

ANEXO 4 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS REQUERIDAS.

En el presente documento se establecen los requisitos mínimos requeridos por el ICFES para la difusión radial de las cuñas para cada una de las campañas a desarrollar durante el año 2011 y el presupuesto que deberá invertirse en cada una de estas campañas. Estos requisitos se establecen para cada uno de los las Pruebas de Evaluación que el Instituto aplicará.

Los requerimientos establecidos se basan en el plan de medios y en los resultados de las campañas de difusión desarrolladas durante el año 2010. Cabe anotar, que estos requisitos son de obligatorio cumplimiento.

A continuación se presentan las especificaciones para cada campaña:

1. PRE-SABER 11º

- Tiempo al Aire: 20 días.
- Duración de cada cuña: 30 segundos.
- Medios: Radio (cadenas principales, emisoras independientes diferentes a cadenas principales, emisora del ejercito, emisora de la policía, emisoras comunitarias, emisoras locales, radio recuerdos). Target: Secretarías de educación, padres de familia, rectores, comunidad en general, estudiantes de grado 9º y 10º y estudiantes del calendario. B que se quieran familiarizan con la prueba.
- Cobertura: Ciudades principales (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Manizales).
- Cuñas al día: Mínimo 2 cuñas (por emisora radial).
- Total de Cuñas: No pueden ser menor a 430.
- Frecuencia: Miércoles a domingo.
- Estrategia: Frecuencia diaria rotando en diferentes emisoras por semana, no interdiaria.
- Objetivo: Socializar las fechas y proceso de recaudo y registro / Convocar a que presenten este examen de ensayo con el cual podrán identificar fortalezas y debilidades.
- Novedad en la comunicación: Ahora los estudiantes pueden presentar un examen ensayo y conocer lo que es el examen de estado Saber 11º en realidad antes de enfrentarse a la prueba definitiva.
- Presupuesto Máximo: \$22.500.000 IVA incluido

VER BRIEF DE LAS CAMPAÑAS DONDE SE RELACIONAN EMISORAS, CIUDADES Y HORARIOS.

2. SABER 11º

- Tiempo al aire: 20 días.
- Duración de cada cuña: 30 segundos.
- Medios: Radio (cadenas principales, emisoras independientes diferentes a cadenas principales, emisora del ejercito, emisora de la policía, emisoras comunitarias, emisoras locales).

- Target: Rectores, Colegios, estudiantes de grado 11º, profesores, padres de familia, comunidad en general.
- Cobertura: Ciudades principales (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Manizales) y poblaciones pequeñas importantes.
- Cuñas al día: Mínimo 2 cuñas (por emisora radial).
- Total de Cuñas: No pueden ser menor 590.
- Frecuencia: Miércoles a domingo.
- Estrategia: Frecuencia diaria rotando en diferentes emisoras por semana, no interdiaria.
- Objetivo: Socializar las fechas y el proceso de recaudo y registro.
- Novedad en la Comunicación: Comunicar las nuevas fechas y procedimiento de recaudo y registro.
- Presupuesto Máximo: \$42.500.000 IVA incluido

VER BRIEF DE LAS CAMPAÑAS DONDE SE RELACIONAN EMISORAS, CIUDADES Y HORARIOS.

3. VALIDACIÓN

- Tiempo al Aire: 20 días.
- Duración de cada cuña: 30 segundos.
- Medios: Radio (emisoras comunitarias, locales y cadenas principales) Emisoras estrato 2 y 3. TARGET: Personas mayores de 18 años que deseen validar el bachillerato.
- Cobertura: Ciudades principales.
- Cuñas al Día: Mínimo 2 cuñas (por emisora radial).
- Total de Cuñas: No puede ser menor a 300.
- Frecuencia: Miércoles a domingo.
- Estrategia: Frecuencia diaria rotando en diferentes emisoras por semana, no interdiaria.
- Objetivo: Socializar las fechas y proceso de recaudo y registro / Convocar a que presenten el examen.
- Novedad de la Comunicación: Valide y obtenga su título de bachiller en un solo examen.
- Presupuesto Máximo: \$20.000.000 IVA incluido

VER BRIEF DE LAS CAMPAÑAS DONDE SE RELACIONAN EMISORAS, CIUDADES Y HORARIOS.

4. INSTITUCIONAL

- Tiempo al Aire: 20 días.
- Duración de cada cuña: 30 segundos.
- Medios: Radio (ciudades principales).
- Target: Secretarías de educación, padres de familia, comunidad en general, rectores, profesores.
- Cobertura: Ciudades principales.
- Cuñas al Día: Mínimo 2 cuñas al día (por emisora radial).
- Total de Cuñas: No puede ser menor a 370.
- Frecuencia: Miércoles a domingo.

- Estrategia: Frecuencia diaria rotando en diferentes emisoras por semana, no interdiaria.
- Objetivo: Destacar la importancia del examen como indicador de educación y la base para creación de planes y políticas / Convocar a que presenten el examen 2012.
- Novedad en la Comunicación: Conocer la herramienta que el ICFES diseñó para a consulta de resultados de esta prueba, / Difundir el uso de esta herramienta en el público objetivo.
- Presupuesto Máximo: \$55.000.000 IVA incluido.

VER BRIEF DE LAS CAMPAÑAS DONDE SE RELACIONAN EMISORAS, CIUDADES Y HORARIOS.

5. SABER PRO

- Tiempo al Aire: 20 días.
- Duración de cada cuña: 30 segundos.
- Medios: Radio (Ciudades principales, emisoras universitarias (nacional, javeriana).
- Target: Rectores, Universidades, estudiantes de último semestre, jefes de admisión, padres de familia, comunidad en general.
- Cobertura: Ciudades principales.
- Cuñas al día: Mínimo 2 cuñas al día (por emisora radial).
- Total de Cuñas: No puede ser menor a 320.
- Frecuencia: Miércoles a domingo.
- Estrategia: Frecuencia diaria rotando en diferentes emisoras por semana, no interdiaria.
- Objetivo: Socializar las nuevas fechas y proceso de recaudo y registro.
- Novedad en la Comunicación: Comunicar las nuevas fechas y proceso de recaudo y registro.
- Presupuesto Máximo: \$65.000.000 IVA incluido.

VER BRIEF DE LAS CAMPAÑAS DONDE SE RELACIONAN EMISORAS, CIUDADES Y HORARIOS.

6. INVESTIGACIÓN

- Tiempo al Aire: 20 días.
- Duración de cada cuña: 30 segundos.
- Medios: Radio (Ciudades principales), Medios especializados (emisoras universitarias, incluir las básicas de todelar, radio super y colmundo.
- Target: Rectores, Universidades, estudiantes de posgrado y maestría, grupos de investigación.
- Cobertura: Ciudades principales.
- Cuñas al día: Mínimo 2 cuñas al día (por emisora radial).
- Total de Cuñas: No puede ser menor a 240.
- Frecuencia: Miércoles a domingo.
- Estrategia: Frecuencia diaria rotando en diferentes emisoras por semana, no interdiaria.



- Objetivo: Dar a conocer las actividades correspondientes al programa de investigación.
 - Novedad en la Comunicación: Difundir los objetivos del programa de investigación y dar a conocer los requisitos de la convocatoria.
 - Presupuesto Máximo: \$65.000.000 IVA incluido.
- VER BRIEF DE LAS CAMPAÑAS DONDE SE RELACIONAN EMISORAS, CIUDADES Y HORARIOS.