
confidencialcolombia.com
dataifx.com
diarioadn.co
diarionacional.co
dinero.com
editorial.com.co
espectador.com
eltiempo.com
hsbnoticias.com
lafm.com.co
lanacion7dias.com
larepublica.co
las2orillas.co
lasillavacia.com
laud.udistrital.edu.co
libretadeapuntes.com
Noticias Colombianas
noticiasrcn.com

noticiasunolaredindependiente.com
portafolio.co
publimetro.co
pulzo.com
radiosantafe.com
razonpublica.com
rcnradio.com
revistapym.com.co
rsnoticias.com
semana.com
wradio.com.co
www.radionacional.co/
www.senalmemoria.gov.co/
http://www.canaltro.com/
www.telepacifico.com/
telecafe.gov.co/
www.teleantioquia.co/
www.teleislas.com.co/
www.canaltr3ce.co/
TELEVISIÓN NACIONAL
Canal Uno
CM&
Telepaís
Noticias RCN
Noticias Caracol
Cablenoticias
RCN NTN 24 nacional
CANAL CLARO TV RED + NOTICIAS
CANAL EL TIEMPO
Canal del congreso
TRO
Canal 13
Telecaribe
CityTV
Canal Capital
Teleislas
Teleantioquia
Telecafé
Telepacífico

<u>RADIO NACIONAL</u> (incluye Bogotá)
LUNES A VIERNES
LA W 99.9 FM
CARACOL Radio
LUCIÉRNAGA 100.9 FM
HORA 20 100.9 FM
LA FM 94.9 FM
RCN Radio
TODELAR AM 890 AM
COLMUNDO PM 1040 AM
MELODÍA PM 730 AM
BLU RADIO 96.9 FM
NEGOCIOS BLU 96.9 FM
La Cariñosa
Radionika
Señal Memoria
Señal Colombia
Radio Nacional
Emisora de la policía
<u>MEDIOS REGIONALES</u>
BOGOTÁ
<u>PRENSA</u>
Q' HUBO BOGOTÁ
ADN BOGOTA
PUBLIMETRO
<u>INTERNET</u>
citytv.com.co
elperiodico.com.co
elnuevosiglo.com.co
<u>TELEVISIÓN</u>
CANAL CAPITAL
Señal Colombia
Canal institucional
CITY TV
TELEAMIGA
ANTIOQUIA
<u>PRENSA</u>

EL COLOMBIANO
EL MUNDO
ADN MEDELLÍN
Q´HUBO MEDELLÍN
TIEMPO MEDELLÍN
<u>INTERNET</u>
elcolombiano.com
elmundo.com
teleantioquia.co
minuto30.com
noticias.telemedellin.tv
<u>TELEVISIÓN</u>
TELEANTIOQUIA
TELEMEDELLIN
<u>RADIO</u>
CARACOL MEDELLÍN
RCN MEDELLÍN
ONDAS DE LA MONTAÑA
BLU RADIO MEDELLÍN 97.9 FM
TODELAR MEDELLÍN 1020 AM
VALLE DEL CAUCA
<u>PRENSA</u>
EL PAÍS
DIARIO DE OCCIDENTE
ADN CALI
EXTRA CALI
Q´HUBO CALI
Q´HUBO PALMIRA
EL TIEMPO CALI
<u>INTERNET</u>
elpais.com.co
occidente.co
soydebuenaventura.com
<u>TELEVISIÓN</u>
TELEPACIFICO
<u>RADIO</u>
RCN CALI AM 980 AM

CARACOL CALI MD 820 AM
RCN CALI 980 AM
CARACOL CALI 820 AM
Q HUBO CALI 1110 AM
TODELAR CALI 1080 AM
ATLÁNTICO
PRENSA
EL HERALDO
LA LIBERTAD
Q'HUBO BARRANQUILLA
ADN BARRANQUILLA
EL TIEMPO CARIBE
INTERNET
barranquillaestereo.com
elheraldo.co
emisoraatlantico.com.co
TELEVISIÓN
TELECARIBE
RADIO
CARACOL RADIO BARRANQUILLA 1100 AM
RCN RADIO BARRANQUILLA 760 AM
BOLÍVAR
PRENSA
EL UNIVERSAL
LA VERDAD
INTERNET
eluniversal.com.co
RADIO
LA CARIÑOSA CARTAGENA 1270 AM
CARACOL CARTAGENA 1170 AM
RCN CARTAGENA 1000 AM
MAGDALENA
PRENSA
EL INFORMADOR
HOY D. DEL MAGDALENA (Macondo)
INTERNET

elinformador.com.co
hoydiariodelmagdalena.com.co
radiogaleon.com.co
<u>RADIO</u>
RCN SANTA MARTA
CARACOL SANTA MARTA
GUAJIRA
<u>PRENSA</u>
AL DÍA GUAJIRA
DIARIO DEL NORTE - GUAJIRA
<u>INTERNET</u>
diariodelnorte.net
periodicolaguajira.com
<u>RADIO</u>
CARACOL GUAJIRA 91.7 FM
RCN GUAJIRA 93.7 FM
CESAR
<u>PRENSA</u>
EL PILÓN – VALLEDUPAR
Q´HUBO VALLEDUPAR
<u>INTERNET</u>
cesarnoticias.com
costanoticias.com
<u>RADIO</u>
RCN VALLEDUPAR
CARACOL VALLEDUPAR
CÓRDOBA
<u>PRENSA</u>
MERIDIANO DE CÓRDOBA
EL MERIDIANO DE SUCRE
<u>INTERNET</u>
elmeridianodecordoba.com.co
elmeridianodesucre.com.co
SANTANDERES
<u>PRENSA</u>
VANGUARDIA LIBERAL

EL FRENTE
LA OPINIÓN
Q´HUBO BUCARAMANGA
Q´HUBO SUR DE SANTANDER
Q´HUBO BARRANCABERMEJA
Q´HUBO CUCUTA
<u>INTERNET</u>
elfrente.com.co
laopinion.com.co
vanguardia.com
<u>RADIO</u>
CARACOL BUCARAMANGA 880 AM
RCN BUCARAMANGA 800 AM
CARIÑOSA BUCARAMANGA 1180 AM
EJE CAFETERO
<u>PRENSA</u>
LA CRÓNICA QUINDÍO
LA PATRIA (Incluye Cuadernillos y Revistas Papel Salmon, Patria Chica, Cereza) - MANIZALES
DIARIO DEL OTÚN (Incluye Cuadernillo Las Artes) – PEREIRA
LA TARDE PEREIRA
Q´HUBO PEREIRA
Q´HUBO MANIZALES
<u>INTERNET</u>
cronicadelquindio.com
lapatria.com
latarde.com
vocerodelcafe.com
<u>TELEVISIÓN</u>
TELECAFE
<u>RADIO</u>
LA W PEREIRA 88.7 FM
CARACOL PEREIRA 950 AM
RCN PEREIRA 1020 AM
BOYACÁ
<u>PRENSA</u>
7 DÍAS BOYACÁ
EXTRA BOYACÁ

<u>INTERNET</u>
boyacanoticias.com
boyacaradio.com
<u>RADIO</u>
CARIÑOSA DUITAMA
LLANOS ORIENTALES
<u>PRENSA</u>
LLANO 7 DIAS
<u>RADIO</u>
Rcn Radio
CARACOL RADIO YOPAL 106.3 FM
HUILA
<u>PRENSA</u>
LA NACION
DIARIO DEL HUILA
<u>INTERNET</u>
diariodelhuila.com
lanacion.com.co
<u>RADIO</u>
RCN NEIVA AM 1150 AM
CARACOL NEIVA 1010 AM
TOLIMA
<u>PRENSA</u>
EL NUEVO DIA (Incluye Revista Facetas)
Q´HUBO IBAGUE
<u>INTERNET</u>
elnuevodia.com.co
<u>RADIO</u>
Rcb Radio
Caracol Radio
NARIÑO
<u>PRENSA</u>
DIARIO DEL SUR
<u>RADIO</u>
RCN Radio

Caracol Radio
PUTUMAYO
INTERNET
miputumayo.com.co
RADIO
Rcn Radio
Caracol Radio
CAQUETA
INTERNET
editorialamazonico.com.co
CAUCA
INTERNET
elnuevoliberal.com
CHOCÓ
INTERNET
Chocó 7 Días
SAN ANDRÉS Y PROVIDENCIA
INTERNET
elisleño.com
OTROS MEDIOS
INTERNET MEDIOS INTERNACIONALES
ntn24.com
Canal Trece
Canal Día tv (Señal Claro)
CNN en español
UNESCO http://www.unesco.org/new/es/education/
ONU http://www.un.org/es/sections/resources/students/index.html
OEA http://www.oas.org/es/temas/educacion.asp
FMI Fondo Monetario Internacional http://www.imf.org/external/spanish/
Gobierno de Los Estados Unidos de Norte América https://gobierno.usa.gov/educacion
https://kids.usa.gov/
BID http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo.2837.html
https://publications.iadb.org/facet-view?locale-attribute=es&field=type_view

OEI http://www.oei.es/index.php
Fundación FES http://fundacionfes.org/sitio/
Fundación Empresarios por la Educación http://fundacionexe.org.co/
Transformemos http://transformemos.com/
CINDE http://www.cinde.org.co/sitio/
Fundación http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_k2&view=itemlist&task=category&id=18:educaci%C3%B3n&Itemid=12&lang=es Carvajal
Fundación Carolina http://www.fundacioncarolina.es/
Colombia Aprende (MEN) http://www.colombiaaprende.edu.co/
Revista Colombiana de Educación http://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RCE
Acción Pedagógica. U. de los Andes Venezuela http://www.saber.ula.ve/accionpe
Avances Supervisión Educativa – España http://www.adide.org/revista/
Revista Pedago – Brasil http://www.pedagobrasil.com.br/
Educación por la paz http://www.educacionparalapaz.org.co/
Revistas electrónicas sobre educación http://www.oei.es/oeivirt/revedu.htm
EduTEKA http://www.eduteka.org/
EduNet http://www.edunet.gestecon.net/edunet/
Colombia Aprende www.colombiaaprende.edu.co
El Educador http://www.eeducador.com./
Red Académica http://www.redacademica.edu.co./
Universia http://www.universia.net.co/
Maloka http://www.maloka.org/prod/1-1-que-es-maloka.html
Conexiones Eafit http://www.conexiones.eafit.edu.co/
Pilosos.com http://www.pilosos.com/web/sabios/ingles.html
Matemáticas Net http://www.ematematicas.net/
Tarea Net http://www.antioquia.gov.co/index.php/noticias-2010-febrero/3075-portal-educativo-tareanet-alcanza-los-6000-usuarios-registrados-099
UAM virtual http://www.autonoma.edu.co/uamvirtual
Aula infantil http://aulainfantil.grao.com/
Sabios https://sabios.librosylibros.co/

Centro virtual de noticias de educación http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-196219.html
EducaRed http://educared.fundacion.telefonica.com.pe/
School Discovery http://school.discoveryeducation.com/students/
Educar Chile www.educarchile.cl
Aula docente http://www.clicformacion.es/auladocente/login/index.php
Aldea Educativa https://aldeaeducativa.wordpress.com/servicios/

6. Disponer en un formato liviano para el manejo de la información registrada, que le permita direccionar la información digitalizada de radio o televisión a través de correo electrónico, sin importar el peso de la misma, cada registro deberá permitir a la entidad el acceso a audio, video y/o escáner de la respectiva noticia.
7. Realizar un balance mensual de las alertas enviadas, que incluya el análisis y recomendaciones que efectuó durante el periodo, sobre temáticas que la entidad haya destacado. El informe debe incluir cuantos impactos nacionales y regionales, cuantos directos, incidencia positiva y negativa, costo beneficio, entre otros.
8. Realizar el monitoreo permanente de las redes sociales que le indique el ICFES, sobre los temas y asuntos de interés para el entidad, a través de herramientas de análisis y monitoreo licenciadas y previamente aprobadas por el Instituto.
9. Generar reporte táctico semanal con un resumen ejecutivo del comportamiento de las redes sociales y excepcionalmente durante una actividad institucional específica. El contenido de los reportes será acordado con el Instituto y los mismos deberán ser generados al finalizar cada semana, incluirán una nube de palabras que indiquen la temática de la conversación y una valoración preliminar del sentimiento, así como los actores más influyentes de las redes.
10. Realizar análisis de influenciadores y tono de la información publicada en las redes sociales que le indique el ICFES.
11. Realizar el monitoreo en vivo de radio, prensa, televisión, online y redes sociales: El contratista deberá realizar monitoreo en vivo de los medios de información online, así como de las redes sociales que le indique el ICFES, y realizar los registros correspondientes, de tal manera que la entidad pueda contar con la información de su interés al poco tiempo de haber sido emitida (máximo una hora después).

10. OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATO

1. Acatar la Constitución Política, la ley y las demás disposiciones pertinentes, para ello deberá tener en cuenta toda normativa y reglamentación necesaria para cumplir con el objeto del contrato y no poner en riesgo la integridad física de las personas, ni afectar el medio ambiente.
2. Acatar las órdenes que le imparta la Entidad durante el desarrollo del contrato y, de manera general, obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitar dilaciones y entramientos.
3. Asistir a las reuniones que sean convocadas por el supervisor del contrato y contar con una supervisión permanente, para revisar el estado del proyecto.
4. Notificar, por escrito y en forma inmediata al ICFES cualquier retraso en la ejecución y desarrollo del contrato, manifestando la causa y tiempo estimado de cumplimiento.
5. Guardar total reserva de la información que conozca en desarrollo de sus actividades. Esta información es de propiedad del ICFES y sólo podrá ser divulgada por expreso requerimiento de autoridad competente, es decir guardar la confidencialidad de toda información que le sea entregada y que se encuentre bajo su custodia, o que por cualquier otra circunstancia deba conocer o manipular, y responder patrimonialmente por los perjuicios de su divulgación y/o utilización indebida que por sí, o por un tercero, cause a la administración o a un tercero.
6. Atender las observaciones, solicitudes y sugerencias que formule el supervisor del contrato y realizar los ajustes a que haya lugar.
7. Presentar la factura o cuenta de cobro, junto con las certificaciones de recibo a satisfacción por parte del supervisor del contrato y certificación de estar al día en el pago al sistema integral de seguridad social.
8. El contratista deberá presentar mensualmente un informe de la ejecución del contrato, indicando entre otros asuntos el valor detallado de cada una de las actividades de divulgación institucional, mercadeo desarrolladas durante dicha vigencia y el saldo disponible para las actividades futuras.
9. El contratista deberá presentar un Informe final de ejecución presupuestal y de los servicios prestados, junto con los soportes necesarios que incluyen listados de entrega de material, actividades realizadas y novedades reportadas durante la realización del contrato. En este también se deberán resumir los resultados obtenidos.
10. Solicitar autorización del supervisor cuando requiera realizar alguna modificación a las actividades.
11. Evaluar y mantener durante la ejecución del contrato, las características de calidad presentadas en la propuesta.
12. Presentar alternativas de solución ante problemas que sean de su competencia.
13. Suscribir las actas de: iniciación, recibo a satisfacción, terminación, liquidación y cualquier otra acta que resulte con ocasión y ejecución del contrato.
14. Aplicar el procedimiento especial definido en el Anexo técnico, respecto de los requerimientos que no están incluidos en el listado de precios unitarios ofertado por el contratista.
15. Pagar los impuestos y demás gastos que le correspondan por ocasión del contrato.
16. Acordar con el ICFES las modificaciones que por necesidades del servicio se establezcan, para tal efecto las partes acordarán el término para que el CONTRATISTA adopte las medidas pertinentes.
17. Contar y disponer, en todo momento con los recursos humanos suficientes, capacitados técnicamente para la prestación de los servicios.
18. Cumplir con las obligaciones frente al sistema de seguridad social integral y parafiscales (Caja de compensación familiar, SENA e ICBF), garantizando para ello el pago oportuno de salarios, primas y erogaciones a empleados.

19. El contratista se obliga a cumplir con el Código de Ética y Valores adoptado por el ICFES mediante resolución 000141 del 21 de febrero de 2013.
20. Responder directamente por las pérdidas de bienes y por los daños que se causen con ocasión de la ejecución del objeto contractual, para lo cual el contratista, reparará, reintegrará, restituirá los bienes, o asumirá por su cuenta y riesgo el costo total que implique su obrar, siempre y cuando sean imputables al CONTRATISTA.
21. Responder por todo acto, omisión o negligencia propia o de sus funcionarios, personal, empleados, agentes, representantes y/o toda persona que, por cualquier causa, se encuentre o pudiere estar vinculada a la prestación de los servicios del contratista.
22. Adelantar las demás actividades que le asigne el Supervisor del Contrato o el Ordenador del Gasto y que estén relacionadas con el objeto contractual.
23. Cumplir con las demás obligaciones inherentes a la naturaleza del contrato, en especial las contenidas en el anexo técnico.