

ANEXO TÉCNICO

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 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.

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.

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.

El 31 de julio de 2016, 554.454 estudiantes presentaron la prueba Saber 11°, calendario A, la prueba reveló un incremento de 7 puntos en el promedio nacional al pasar de 250 en 2014 y 2015, a 257 en el 2016. Los mejores resultados se presentaron en los módulos de Lectura Crítica, Ciencias Naturales e Inglés. La prueba tiene una escala de 0 a 500 puntos, se ve el ascenso en los resultados de los jóvenes comparando los períodos de 2014 y 2015 con 250 puntos y 2016 con 257 puntos. La prueba Saber 11° calendario B, tuvo 78.570 estudiantes citados, de los cuales, se presentaron 74.127 aplicantes.

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.

En la prueba Valdación de Bachillerato, calendario A, 2016 fueron citadas 23.409 personas, de las cuales, 22.499 presentaron el examen. El número de personas que se inscribieron y presentaron el examen en calendario B, disminuyó, siendo citadas 7.467 personas, de las cuales, 6.245 presentaron la prueba.

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.

La prueba Pre Saber 11° ofrece resultados indicativos de las fortalezas y debilidades de las áreas evaluadas, la prueba no produce resultados para el ingreso a la educación superior.

En el año 2016, fueron citados 24.811 estudiantes de calendario A, de los cuales, 22.681, presentaron la prueba. En calendario B, se citaron 5.215 estudiantes y 4.587 presentaron el examen.

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.

En 2016, estuvieron citados a la prueba 245.895 estudiantes de carreras profesionales, las ciudades con mayor número de personas que aplicarán la prueba son: Bogotá con 88.020, Medellín 21.754, Barranquilla 17.684, Cali 17.235 y Bucaramanga con 12.239 y 62 personas privadas de la libertad, desde diferentes establecimientos penitenciarios en todo el país, presentaron esta prueba.

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. 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.

El 20 de noviembre, 55.437 estudiantes de carreras técnicas y tecnológicas del país, fueron citados a la prueba Saber TyT a nivel nacional, 30 de estos estudiantes, son personas privadas de la libertad, pertenecientes a programas académicos como: Tecnología en Administración de Ensamble y Mantenimiento de Computadores y Redes, Formulación de Proyectos, Gestión Agropecuaria, Gestión Comercial y de Negocios, Gestión de Plantaciones de Palma de Aceite y Gestión Empresarial y Técnica Profesional en Procesos Contables y Procesos Empresariales

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, que se encuentren en últimos semestres de estudio realizando práctica o intercambio.

En el 2016, 1.371 estudiantes presentaron esta prueba, que se aplica una vez al año, teniendo la misma finalidad que la prueba Saber Pro.

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
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 2017.

El cronograma de pruebas que realiza el Icfes se podrá consultar en el portal institucional de la entidad, en: www.icfes.gov.co en el menú de estudiantes.

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 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.

ALCANCE DEL OBJETO

1. Concepto creativo
2. Producción de piezas para medios de comunicación
3. Digital y web
4. Material impreso
5. Recurso humano requerido

Especificaciones técnicas mínimas del alcance del proceso:

1. CONCEPTO CREATIVO PARA LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LAS PRUEBAS DE ESTADO – ICFES

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

Entregable del concepto creativo:

- a. Propósito y objetivo: Descomposición breve que explique.
 - i. El porqué de la estrategia
 - 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 estrategia.
- Una vez requerido el concepto creativo al contratista por parte del supervisor, este debe entregar a la Entidad, tres (3) opciones preliminares de concepto (caracterización de los públicos, copy general de la estrategia (slogan, idea sombrilla), propuesta de línea gráfica a utilizar, en un tiempo no superior a los 10 días calendario, de las cuales la entidad escogerá la más conveniente e informará al contratista para que este la

- desarrolle y entregue en un plazo no superior a 10 días calendario el concepto final, el cual debe contemplar como mínimo: (Storyboard de un mensaje de televisión de 30 a 45 segundos, libreto de cuña de radio de 30 segundos, diseño y arte de aviso de prensa, 5 diseños de piezas para redes sociales, 1 banner para página web).
- El contratista deberá entregar con el concepto creativo elegido por la entidad el plan de trabajo y cronograma del mismo.
 - Asesorar a la entidad en el desarrollo de estrategias de relacionamiento con diferentes actores claves para construir alianzas, convenios, proyectos y otros en cumplimiento a la misión de la entidad.
 - El concepto creativo debe incluir el diseño de tácticas para influenciar a diferentes públicos de interés, (estudiantes, padres de familia, comunidad educativa, ciudadanía en general y demás públicos de interés que la entidad solicite) con presencia en medios masivos, digitales y alternativos, activaciones, movilizaciones, y otros escenarios de conveniencia y oportunidad para transmitir los mensajes.
 - El contratista debe proponer un plan de medios para la difusión de cada estrategia si se requiere, con alcance regional y nacional, contemplando free press y pauta, para lo cual podrá contemplar programas de responsabilidad sociales y alianzas con medios de comunicación que se traduzcan en la optimización del presupuesto a favor de la Entidad.
 - En el acompañamiento permanente al Plan de Comunicaciones de la Entidad, el contratista debe desarrollar el diseño y artes finales de todas las piezas que se contemplen en las estrategias.
 - El contratista debe estar en capacidad para diseñar todas aquellas actividades que se deriven de dichas estrategias, entre ellas: acciones BTL (Below the line - debajo de la línea), PR (Relaciones Públicas) contempladas, CRM (Customer Relationship Management), entre otras.
 - El contratista debe asesorar la estrategia de redes sociales externas de la Entidad, con unidad gráfica, de contenido y garantizando la alineación con el Plan de direccionamiento estratégico del ICFES

2. PRODUCCIÓN DE PIEZAS PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MEDIOS

A solicitud del supervisor del contrato el contratista deberá llevar a cabo la producción y desarrollo de todas las piezas que sean solicitadas de acuerdo a lo siguiente:

- Para material audiovisual y de multimedia, deberá presentar versiones preliminares para la aprobación del supervisor. Si la propuesta no es aceptada, el contratista correrá con los costos y/o la gestión para la repetición del trabajo, hasta su entrega previa recibida a satisfacción por parte de la Supervisión.
- El contratista debe responder por la redacción de los textos de todas las piezas, materiales, elementos promocionales, etc., tanto gramática, como ortográficamente; en el caso en que se presenten errores por estos conceptos, la entidad no pagará los costos incurridos por el trabajo (arte, producción, publicación, impresión, etc.).

- Para las producciones de material, piezas o servicios y demás productos que se requieran y que no hayan sido ofrecidos en la Propuesta Económica, el contratista debe presentar por lo menos tres cotizaciones de proveedores legalmente constituidos, con precios promedios del mercado. El supervisor del contrato aprobará la cotización más favorable, garantizando la eficiencia, eficacia y oportunidad del servicio requerido.
- Todo esquema, plano, dibujo, diseño, pieza, elemento promocional y material en general que sea creado y/o entregado en cumplimiento del contrato será propiedad de la entidad y debe ir acompañado de sus versiones finales listas para producción, junto con todos los archivos y documentos soporte que respaldaron la creación y/o entrega del mismo.

2.1 PLAN DE MEDIOS

Los medios que se deben contemplan para la difusión de mensajes institucionales son:

2.1	Plan de medios		
2.1.1	RCN Cadena Básica	1	Cuña de 30" a nivel nacional en franja triple A, de lunes a domingo en los horarios de la mañana (6:00am – 10:00 am).
2.1.2	Caracol Cadena Básica	1	
2.1.3	La W radio	1	
2.1.4	Blu Radio	1	
2.1.5	La FM	1	
2.1.6	La MEGA	1	
2.1.7	Vibra	1	
2.1.8	Los 40 principales	1	
2.1.9	Radio Activa	1	
2.1.10	Tropicana	1	
2.1.11	Candela	1	
2.1.12	Radio Uno	1	
2.1.13	La Cariñosa	1	
2.1.14	La Calle	1	
2.2	Mensaje institucional en medios impresos		
2.2.1	El Tiempo: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	Página impar nacional B/N, primer cuadernillo, de lunes a domingo.
2.2.2	Portafolio: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.3	La República: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.4	El Nuevo Siglo: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.5	El Espectador: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.6	El Colombiano: Aviso de 5 filas x 3 columnas	1	
2.2.7	El Heraldo: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.8	Vanguardia Liberal: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	

2.2.9	El Tiempo: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	Página impar nacional a color primer cuadernillo, de lunes a domingo
2.2.10	Portafolio: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.11	La República: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.12	El Nuevo Siglo: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.13	El Espectador: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.14	El Colombiano: Aviso de 5 filas x 3 columnas	1	
2.2.15	El Heraldo: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	
2.2.16	Vanguardia Liberal: Aviso de 27 cm x 3 columnas	1	

2.3 Mensaje institucional para televisión

Las piezas que se deben contemplar para la difusión de mensajes institucionales son:

2.3.1 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 IRE o 714 mV.

El formato de entrega de los spot 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. Deberá cumplir con los parámetros establecido por Presidencia de la República y la ANTV, para su emisión.

El Spot se podrá solicitar solamente con técnica graphic recording o con actores o con actores y graficación.

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.

2.3.2 Cápsulas Informativas de máximo 1 minuto

Cápsula informativa de hasta 1 minuto, 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 IRE o 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.

Se podrá solicitar solamente con técnica graphic recording o con actores o con actores y graficación.

Deben incluir el concepto creativo, preproducción (locaciones, casting de actores (mínimo 2 actores o un presentador), 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.

2.3.3 Videos de 3 a 5 minutos

Piezas audiovisuales a desarrollar en graphic recording, deben tener una duración mínima de 3 y hasta 5 minutos.

Estos videos deben tener las siguientes características técnicas: Formato: HD 1280x720 o Full HD 1920x1080, 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).

Deben incluir el concepto creativo, preproducción (locaciones, casting de actores o presentadores, 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.

3. DIGITAL Y WEB

3.1 Medios digitales y web

3.1.1 Actualización y desarrollo portales web

Se requiere realizar desarrollo de aplicaciones web con interfaces de usuario basadas en RIA (Reach Internet Aplicación), durante la ejecución del contrato se establecerán los parámetros y las características puntuales del desarrollo, por lo cual el oferente deberá cotizar hora de desarrollo para los requerimientos que surjan de la entidad.

3.1.2 Analítica web

Se requiere un experto en analítica web, que estructure y diseñe las métricas de los portales del Icfes, por medio de herramientas como google analytics y/o afines para buscar tendencias, y patrones de conducta con el fin de optimizar el portal y el contenido del mismo de acuerdo a las necesidades del usuario desarrollada por un profesional con este perfil mínimo:

Experto en Analítica web:

- Ingeniero industrial, administrador de empresas y/o ingeniero de sistemas con especialización o maestría en: Business analytics y/o Big data.
- Diplomado certificado en Google analytics y/o herramientas afines.
- Amplio conocimiento de herramientas informáticas: Word, Excel, power point.
- Experiencia de dos años o más, siendo analista de datos

3.1.3 Experiencia de usuario web

Se requiere un experto en experiencia de usuario, que investigue, diseñe y desarrolle una estrategia de experiencia **UX** (*User Experience*), que permita optimizar los portales del Icfes y maximizar la satisfacción y experiencia del usuario desarrollada por un profesional con este perfil mínimo:

Experto en UX experiencia de usuario:

- Diseñador gráfico, ingeniero industrial, administrador de empresas y/o ingeniero de sistemas con especialización y/o maestría en: diseño web, diseño de interfaces de usuario y/o usabilidad web.
- Amplio conocimiento de herramientas informáticas: Word, Excel, power point, adobe, ilustrator o similares.
- Conocimiento en metodologías de prototipado y validación de productos, actividades como focus groups o workshops de customer discovery y planeación estratégica.
- Experiencia de cuatro años o más realizando estrategias de experiencia de usuario.

Estos perfiles solamente serán solicitados al proponente adjudicatario en el momento en que la entidad solicite el servicio de los numerales 3.1.2 y 3.1.3.

3.1.4 Gif animados para redes sociales

A solicitud del supervisor del contrato, la empresa contratista deberá entregar gif animados para redes sociales, estos deben contener una duración de entre 10 y 40 segundos, pueden tener entre 2 y 256 colores y se deben adaptar a las diferentes redes sociales de la entidad (Facebook, twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube) o para las redes sociales que se creen.

3.1.5 Videos estilo playground

Videos de hasta 40 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.

Se podrá solicitar solamente con técnica graphic recording o con actores o con actores y graficación.

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.

3.1.7 Envío de SMS

A solicitud del supervisor el contratista se deberá encargar del envío masivo de mensajes de texto tipo SMS a la base de datos que suministre la entidad teniendo en cuenta los siguientes rangos:

3.1.7	Envío de SMS 1 - 1000	1 - 1000	Unidad
3.1.8	Envío de SMS 1000 - 10.000	1000 - 10.000	Unidad
3.1.9	Envío de SMS 10.000 - 40.000	10.000 - 40.000	Unidad

3.1.10 Envío de mailing

A solicitud del supervisor el contratista se deberá encargar del envío masivo de mensajes de texto, imagen, video y/o audio vía correo electrónico a la base de datos que suministre la entidad, teniendo en cuenta los siguientes rangos:

3.1.10	Envío de mailing 1 - 1000	1 - 1000	Unidad
3.1.11	Envío de mailing 1000 - 10.000	1000 - 10.000	Unidad




3.1.12	Envío de mailing 10.000 - 40.000	10.000 - 40.000	Unidad
--------	----------------------------------	-----------------	--------

4. MATERIAL IMPRESO, POP Y DE DIVULGACIÓN

4.1 Diseño e impresión de material según los siguientes requerimientos:

4.1.1	Label para CD (Cd Normal)	1	Unidad
4.1.2	Plegables a 4 cuerpos 4x4 tintas propalcote 150 gramos. 8cm x 15 cm	1	Unidad
4.1.3	Vinilo autoadhesivo para vidrio con diseño 1 mts x 1 mts	1	Unidad
4.1.4	Guías de trabajo de 5 páginas, 2 hojas 4x4 tintas y 1 hoja 4x0 tintas en papel bond 90 gramos grapadas.	1	Unidad
4.1.5	Plegable 2 cuerpos policromía, media carta cerrado. (4x4 Tintas en propalcote mate de 200 gramos)	1	Unidad
4.1.6	Plegable tamaño oficio 4 cuerpos -policromía a (4x4 tintas). En propalcote mate de 200 gramos.	1	Unidad
4.1.7	Esfero / Bolígrafo retráctil - Institucional Estampado en policromía (4x0 tintas)	1	Unidad
4.1.8	Carpeta institucional - Tamaño carta troquelada con bolsillo interior. Policromía (4x4 tintas 240 gramos)	1	Unidad
4.1.9	Cuaderno - 8 CMS X 8 8CMS, bond 90 grs, cocido al caballete, 8 insertos en impresión propalcote con 80 hojas insertas. Caratula de propalcote mate de 320 gramos, de 4*0	1	Unidad
4.1.10	Cuaderno 15,5 x 22,5 cms, bond 90 grs 4x4 tintas. Caratula de propalcote mate de 320 gramos, 80 hojas internas, argollado con dos separadores internos a 4 tintas.	1	Unidad

4.1.11	Bolsa ecológica 30 cm x 40 cm, kambrel 90 grms, estampada por una cara a 1x0 tinta, troquelada, agarre tipo mochila.	1	Unidad
4.1.12	Plegables a 4 cuerpos oficio 4x4 tintas propalcote 150 gramos.	1	Unidad
4.1.13	Guías de trabajo de 5 páginas, 2 hojas 4x4 tintas y 1 hoja 4x0 tintas en papel bond 90 gramos grapadas.	1	Unidad
4.1.14	Hoja tamaño oficio policromía	1	Unidad
4.1.15	Hoja tamaño carta policromía	1	Unidad

Ítem	Producto	Descripción	Foto Ejemplo
4.1.16	Señalética: Todos por un nuevo país	Señalización sobre pared, en acero inoxidable de 18mm, cortado con técnica CNC y pegado con cinta doble faz de alta adherencia, tamaño 80 cms de alto x 150 cms de ancho	
4.1.17	Señalética: Placa tipo 1	Placas realizadas en impresión digital adhesiva o screen en material acrílico, 40 cms x 15 cms	
4.1.18	Señalética: placa tipo 2	Placas realizadas en corte laser en metal en acero inoxidable. 25cms x 15 cms	

4.1.19	Calendario	<p>Base calendario: 55 cm X 16 cm Tintas: 4 x 0 tintas Papel cartulina maule ensanduchado plastificado Acabado plastificado mate</p> <p>Hojas calendario: 16 cm X 23 cm Cantidad 8 Tintas: 4 x4 tintas Papel propalcote de 150gr Acabado plastificado mate, tiro y retiro</p> <p>Acabado: base plegada y unido a paginas con anillado doble o.</p>	
4.1.20	Organizador - Planeador tipo 1	Elaborado en Propalcote calibre 200 tamaño cuarto de pliego 50x35cm. Con argolla o gancho. 7 hojas 4*4 tintas.	
4.1.21	Organizador - Planeador tipo 2	Elaborado en Propalcote calibre 200 tamaño tabloide 28x42cm. Con argolla o gancho. 7 hojas 4*4 tintas.	
4.1.22	USB tipo 1	memorias tipo tarjeta de 8GB sin marcar	
4.1.23	USB tipo 2	memorias tipo tarjeta de 8GB marcada	
4.1.24	USB tipo 3	memorias tipo tarjeta de 16GB sin marcar	

4.1.25	USB tipo 4	memorias tipo tarjeta de 16GB marcada	
4.1.26	USB tipo 5	Memorias USB de 8GB sin marcar	
4.1.27	USB tipo 6	Memorias USB 8GB marcada	
4.1.28	USB tipo 7	Memorias USB 16GB sin marcar	
4.1.29	USB tipo 8	Memorias USB 16GB marcada	
4.1.30	Camisetas Shirt tipo 1	Elaboración en algodón de 160gr cuello redondo blanca o de color talla desde S a XL BORDADA O ESTAMAPA EN SCREEN, TRANSFER O SUBLIMACION	
4.1.31	Camisetas Shirt tipo 2	Elaboración en algodón de 180gr cuello redondo blanca o de color talla desde S a XL BORDADA O ESTAMAPA EN SCREEN, TRANSFER O SUBLIMACION	
4.1.32	Camisetas Shirt tipo 3	Elaboración en algodón de 160gr cuello V blanca o de color talla desde S a XL BORDADA O ESTAMAPA EN SCREEN, TRANSFER O SUBLIMACION	
4.1.33	Camisetas Shirt tipo 4	Elaboración en algodón de 180gr cuello V blanca o de color talla desde S a XL BORDADA O ESTAMAPA EN SCREEN, TRANSFER O SUBLIMACION	

4.1.34	Camisetas Tipo Polo	En tela pique (algodón/poliéster) 220, Color o blanca bordada.	
4.1.35	Pat Mouse tipo 1	Pat mouse siliconado marcación a una tinta medida de 18cm X 20cm	
4.1.36	Pat Mouse tipo 2	Pat mouse siliconado marcación a color medida de 18cm X 20cm	
4.1.37	Pat Mouse tipo 3	Pat mouse en Foamy marcación a una tinta medida de 18cm X 20cm	
4.1.38	Pat Mouse tipo 4	Pat mouse en Foamy marcación a color medida de 18cm X 20cm	
4.1.39	Pendón tipo 1	Elaboración en Banner 13 onzas 1440DPI se de medidas 1x2mts. Con estructura tipo roll up, como aparece en la imagen anexa	

4.1.40	Pendón tipo 2	Elaboración en Banner 13 onzas 1440DPI se de medidas 1.5x3mts. Tipo roll up. Con estructura tipo roll up, como aparece en la imagen anexa	
4.1.41	Pendón tipo 3	Elaboración en Banner 13 onzas 1440DPI se de medidas 2x2mts. Tipo ojalete reforzado.	
4.1.42	Backing	Elaboración en banner 13 onzas 1440dpi con ojaletes, con estructura metálica tamaño 3mts de altura x 5mts de ancho.	

5. FOCUS GROUP

El contratista deberá realizar un focus group con mínimo 10 personas, el público objetivo será definido por la entidad y tendrá relación con las pruebas o servicios que presta la misma.

La entidad entregará al contratista una base de datos con la cual se deberá confirmar el grupo, el contratista deberá definir la metodología de trabajo y de evaluación.

El contratista deberá suministrar las instalaciones físicas y técnicas que se requieran (oficinas, tablets, celulares, papelería, internet, etc).

El plazo de ejecución de la actividad no deberá superar los 20 días calendario y podrán ser requeridos en las principales ciudades capitales de Colombia.

Al finalizar la actividad el contratista deberá entregar y exponer un informe cualitativo y cuantitativo con recomendaciones, debilidades y fortalezas ante el supervisor del contrato.

6. ESTUDIO DE MERCADO

El contratista deberá realizar un estudio de mercado referente a las pruebas, productos o servicios ofrecidos por la entidad o en los que se desee incursionar, para esto el contratista deberá definir una metodología la cual permita establecer:

- Cuántas personas podrían tener necesidad del producto
- Dónde están ubicadas.
- A través de qué medios de comunicación masivos se les puede llegar
- A través de qué medios de comunicación alternativos se les puede llegar
- Qué tipo de mensajes se deben emitir para una efectiva trasmisión del mensaje a comunicar
- Otros requerimientos que la entidad considere necesarios.

Al finalizar la actividad el contratista deberá entregar y exponer un informe en el cual se reflejen los resultados hallados dentro del estudio ante el supervisor del contrato.

7. RECURSO HUMANO REQUERIDO PARA EL PROYECTO

Rol	Responsabilidades	Formación académica	Tipo de experiencia general y específica
Gerente de cuenta Disponibilidad 100%	Definición de la línea estratégica y de manejo de temas sensitivos y coyunturas imprevistas; diseño y acompañamiento de las estrategias, coordinación del equipo de trabajo; coordinación de la articulación y ejecución de los diferentes planes; planeación y ejecución en medios de las campañas, contacto directo con el equipo de Comunicaciones del ICFES. Debe coordinar la parte administrativa y financiera de la cuenta	Pregrado: profesional en administración de empresas, comunicación social, publicidad o mercadeo	General: Debe acreditar como mínimo ocho (8) años de experiencia en el área de comunicaciones y/o mercadeo y/o publicidad y/o medios de comunicación.
		Especialización: en comunicación social u organizacional, publicidad, mercadeo gerencia de proyectos, administración o experiencia laboral adicional a la mínima requerida en 36 meses.	Específica: Haber liderado o participado como gerente o director de cuenta en cinco (5) proyectos de diseño, comunicaciones y/o campañas de publicidad masivas, de las cuales al menos dos (2) deben ser con entidades del Estado.

<p>Experto en la producción de campañas externas</p> <p>Disponibilidad</p> <p>50%</p>	<p>Responsable de la coordinación de las diferentes campañas o estrategias, visualización y ejecución de los conceptos creativos; producción y desarrollo de piezas de comunicación para medios masivos-tradicionales y alternativos y desarrollo de actividades comunicativas.</p>	<p>Pregrado: Profesional en publicidad y/o diseño gráfico y/o comunicador social.</p>	<p>General: Debe acreditar como mínimo cinco (5) años de experiencia profesional en producción de campañas externas</p> <hr/> <p>Específica: Haber liderado o participado como experto en producción en cinco (5) proyectos de diseño de campañas de comunicación masiva que incluya medios de comunicación tradicionales y alternativos.</p>
<p>Copy</p> <p>Disponibilidad</p> <p>50%</p>	<p>Redacción de los conceptos para las campañas de divulgación, adaptando la información de la entidad a un lenguaje publicitario que a la vez se adapte al concepto creado por el creativo, logrando comunicar de manera simple y efectiva.</p>	<p>Formación: Profesional técnico o tecnólogo en comunicación social, mercadeo, publicidad, diseño gráfico o diseño industrial.</p>	<p>General: Deben acreditar como mínimo tres (3) años de experiencia en el área de diseño y redacción en agencias de publicidad.</p> <hr/> <p>Específica: Haber participado como Copy en cinco (5) proyectos distribuidos así: Tres (3) proyectos de diseño de campañas de comunicaciones. Dos (2) proyectos de diseño de marca y/o imagen corporativa.</p>

El proponente deberá incluir la hoja de vida del personal en la que se refleje la formación académica y la experiencia mínima solicitada, acompañada de los soportes correspondientes.

Para certificar la Experiencia se debe indicar como mínimo la siguiente información:

Nombre del empleador.

Nombre de la labor desempeñada, del estudio, trabajo o Proyecto en el cual participó.

Fecha de inicio y terminación.

Funciones desempeñadas.

Nombre, teléfono y correo electrónico de las personas acreditadas para corroborar la Información de los empleos anteriores.

Formación Académica Mínima:

Copia o fotocopia del Acta de Grado o Título Profesional en las disciplinas solicitadas y copia de la tarjeta profesional cuando así esté previsto y aplique en la normatividad vigente.

Importante:

- No se tendrán en cuenta las equivalencias de experiencias, ni se considerarán las participaciones en seminarios, simposios, congresos, diplomados, etc., razón por la cual se recomienda no anexar soportes relacionados con este tipo de formación académica.
- El personal mínimo aprobado no podrá ser modificado durante la ejecución del contrato, salvo que exista una justa causa, que debe ser sustentada ante la entidad, caso en el cual, se podrá reemplazar siempre que su experiencia y formación académica sea igual o superior que el inicial, previa autorización por escrito del supervisor del contrato.
- El Contratista podrá incluir el personal adicional que considere pertinente para cumplir con el objeto del contrato. No obstante, este personal no será objeto de verificación, ni generará costo adicional para la entidad.
- Las personas designadas como Gerente de cuenta, Experto en producción de campañas externas y Copy o cualquier otra persona vinculada con el Contratista para el desarrollo de las actividades propias del contrato, no tendrán ningún tipo de vinculación laboral con la entidad y su costo, debe ser asumido por el Contratista.