

ANEXO TÉCNICO

OBJETO. Desarrollar la estrategia integral de comunicaciones del ICFES, la cual incluye, sin limitarse, el diseño y producción de medios, el diseño e impresión de material de divulgación externa e interna; el diseño e implementación de la nueva intranet y portal infantil; y el monitoreo de medios, tendientes a la ejecución de las políticas públicas, servicios, programas, proyectos, estrategias y acciones a su cargo.

1. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Específicamente el servicio a contratar por parte del ICFES, para el desarrollo del objeto contractual, contempla el desarrollo de varios componentes, que de manera articulada desarrollan el apoyo a la estrategia de comunicaciones a desarrollar en el año 2016.

- a) **DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MEDIOS: DE PRODUCTOS DE AUDIO, AUDIOVISUALES Y PIEZAS GRÁFICAS.**
- b) **DISEÑO E IMPRESIÓN DE MATERIAL**
 - a. **Diseño e Impresión de Material para la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo.**
 - b. **Diseño e Impresión de Material para la Divulgación de las pruebas Saber 11**
- c) **CANALES DIGITALES.**
 - a. **Divulgación Digital**
 - b. **Desarrollo del portal web infantil.**
- d) **COMUNICACIÓN INTERNA.**
 - a. **Actualización de la Intranet.**
- e) **MONITOREO DE MEDIOS**

1.1 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MEDIOS: DE PRODUCTOS DE AUDIO, AUDIOVISUALES Y PIEZAS GRÁFICAS.

1.1.1 Obligaciones Especiales con relación al componente:

1. Desarrollar las piezas que le requiera el ICFES a través del supervisor del contrato, en el marco de la ejecución de campañas de divulgación, pedagógicas y mercadeo, en concordancia con los parámetros e instrucciones indicadas por el contratante.
2. Entregar al ICFES el diseño final de las piezas que desarrolle.
3. EL CONTRATISTA propondrá al ICFES la elaboración de piezas complementarias que considere pertinentes para alcanzar los objetivos propuestos. En todo caso, la elaboración de piezas adicionales estará sujeta a la aprobación del supervisor del contrato y a la disponibilidad de recursos.
4. Presentar los proyectos en medio impreso y magnético, para que sean aprobados por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo, y realizar los ajustes que le sean requeridos, cuando a ello haya lugar.
5. Producir mensajes institucionales para televisión, radio y material audiovisual requerido por el ICFES de acuerdo con las especificaciones que le indique el supervisor del contrato. El contratista debe proporcionar para la producción de los mensajes institucionales para televisión, radio y material audiovisual institucional lo siguiente: estudio de grabación, locutor institucional, locuciones de personajes, música de stock, sonorización y mezclas.
6. Enviar casting de voces para que el ICFES seleccione los locutores que participarán en los productos de audio requeridos para divulgación institucional a través de radio.
7. Incluir en la producción la voz del locutor institucional solicitada por el ICFES.

8. 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.
9. En caso de ser requerido, el contratista realizará los ajustes solicitados por el supervisor del contrato.
10. 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).
11. Renovar derechos de uso de la música institucional.
12. Producir los mensajes institucionales requeridos por el ICFES de acuerdo con las instrucciones recibidas.
13. 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.
14. Entregar el material audiovisual institucional para divulgar en formato para página web y el archivo original, cuando el supervisor del contrato así lo requiera.
15. 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.
16. Producir el material conforme a la calidad requerida por el ICFES y ofertada por el contratista.
17. Cumplir con los tiempos de entrega acordados con el ICFES para cada uno de los materiales y/o piezas solicitados.
18. 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 propia. Así las cosas, el contratista deberá responder ante el ICFES por la calidad y tiempo de entrega del material solicitado.
19. Realizar transmisión vía streaming de las actividades institucionales que le requiera la Entidad. para lo cual deberá disponer de todos los recursos, técnicos, tecnológicos, humanos y de todo orden, para realizar la transmisión.

1.1.1 Definiciones y características técnicas:

1.1.1.1 Videos para redes sociales del ICFES.

3 Videos cuya duración sea 90 y 4 videos de 60 segundos, de acuerdo con los requerimientos de la Entidad. De estos videos se deben realizar con actores naturales, en exteriores a nivel Nacional, ciudades capitales que se definirán entre el ICFES y la propuesta creativa.

Todos los videos 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). Todos los costos asociados al servicio (preproducción, producción y posproducción) los debe asumir el contratista. El contratista debe entregar los Roles y el producto finalizado sin ninguna marca de agua. El formato de entrega de los videos 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.

10 Piezas audiovisuales que se van a desarrollar en graphic recording 5 deben tener una duración de 60 segundos y los otros 5 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 seg+un 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).

1.1.1.2 Spot institucionales promocionales.

4 Spot de 30 segundos, formato HD 1080/59.94i o 1080/29.97i el cual es compatible con la norma NTSC. 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 IRE o 714 mV. El formato de entrega de los videos 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). Los costos asociados al servicio los debe asumir el contratista. El contratista debe entregar las Rouches y el producto finalizado sin ninguna marca de agua. El formato de entrega de los videos 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.

1.1.2 Serie web.

Concepto creativo, preproducción, producción y posproducción de una serie web de 11 capítulos con una duración de 3 a 5 minutos cada uno, separados en 5 capítulos y 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). Los costos asociados al servicio (preproducción, producción y posproducción) los debe asumir el contratista. El contratista debe entregar las Rouches 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 videos se debe realizar de manera física en disco duro o dispositivo rígido.

1.1.3 Video Streaming.

Disposición de todos los recursos, técnicos, tecnológicos, humanos y de todo orden, para la transmisión de 4 eventos, (8 horas de transmisión por evento). Dos en Bogotá y dos en ciudades capitales, estas transmisiones deben cumplir las siguientes características técnicas:

Producción: Un (1) Puesto Fijo por evento dotado con: Un (1) Tricaster y Blackmagic, 3 líneas de entrada digital de video. Un (1) Monitor LCD 9 pulgadas para monitoreo de señal de video. Un (1) Equipo MacBookPro para emisión Wirecast Bogotá. Un (1) Equipo MacBookPro para Blackmagic, Tres (3) Equipos de video profesional HD. Un (1) Kit de Radio intercom. Tres (3) líneas de video HDMI o compuesto hasta de 30 mts C/U. Un (1) Consola de audio profesional para recepción de sonido del evento y modulación para emisión. Tres (3) Extensiones XLR de hasta 20 mts. Kit de Micrófonos de mano y/o solapa inalámbrico, Un (1) Set de Iluminación profesional hasta por 3000 watts, Soporte Humano mínimo: Un (1) Director de cámaras y productor de emisión streaming. Tres (3) camarógrafos Grabación y entrega de material en formato digital. Digitalización de video HD. El contratista debe entregar las Rouches y el producto finalizado sin ninguna marca de agua. El formato de entrega de los videos 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.

1.1.4 Estudio de audio.

El contratista deberá disponer de un estudio de grabación de audio (8 horas) con las siguientes características:

1. Consola de edición de audio, micrófonos, mezclador, convertidor para diferentes formatos de audio, (1) computador, interface, pre amplificador, software de producción musical, 2 monitores, controlador midi, audífonos, tratamiento acústico, productor técnico de audio.

1.2 DISEÑO E IMPRESIÓN DE MATERIAL

1. El contratista deberá diseñar y/o imprimir el material solicitado por el supervisor del contrato bajo los parámetros de calidad exigidos por el ICFES.
2. Desarrollar las piezas que le requiera el ICFES a través del supervisor del contrato, en el marco de la ejecución de las jornadas de divulgación de las pruebas saber, en concordancia con los parámetros e instrucciones indicadas por el contratante.

1.2.1 Definiciones y características técnicas:

1.2.1.1 Diseño e Impresión de Material para la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo.

Desarrollar las piezas que le requiera el ICFES a través del supervisor del contrato, bajo los parámetros técnicos y de calidad de acuerdo a la imagen institucional. Las características técnicas son:

No.1	Detalle	Cantidad
1	Diseño de label para CD Normal (4x0 tintas)	1
2	Producción de label para CD	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. -	1
11	Producción de plegable tamaño oficio 4 cuerpos –policromía 4x4 tintas) en propalcote mate de 200 gramos.)	5.000
12	Esfero / Bolígrafo retractil - Institucional Estampado en policromía (4x0 tintas)	12.500
13	Producción de carpeta institucional - Tamaño carta troquelada con bolsillo interior. Policromía (4x4 tintas) 240 gramos.	100
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.	215
16	Diseño Calendario	1
17	Producción Calendario a 4 tintas. 12 Hojas tamaño media carta policromía, tiro y retiro base dura argollado.	498
18	Diseño de pendón 2.00m X 1.00m	5
19	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
20	Diseño de pendón 2.00m X 2.00m	1
21	Producción de pendón 2.00m X 2.00m Porta pendón, 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 1.00m	2
23	Producción de pendón 3.00m X 1.00m. Porta pendón, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas)	1
24	Diseño de pendón 3.00m X 2.00m	1
25	Producción de pendón 3.00m X 2.00m. Porta pendón, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas).	2
26	Diseño de pendón 3.00m X 3.00m, backing	1
27	Producción de pendón 3.00m X 3.00m, backing. Porta pendón, 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 1.00m	1
29	Producción de pendón 6.00m X 1.00m. Porta pendón, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas).	1
30	Diseño de pendón 6.00m X 3.00m, backing	2
31	Producción de pendón 6.00m X 3.00m, backing. Porta pendón, Color: Plata, Material: Aluminio, Maletín. Incluye inducción para el montaje y desmontaje del pendón y su estructura. (4x0 tintas).	2
32	Bolsa ecológica 30 cm x 40 cm, estampada por una cara a 1x0 tinta, troquelada, agarre tipo mochila.	12.500

1.2.1.2 Diseño e Impresión de Material para la Divulgación de las pruebas Saber.

Desarrollar las piezas que le requiera el ICFES a través del supervisor del contrato, en el marco de la ejecución de las jornadas de divulgación de las pruebas saber, en concordancia con los parámetros e instrucciones indicadas por el contratante.

No.1	Detalle	Cantidad
1	Diseño Plegables a 4 cuerpos 4x4 tintas propalcote 150 gramos.	1
2	Producción Plegables a 4 cuerpos oficio, cerrado 4x4 tintas propalcote mate de 150 gramos.	12.500

3	Diseño Guías de trabajo de 5 páginas, 2 hojas 4x4 tintas y 1 hoja 4x0 tintas en papel bond 90 gramos grapadas.	1
4	Producción Guías de trabajo de 5 páginas, 2 hojas 4x4 tintas y 1 hoja 4x0 tintas en papel bond 90 gramos grapadas.	12.500

1.3 CANALES DIGITALES

1.3.1 Obligaciones especiales del contratista relacionado con Canales Digitales.

1.3.1.1 Divulgación Digital

1. Para la divulgación digital el contratista deberá diseñar y presentar una (1) propuesta 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.

1.3.1.2 Portal Infantil

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: Rompecabezas, 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.
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. 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.
9. Ofrecer un soporte por 12 meses a partir de la fecha de ejecución del portal.

1.3.2 Definiciones y características técnicas:

1.3.2.1 Divulgación Digital

Diseño y conceptualización de 1 propuesta de estrategia, de divulgación digital, que incluye el diseño y conceptualización de piezas para la campaña con una duración de 6 meses. En los siguientes temas:

- a. Registro, recaudo, citaciones y recomendaciones de las pruebas que aplicará el Instituto en 2016.
- b. Evaluación y ascenso docente.
- c. 8° 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: Cuandosedirigea 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:

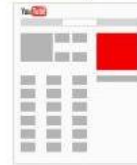
YouTube:

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 vídeo
 Vídeo InStream
 Banner (rectángulo mediano)
 Vídeo promocionado de YouTube



[todos los vídeos]:

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

[solo algunos vídeos y canales aceptan estos formatos]:

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

[solo disponible para la orientación por categoría]:

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

[todos los vídeos]:

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

La región geográfica en la que deberían mostrarse los anuncios

- | | | | |
|--|--------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> Mundo | <input type="radio"/> España | <input type="radio"/> Italia | <input type="radio"/> República Checa |
| <input type="radio"/> Alemania | <input type="radio"/> Estados Unidos | <input type="radio"/> Japón | <input type="radio"/> Rusia |
| <input type="radio"/> Argentina | <input type="radio"/> Francia | <input type="radio"/> México | <input type="radio"/> Singapur |
| <input type="radio"/> Australia | <input type="radio"/> Hong Kong | <input type="radio"/> Nueva Zelanda | <input type="radio"/> Sudáfrica |
| <input type="radio"/> Brasil | <input type="radio"/> India | <input type="radio"/> Países Bajos | <input type="radio"/> Suecia |
| <input type="radio"/> Canadá | <input type="radio"/> Irlanda | <input type="radio"/> Polonia | <input type="radio"/> Suiza |
| <input type="radio"/> Corea del Sur | <input type="radio"/> Israel | <input type="radio"/> Reino Unido | <input type="radio"/> 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.

<p>Video</p>	<p>Anuncios de video que aparecen en línea. Publique anuncios de video independientes o insértelos en el contenido de video en streaming.</p>

En Facebook

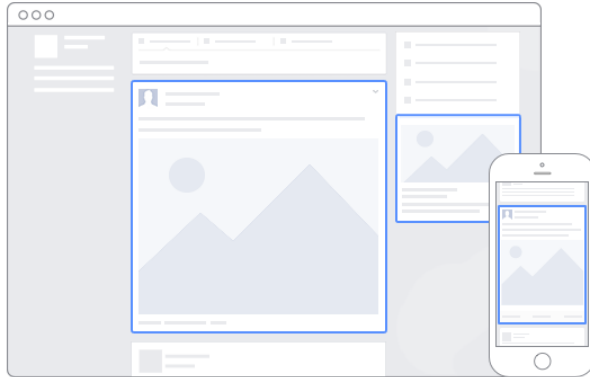
En Facebook se deberán hacer anuncios para conseguir cualquiera de los siguientes objetivos:

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



1.3.2.2 Diseño e implementación del portal web infantil.

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 responsivedesign 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 incluyan 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 en todas en una sola página.

El contratista debe trabajar en conjunto con ella 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.

1.4 COMUNICACIÓN INTERNA.

1.4.1 Obligaciones especiales relacionadas con la actualización de la Intranet.

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 a: 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.

1.4.2 Definiciones y características técnicas:

1.4.2.1 Actualización de la intranet

Con el objetivo de actualizar y potencializar la intranet como una herramienta 2.0. 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 portales colaborativos, automatización flujos de trabajo, arquitectura de granja de servidores, formularios para Joomla y gestión documental.
- 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 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.

1.5 MONITOREO DE MEDIOS.

1.5.1 Obligaciones especiales relacionadas con monitoreo de medios.

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
REVISTAS NACIONALES
COMPUTERWORLD (MENSUAL)
DC
DINERO (QUINCENAL)
EL CONGRESO (MENSUAL)
ENTER (MENSUAL)
GERENTE (MENSUAL)
GERENTE PYME (MENSUAL)
LA NOTA ECONÓMICA (MENSUAL)
LATIN PYME (MENSUAL)
MERCADO DINERO (MENSUAL)
MISION PYME (MENSUAL)
P&M
RESPONSABILIDAD SOSTENIBLE
SEMANA
MONITOREO WEB NACIONAL
antena2.com.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
estereofonica.com
evaluamos.com
finanzaspersonales.com.co

hsbnoticias.com
kienyke.com
lafm.com.co
lanacion7dias.com
lanotadigital.com
larepublica.co
las2orillas.co
lasillavacia.com
latinpymes.com
laud.udistrital.edu.co
libretadeapuntos.com
m2m.com.co
mercadodedinero.com.co
minambiente.gov.co
misionpyme.com
Noticias Colombianas
noticiasrcn.com
noticiasunolaredindependiente.com
portafolio.co
publimetro.co
pulzo.com
radiosantafe.com
razonpublica.com
rcnradio.com
revistapym.com.co
rsonoticias.com
semana.com
soyperiodista.com
wradio.com.co
TELEVISIÓN NACIONAL
Canal Uno
CM&
Telepaís
Noticias RCN
Noticias Caracol
Cablenoticias
RCN NTN 24 nacional
CANAL CLARO TV RED + NOTICIAS
CANAL EL TIEMPO

RADIO NACIONAL (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

MEDIOS REGIONALES

BOGOTÁ

PRENSA

Q' HUBO BOGOTÁ

ADN BOGOTA

PUBLIMETRO

INTERNET

citytv.com.co

elperiodico.com.co

elnuevosiglo.com.co

TELEVISIÓN

CANAL CAPITAL

CITY TV

TELEAMIGA

ANTIOQUIA

PRENSA

EL COLOMBIANO

EL MUNDO

ADN MEDELLÍN

Q' HUBO MEDELLÍN

TIEMPO MEDELLÍN

INTERNET

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
<u>PRENSA</u>

EL HERALDO
LA LIBERTAD
Q´HUBO BARRANQUILLA
ADN BARRANQUILLA
EL TIEMPO CARIBE
<u>INTERNET</u>
barranquillaestereo.com
elheraldo.co
emisoraatlantico.com.co
<u>TELEVISIÓN</u>
TELECARIBE
<u>RADIO</u>
CARACOL RADIO BARRANQUILLA 1100 AM
RCN RADIO BARRANQUILLA 760 AM
BOLIVAR
<u>PRENSA</u>
EL UNIVERSAL
LA VERDAD
<u>INTERNET</u>
eluniversal.com.co
<u>RADIO</u>
LA CARIÑOSA CARTAGENA 1270 AM
CARACOL CARTAGENA 1170 AM
RCN CARTAGENA 1000 AM
MAGDALENA
<u>PRENSA</u>
EL INFORMADOR
HOY D. DEL MAGDALENA (Macondo)
<u>INTERNET</u>
elinformador.com.co
hoydiariodelmagdalena.com.co
radiogaleon.com.co
<u>RADIO</u>
RCN SANTA MARTA
CARACOL SANTA MARTA
GUAJIRA

PRENSA

AL DÍA GUAJIRA

DIARIO DEL NORTE - GUAJIRA

INTERNET

diariodelnorte.net

periodicolaguajira.com

RADIO

CARACOL GUAJIRA 91.7 FM

RCN GUAJIRA 93.7 FM

CESAR

PRENSA

EL PILÓN - VALLEDUPAR

Q´HUBO VALLEDUPAR

INTERNET

cesarnoticias.com

costanoticias.com

RADIO

RCN VALLEDUPAR

CARACOL VALLEDUPAR

CÓRDOBA

PRENSA

MERIDIANO DE CÓRDOBA

EL MERIDIANO DE SUCRE

INTERNET

elmeridianodecordoba.com.co

elmeridianodesucre.com.co

SANTANDERES

PRENSA

VANGUARDIA LIBERAL

EL FRENTE

LA OPINIÓN

Q´HUBO BUCARAMANGA

Q´HUBO SUR DE SANTANDER

Q´HUBO BARRANCABERMEJA

Q´HUBO CUCUTA

INTERNET

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

PRENSA

LLANO 7 DIAS

RADIO

Rcn Radio

CARACOL RADIO YOPAL 106.3 FM

HUILA

PRENSA

LA NACION

DIARIO DEL HUILA

INTERNET

diariodelhuila.com

lanacion.com.co

RADIO

RCN NEIVA AM 1150 AM

CARACOL NEIVA 1010 AM

TOLIMA

PRENSA

EL NUEVO DIA (Incluye Revista Facetas)

Q´HUBO IBAGUE

INTERNET

elnuevodia.com.co

RADIO

Rcb Radio

Caracol Radio

NARIÑO

PRENSA

DIARIO DEL SUR

RADIO

RCN Radio

Caracol Radio

PUTUMAYO

INTERNET

miputumayo.com.co

RADIO

Rcn Radio

Carcol Radio
CAQUETA
<u>INTERNET</u>
editorialamazonico.com.co
CAUCA
<u>INTERNET</u>
elnuevoliberal.com
CHOCÓ
<u>INTERNET</u>
Chocó 7 Días
SAN ANDRÉS Y PROVIDENCIA
<u>INTERNET</u>
elisleño.com
OTROS MEDIOS
<u>INTERNET MEDIOS INTERNACIONALES</u>
ntn24.com
Canal Trece
Canal Día tv (Señal Claro)
CNN

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).

2. 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.

3. EQUIPO DE TRABAJO:

Para el desarrollo del contrato, se requiere el siguiente equipo de trabajo del proyecto que cumpla con las siguientes especificaciones técnicas:

ROL	REQUISITOS DEL PERFIL	
GERENTE DE CUENTA	FORMACIÓN	Comunicador social y/o publicista quien actuará como líder de proyecto, responsable de los productos y/o actividades que se desarrollen dentro del marco del contrato.
	EXPERIENCIA	60 meses de experiencia en gerencia de cuentas y/o proyectos, en los cuales se verifique el manejo de cuentas con presupuesto igual o superior al del presente proceso de contratación.
	DEDICACIÓN	Debe tener una dedicación exclusiva mensual de 100% al proyecto.
	FUNCIONES:	Planeará la producción de los productos audiovisuales, piezas de comunicación, actualización de la Intranet y portal web. Para el desarrollo deberá mantener un canal de comunicación efectivo con el supervisor del contrato, así mismo dar respuesta oportuna a los requerimientos, modificaciones. Revisión y análisis constante de los requerimientos realizados por el supervisor. Retroalimentación constante al supervisor sobre el estatus de sus actividades.
COORDINADOR DE PROYECTO.	FORMACIÓN	Profesional en Ingeniería Industrial, comunicación social, Administración de Empresas. Con Especialización en áreas de administración, gestión de proyectos o comunicación.
	EXPERIENCIA	60 meses de experiencia profesional y 24 meses de experiencia relacionada con control de proyectos de divulgación institucional, producción de videos.
	DEDICACIÓN	Debe tener una dedicación exclusiva mensual de 100% al proyecto.
	Funciones:	Verificará el desarrollo administrativo, financiero y contractual del proyecto El contratista deberá designar una persona que ejerza la coordinación general del contrato, será la persona que realice actividades de enlace con el ICFES, quien actuará como responsable del contrato de manera permanente. La entidad se reserva el derecho de pedir el cambio del personal cuando advierta que el desarrollo de sus labores no es satisfactorio o cuando sus condiciones académicas y de experiencia no

ROL	REQUISITOS DEL PERFIL
	se ajusten a los requerimientos de sus actividades.

El contratista debe contar con una comunicación permanente con el supervisor y una capacidad de reacción que le permita asistir a los representantes del contratista a reuniones, las cuales serán programadas con antelación no menor de un (1) día hábil.

Adicionalmente deberá proveer el personal necesario para la correcta ejecución del contrato, de acuerdo con los requerimientos y necesidades del ICFES

4. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA EL DESARROLLO DEL CONTRATO.

- Para cada actividad se conformará un comité técnico que determinará las necesidades que requieran ser satisfechas en materia de diseño, desarrollo y finalización de piezas para dar cumplimiento a las estrategias de comunicación interna, externa y mercadeo del ICFES.
- Se identificarán los requerimientos que no están incluidos en el listado de precios unitarios ofertado por el contratista de manera independiente de los que sí lo están.
- Respecto de los requerimientos que no están incluidos en el listado de precios unitarios ofertado por el contratista, dentro de los dos días calendario siguientes a la reunión del comité, el contratista deberá presentar al supervisor del contrato mínimo tres (3) cotizaciones de cada ítem del listado, acompañadas de un cuadro comparativo de precios y calidad.
- El supervisor deberá pronunciarse sobre las cotizaciones presentadas en un plazo máximo de dos días calendario aprobando una de ellas o efectuando las observaciones que haya lugar, para que el proveedor repita el proceso, es decir, en caso de no aprobarse ninguna cotización se debe repetir el proceso de cotización.
- El supervisor en su concepto debe considerar con prioridad la cotización que presente el menor precio y cumpla con las mejores especificaciones por encima del mínimo requerido para el servicio o bien a contratar.
- Con la aprobación de ítems adicionales emitida por el supervisor del contrato, el contratista realizará una “ficha resumen de la actividad institucional” que, como mínimo, detalle los ítems que tendrá la actividad, sus correspondientes valores individuales y el costo total de la misma con cargo al contrato.
- El supervisor revisará la “ficha resumen de la actividad institucional” y la aprobará o solicitará los ajustes que correspondan. En caso de requerirse ajustes, los mismos deberán realizarse el mismo día en que los solicita el supervisor, salvo que este último, a su juicio, considere un plazo diferente.
- Con la “ficha resumen de la actividad institucional” aprobada, el supervisor emitirá la autorización de servicio para que el contratista proceda.

Así mismo, se enfatiza en que las actividades institucionales que requiera el ICFES en el marco del contrato podrán realizarse en cualquier parte del territorio nacional, a solicitud del supervisor, razón por la cual el proveedor deberá garantizar las todas las condiciones que se pacten en la etapa de planeación del evento.

El comité técnico será la instancia encargada de determinar las necesidades propias de cada una de las actividades que se realizarán en el marco del contrato, estará conformado por miembros de la entidad contratante y del contratista, así:

Por El ICFES:

El Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo o quien éste delegue.
Un gerente de la actividad (miembro del área que solicita y coordina operativamente la actividad).

Por el Contratista:

El Coordinador General y/o Gerente de cuenta
El comité será convocado a solicitud del ICFES, de cada sesión se elaborará un acta en la cual se detallarán, entre otros aspectos, nombre de la actividad institucional a realizar, lugar de la actividad, responsables en campo y requerimientos necesarios para realizar la actividad.