OBJETO CONTRACTUAL *DISEÑO, PRODUCCIÓN Y PROMOCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA POSICIONAR Y FORTALECER LA COMPETITIVIDAD, CONECTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD REGIONAL Y/O NACIONAL, CON EL OBJETIVO DE LOGRAR ATRAER Y CAPTAR NUEVOS ESTUDIANTES, FORTALECIENDO LA CONEXIÓN CON LOS ACTUALES, RESALTANDO EL ROL DE LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER (UTS) EN LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO REGIONAL.*

NOMBRE DEL PROYECTO: *DISEÑO, PRODUCCIÓN Y PROMOCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN*

ITEM	CLASIFICACIÓN DE BIEN O SERVICIO	IDENTIFICACIÓN ADICIONAL REQUERIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CALIDAD Y PATRONES DE DESEMPEÑO MÍNIMOS	CANTIDAD
A. Táctica Estratégica y Estadística					
1	80141500 80101600 93141900 93142000 93142000 93141600	Estudios y/o mediciones	UNIDAD	Realizar encuestas, estudios y/o mediciones periódicas para evaluar y mejorar la comunicación con el público interno y externo de las UTS, garantizando una retroalimentación constante y la implementación de mejoras basadas en datos concretos. Los públicos objetivos serán aprobados por el supervisor del contrato. Entregable: Un Documento que identifique el perfilamiento de los públicos objetivos, identificando en cada estudio como mínimo una base 385 encuestados en los diferentes municipios de: Vélez, Barrancabermeja, Piedecuesta y Bucaramanga en dónde tiene relacionamiento las UTS.	3
B. Táctica Creativa de diseños para piezas comunicativas					
2	82141600 82101800	Diseño y creación de piezas gráficas	UNIDAD	Diseñar y crear piezas gráficas comunicativas visualmente atractivas que reflejen la identidad y valores de la UTS y de sus campus: Vélez, Barrancabermeja, Piedecuesta y Bucaramanga según aplique. Entregables: Un documento con las piezas gráficas y un link con los diseños en editables: 3 diseños banners web cuadrados y 2 rectangulares y/o anuncios en toda la red display de google, 44 post en redes sociales (indicadas por el supervisor), diseño de 4 folletos y/o brochures, 2 carteles y/o posters, diseño material POP, 2 piezas comunicativas para elemento POP, 2 diseños de anuncios gráficos , paquete gráfico: 2 piezas comunicativas, 2 diseños	1

				de anuncios en medios digitales; 4 diseños de piezas gráficas en formato HTML.	
C. Táctica BTL					
3	82101800 82141500 82131600 82151700 80111500 80141700 90131500 90131600 93141700	Campaña BTL	UNIDAD	Crear, diseñar y ejecutar dos campañas BTL para promover los servicios del Centro de Atención al Estudiante (CAE) en los diferentes municipios de: Vélez, Barrancabermeja, Piedecuesta y Bucaramanga en dónde tiene relacionamiento las UTS según aplique la campaña. Entregables: Un documento con la línea conceptual de campañas BTL, un spot audiovisual de más de 60 segundos para cada campaña (FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x1920 (Vertical), sonido estéreo, con versiones en HD) y tres spots de mínimo 30 segundos de testimonios de asistentes para cada campaña, destacando los beneficios del CAE (FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x1920 (Vertical), sonido stereo, con versiones en HD).	2
D. Táctica audiovisual					
4	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Piezas comunicativas institucionales	UNIDAD	Diseñar y elaborar 3 piezas comunicativas audiovisuales de carácter institucional que destaquen el papel crucial de las UTS en la educación y el desarrollo local, regional y/o nacional. Entregables: 3 piezas comunicativas audiovisuales de duración de mínimo 90 segundos, calidad 4K, FULL HD, medidas |1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido stereo, con versiones en HD.	3
	82101800 82131600 82141500			Idear y desarrollar una pieza comunicativa audiovisual tipo spot para cada uno de los campus (Bucaramanga, Barrancabermeja, Vélez y Piedecuesta).	

5	82151500 82151700 90131600 93141700	SPOTS	UNIDAD	Entregables: 4 videos de mínimo 1 min, calidad 4K, FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido stereo, con versiones en HD.	4
6	82141500 55111500	Creación musical del Himno	UNIDAD	*Composición del himno institucional y creación musical, que contenga: Conceptualización, interpretación, coros, músicos profesionales, dirección de arte, preproducción, producción, post producción, edición, mezcla, masterización.*	1
7	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Producción audiovisual del Himno	UNIDAD	*Producción audiovisual del himno institucional que resalte la identidad y el orgullo de pertenecer a las UTS.* *Entregables: video de mínimo 3 min, calidad 4K, FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido stereo, con versiones HD. Y una reducción tipo spot*	1
8	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500	Productos audiovisuales con continuidad	UNIDAD	*Idear y desarrollar 6 productos audiovisuales con continuidad de contenido, destinados a: reconocer señales de riesgo de enfermedades mentales, identificar síntomas en personas cercanas y proporcionar mecanismos de apoyo y recursos disponibles.* *Entregables: 6 productos audiovisuales con continuidad de contenido de máximo 3 min cada uno, calidad 4K, FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido stereo, con versiones HD.*	6

	93141700				
9	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Productos audiovisuales tipo **"Trailer" y** "Bumpers Ads"	UNIDAD	*Realizar una campaña de expectativa a través de un producto audiovisual tipo "tráiler" y 10 Bumper Ads de 6 segundos para YouTube. Estas piezas audiovisuales estarán relacionadas con los productos con continuidad de contenido y destinados a: reconocer señales de riesgo de enfermedades mentales, identificar síntomas en personas cercanas y proporcionar mecanismos de apoyo y recursos disponibles.* *Entregables: 1 "Trailer" de 1 minuto, FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), con versiones HD, calidad 4K, sonido stereo.* *10 "Bumpers ads" de 6 segundos cada uno, FULL HD, calidad 4K, sonido stereo, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical).*	1
10	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Producto audiovisual tipo **"Cápsula"**	UNIDAD	*Realizar una campaña de expectativa a través de* ***producto audiovisual tipo "cápsula" anticipatoria*** *de 30 segundos. Estas piezas audiovisuales estarán relacionadas con los productos con continuidad de contenido y destinados a: reconocer señales de riesgo de enfermedades mentales, identificar síntomas en personas cercanas y proporcionar mecanismos de apoyo y recursos disponibles.* *Entregables: 5 capsulas en calidad 4K, FULL HD, con versiones en HD, sonido stereo, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 stereo.*	5
11	82101800 82131600 82141500	Productos audiovisuales		*Realizar una campaña de expectativa a través de un producto audiovisual tipo "flash mob" y 10 piezas tipo video wall de 15 segundos. Estas piezas audiovisuales estarán relacionadas con*	

	82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	tipo "**Flash** Mob y Video **Wall**"	UNIDAD	*los productos con continuidad de contenido y destinados a: reconocer señales de riesgo de enfermedades mentales, identificar síntomas en personas cercanas y proporcionar mecanismos de apoyo y recursos disponibles.* *Entregables:* *Un video de mínimo 1 minuto del cubrimiento de la realización del "flash mob", en FULL HD, con medidas de 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido estéreo, y versiones en HD y Diez piezas tipo video wall de 15 segundos con tips sobre el cuidado y la prevención de la salud mental, en FULL HD, con formatos de pantalla de 1053 x 1080 y 2853 x 1080.*	1
D. Táctica Digital					
12	82101600 82101800 80101600 80141700 83121700 93141500 93141600 93141700 93141900 93142000 93142100 55111500	Estrategia integral digital	UNIDAD	*Diseño y Aplicación de Estrategia Integral Digital* *Desarrollar e implementar una estrategia integral digital, de carácter no orgánico, para posicionar las piezas audiovisuales del proyecto. Esta estrategia tiene como objetivo fortalecer la competitividad, conectividad y sostenibilidad a nivel regional y/o nacional, dirigiéndose tanto al público interno como externo de la institución a través de las plataformas Facebook, Instagram y Google Ads (Red Display y YouTube).* *Objetivos de Impresiones:* *Mínimo de 900.000 impresiones acumuladas en los siguientes públicos:* 1. *Público General (externo de la institución* 2. *Público Interno (de la institución)* *La cantidad mínima de impresiones de cada público será aprobada por el supervisor del contrato* *Entregables:* *1. Documento por cada público con el detalle de*	2

				la estrategia integra. *2. Documento por cada público con el enlace del video y/o imagen pautada, incluyendo:* **Informe de la cantidad de impresiones logradas en cada plataforma.* **Alcance logrado.* **Número de clics o acciones realizadas sobre el impacto generado por las pautas (cuando aplique).* **Informe del número total de impresiones alcanzadas con las publicaciones.*	
E. Táctica Desarrollo Web					
13	82101800 82141500 82141600 80101600 81161600 93141500 93141600 93141700 93141900 93142000 93142100	Creación y desarrollo de un juego	UNIDAD	*Creación y desarrollo de un juego en la nube tipo trivia que permita la participación de la comunidad a través de la plataforma web bajo el framework de Phaser.js, centrado en las Unidades Tecnológicas de Santander. El juego debe permitir compartir resultados en Facebook.* ***Entregables:*** **1 juego en plataforma web* *(Entrega de Código fuente)* ** Bolsa de hasta 5.000 SMS para verificaciones de inicio de sesión.* **1 spot promocional de máximo 30 segundos, FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido stereo, con versiones HD.*	1

EDGAR PACHÓN ARCINIEGAS
Secretario General
Oficina Gestora

Firma Líder Técnico
Nombre completo: N/A
Cargo: N/A