



Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones
República de Colombia

vive digital
Colombia

ANEXO TECNICO - PNCAV

CAPITULO 13 **PLAN DE COMUNICACIONES**

**EN EL MARCO DE LA INICIATIVA PROYECTO DE CONECTIVIDAD
DE ALTA VELOCIDAD DEL MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES**

BOGOTÁ D.C., AGOSTO DE 2013



Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones
República de Colombia

vive digital
Colombia

CAPÍTULO 13 PLAN DE COMUNICACIONES

El operador es el responsable de diseñar e implementar el componente de Comunicaciones del proyecto para garantizar el reconocimiento del mismo entre la comunidad, así como promover continuamente el uso y apropiación de los espacios destinados a acceso comunitario a Internet y a destacar el beneficio de contar con Internet en la región.

La estrategia a implementar dentro de la implementación del proyecto deberá contemplar:

- ✓ Diseño y presentación del plan de comunicaciones
- ✓ Desarrollo y ejecución de acciones de divulgación
- ✓ Eventos de inauguración
- ✓ Recopilación de Casos de Éxito
- ✓ Actualización de Bases de Datos

Adicionalmente cada Punto o Kiosco deberá proveer un insumo básico que corresponde a reportar los grandes logros mensuales en términos de impacto y público atendido. Para lo anterior, se deben seguir las siguientes recomendaciones:

1. Lineamientos

- ✓ Realizar un diagnóstico de los medios de comunicación más utilizados en la región, tanto a nivel masivo como a nivel local. Este diagnóstico debe incluir los medios públicos, privados, comunitarios y alternativos que tengan cobertura tanto en la zona urbana como rural, impactada por el proyecto.
- ✓ Desarrollar una estrategia de comunicación basada en dar a conocer el impacto del proyecto, así como el beneficio de contar con soluciones TIC para la comunidad. Debe contemplar el diseño, las actividades a realizar para su implementación y los entregables.
- ✓ Se debe considerar que las ejecuciones creativas deberán estar alineadas con las condiciones culturales de cada uno de los departamentos o regiones a impactar (aspectos como palabras y acentos, tipo de vestido de cada región y costumbres)
- ✓ Todas las piezas, documentos y presentaciones de comunicación deben ser diseñadas y desarrolladas por el operador y pasarán a aprobación de la entidad contratante antes de ser producidas y/o difundidas.

2. Marca



**Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones**
República de Colombia



- ✓ Se deberá mantener una unidad de marca: Toda la comunicación deberá ir acorde al Manual de Imagen del Ministerio TIC, de Puntos Vive Digital, Puntos Vive Digital Plus y de Kioscos Vive Digital, donde se establece el uso de logos para todo tipo de piezas.
- ✓ No se pueden desarrollar logos o identidades de marca diferentes a lo establecido en los Manuales, los únicos logos que están autorizados a utilizar, con los cuales deben firmar y cerrar todas las piezas de comunicación son: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Vive Digital, Prosperidad para todos y el logo del operador.
- ✓ Todos los logos y elementos que se utilicen deberán estar en alta resolución. Los logos de Ministerio, Vive Digital y Prosperidad serán suministrados por el Fondo TIC.
- ✓ Todas las piezas deben incluir la frase de cierre: Tecnología en la vida de cada colombiano.

3. Plan de Comunicaciones

El Operador deberá entregar el Plan de Comunicaciones del proyecto durante el mes 12 del contrato, donde se evidencie una campaña general para todo el proyecto, con actividades puntuales a desarrollar para cada uno de los siguientes **ejes**:

- Tendido de la Red e Infraestructura de Telecomunicaciones,
- Kioscos Vive Digital
- Puntos Vive Digital
- Puntos Vive Digital Plus
- Hogares Digitales
- Conectividad a Instituciones Públicas

Este documento debe ir alineado con las políticas de Comunicaciones del Ministerio TIC, por lo cual deberán realizarse reuniones preliminares con el área encargada de comunicaciones de la Dirección de Conectividad.

El Plan de Comunicaciones presentado por el operador debe incluir:

A. Estrategia general de promoción y difusión

Aquí se detallará el objetivo de toda la estrategia, el alcance esperado, el impacto, así como el análisis de medios, tácticas o alternativas de comunicación disponibles en cada municipio / corregimiento incluido en el proyecto.

Este análisis debe incluir:



**Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones**
República de Colombia



- Nombre del medio
- Descripción de los medios
- Periodicidad de publicación
- Temáticas que aborda
- Público al que va dirigido
- Estadísticas de público impactado
- Características y condiciones para realizar pauta
- Características y condiciones para realizar freepress

B. Descripción de actividades

En el marco de la estrategia general, en este aparte se deben consignar las actividades propuestas a realizar a lo largo de los seis meses previos de la entrada en operación de la red, y durante la operación de la misma, el cual deberá ser consignado en el archivo **Anexo Piezas y Actividades Plan de Comunicación**. Esto significa que la implementación del plan de comunicaciones se debe realizar a lo largo de ocho (8) años y medio. Allí estarán detallados los siguientes campos:

Eje(s) que impacta: Hace referencia a la promoción de todo el proyecto, el tendido de la red, los Kioscos Vive Digital, los Puntos Vive Digital, Los Puntos Vive Digital Plus, Hogares Digitales o Conectividad a Instituciones Públicas. Puede impactar uno o varias de las anteriores.

Mensaje: Objetivo en términos de mensaje a lograr con esta actividad. Cuál es el mensaje que debe ser recordado por el público.

Público al que va dirigido: Describir el tipo de público que participará de la actividad: Niños, jóvenes, adultos mayores, funcionarios públicos, microempresarios, comunidad adyacente al Kiosco / Punto, medios de comunicación locales, líderes regionales, etc.

Actividad a realizar: En este espacio se describirá la actividad que se realizará, por ejemplo:

- Pauta en medios detallando, características de las piezas, tipo de medio en que será publicado (masivos, locales, alternativos y/o comunitarios)
- Eventos / Socializaciones detallando objetivo del evento, agenda del mismo, participantes en el evento, logística (fecha y lugar estimados)
- Free Press detallando tipo de contenido a publicar
- Activaciones detallando en qué consistirá la actividad, objetivo del mismo, logística.

Tipo de medio: Se debe indicar si es un medio masivo, alternativo, comunitario y otro.



Canales / Medios: Para el caso de pauta o Free Press, detallar los medios de comunicación que harán parte de la actividad.

Periodicidad / frecuencia: Cantidad de veces que se realizará la actividad a lo largo del año, número de impactos en el caso de pauta. Descripción de los momentos de la actividad.

Propuesta de entregable: Cada actividad debe generar un entregable para la verificación de su desarrollo. En este espacio se consignará la propuesta de entregable que medirá el cumplimiento de cada una. Certificaciones de pauta, informes fotográficos de realización de eventos, hojas de asistencia, etc.

En los meses 22, 34, 46, 58, 70, 82, 94 y 106 del contrato, es decir dos meses antes del inicio de un nuevo año en la operación del proyecto, el operador debe presentar actualización del Plan de Comunicaciones, así como de sus actividades, para el año de operación por iniciar.

De esta manera en el mes 22 se presentará actualización del Plan para el año 1 de la operación, en el mes 34 se presentará actualización para el año 2, en el mes 46 para el año 3 y así sucesivamente.





4. Etapas del mensaje

Al momento de desarrollar el concepto creativo de las piezas se deben seguir los lineamientos establecidos por la Fondo TIC. Dentro del plan de comunicaciones se deben establecer los mensajes, contemplando el tono cultural de la región, acorde a 3 momentos o periodos del proyecto:

Apertura: En la primera fase el mensaje de las piezas se debe mostrar la expectativa de la llegada de la red y sus beneficios. Hay que hacer especial énfasis en para qué sirve la conectividad, y que no es sólo la red, sino los demás proyectos que garanticen que llegue una oferta integral a la región. Al hablar de Kioscos, Puntos y Puntos Plus el mensaje debe ir direccionado a qué se puede aprender allí, destacar las capacitaciones y que ese espacio también es para los adultos.

Esta etapa va desde el inicio de la implementación del plan de comunicaciones, hasta finalizado el año 1 de operación.

Recordación: Es esta etapa hay que reforzar los mensajes anteriores dando a conocer que ya la comunidad se está capacitando allí, que continuamente hay nuevas actividades y talleres. De igual manera se debe fortalecer el mensaje con aplicación de la conectividad a sectores como el agro, salud, educación turismo, seguridad, etc.

Esta etapa va desde el inicio del año 2 de la operación, hasta finalizado el año 3 de operación.

Casos de Éxito: Para esta etapa se deben tomar casos reales de personas y/o comunidades y/o grupos que se han beneficiado de los diferentes ejes del proyecto. Contar, en breve y muy concreto, cuál ha sido el beneficio y cómo la tecnología le ha abierto oportunidades a la gente de la región.

Esta etapa va desde el inicio del año 4 de la operación, hasta finalizado el año 8 de operación.

5. Actividades

Vallas	El operador deberá instalar una valla reflectiva sobre lona banner, hecha en lámina galvanizada calibre 22, ubicadas entre 3 y 4 metros de altura mínimo, en la avenida o zona de entrada con mayor tráfico a cada municipio en el que se realice tendido de la red de conectividad en la entrada de los municipios que hacen parte del proyecto, que sirvan para dar a conocer la gestión realizada por el Ministerio TIC para el tendido de
--------	---



	<p>la red.</p> <p>Pueden ser instaladas en estructura convencional a piso o sobre terrazas, siempre y cuando garanticen visibilidad y legibilidad permanente.</p> <p>Cuando no se pueda instalar la valla en la entrada del municipio informará y presentará alternativas de ubicación.</p> <p>Las vallas deben ser de las siguientes dimensiones, acorde a la población del municipio:</p> <p>Medida: 6 x 3 mt, una en cada uno de los 27 municipios incluidos dentro del proyecto</p> <p>Medida: 4 x 2 mt, una en cada uno de los 20 corregimientos incluidos dentro del proyecto</p> <p>El listado de la distribución de las vallas por municipio, así como el diseño de las vallas será entregado por el Ministerio TIC antes de finalizar el mes 15 del contrato.</p> <p>Realización o entrega: El reporte fotográfico de las vallas se entregará trimestralmente.</p> <p>El contratista debe garantizar su permanencia, visibilidad y mantenimiento por 2 años desde el tendido de la red para el municipio, tiempo durante el cual deberá cambiarlas cada 6 meses.</p>
Socializaciones previas del proyecto	<p>Entre los meses 12 y 24 del contrato, el contratista deberá realizar socializaciones con el público que se beneficiará, o que se proyecta beneficiar, por cada componente del proyecto, garantizando las condiciones logísticas mínimas para su correcta ejecución. Deberá incluir la consecución del lugar, definir lo contenidos a presentar, la convocatoria, ayudas tecnológicas, sonido, refrigerios, sillas e información impresa del proyecto a presentar para repartir entre los asistentes.</p> <p>Estas socializaciones deberán ser de mínimo 10 personas cada una, y cuantas sean necesarias para llegar al total de número de personas impactadas requeridas por cada componente. Para el caso de Puntos, Puntos Plus y Kioscos Vive Digital, debe tener en cuenta comunidad del 100% de los centros a instalar.</p> <p>Estas socializaciones deben ser realizadas en cada uno de los 27</p>



Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones
República de Colombia

vive digital
Colombia

municipios y 20 corregimientos incluidos en el proyecto, y donde llegue cada eje.

Eje	Invitados a convocar	Número mínimo de asistentes por cada ítem.
Tendido de la red	Líderes regionales de cada municipio y corregimiento a beneficiar. Autoridades locales, grupos étnicos, docentes, medios de comunicación y ciudadanía en general.	1800 personas
Puntos Vive Digital	Público estimado a beneficiar directamente (de la zona), incluyendo líderes regionales de cada municipio y corregimiento a beneficiar. Autoridades locales, grupos étnicos, docentes, medios de comunicación y ciudadanía en general.	2500 personas
Puntos Vive Digital Plus	Público estimado a beneficiar directamente (de la zona), incluyendo líderes regionales de cada municipio y corregimiento a beneficiar. Autoridades locales, grupos étnicos,	1000 personas



Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones
República de Colombia

vive digital
Colombia

		docentes, medios de comunicación y ciudadanía en general.	
	Kioscos Vive Digital	Público estimado a beneficiar directamente (de la zona)	7000 personas
	Conectividad a Instituciones Públicas	Instituciones públicas a beneficiar y sus funcionarios (de la zona)	2300 personas
	Hogares Digitales	Público estimado a beneficiar directamente (de la zona)	11.000 personas
Lanzamiento Puntos Vive Digital y Puntos Vive Digital Plus por departamento	<p>Un evento para realizar la entrega de todos los Puntos y Puntos Plus por departamento, que incluya el lugar, la escenografía, los equipos de proyección, de sonido, equipos para videoconferencia (en caso de inauguraciones simultáneas), refrigerios, mobiliario (carpas, tarima, sillas), material pop (volantes y pendones, registro de invitados), grupo cultural, entre otros.</p> <p>Este será un evento de rendición de cuentas del proyecto por departamento, donde se evidencie el beneficio a los colombianos de la zona, así como algunos casos de éxito.</p> <p>El operador tendrá que garantizar el desplazamiento de los medios de comunicación desde la capital del departamento.</p> <p>Se debe diseñar y desarrollar un aplicativo o actividad simbólica de inauguración de todos los Puntos y Puntos Vive Digital del departamento.</p> <p>Este evento se debe realizar en un lugar cercano a uno de los Puntos Vive Digital del departamento, previa aprobación de la entidad contratante, garantizando asistencia mínima de 150 personas.</p>		
Lanzamiento Kioscos Vive Digital	<p>Un evento para realizar la entrega de todos los Kioscos Vive Digital por departamento, que incluya el lugar, la escenografía, los equipos de proyección, de sonido, equipos para videoconferencia (en caso de inauguraciones simultáneas), refrigerios, mobiliario (carpas, tarima, sillas), material pop (volantes y pendones, registro de invitados), grupo cultural, entre otros.</p> <p>Este será un evento de rendición de cuentas del proyecto por</p>		



Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones
República de Colombia

vive digital
Colombia

	<p>departamento, donde se evidencie el beneficio a los colombianos de la zona, así como algunos casos de éxito.</p> <p>El operador tendrá que garantizar el desplazamiento de los casos de éxito de ida y regreso, así como de los medios de comunicación desde la capital del departamento.</p> <p>Se debe diseñar y desarrollar un aplicativo o actividad simbólica de inauguración de todos los Kioscos Vive Digital del departamento.</p> <p>Este evento se debe realizar en un lugar cercano a uno de los Kioscos Vive Digital del departamento, previa aprobación de la entidad contratante, garantizando asistencia mínima de 50 personas.</p>
Inauguración de Puntos Vive Digital y Puntos Vive Digital Plus Uno a uno	<p>La entidad pública debe realizar un evento de inauguración de cada Punto Vive Digital y Punto Vive Digital Plus, la cual debe incluir el lugar (puede ser el mismo Punto), amplificación de sonido y micrófonos, refrigerios, mesa principal, carpas (si es en exterior), sillas, grupo cultural, atril, banderas, himnos, convocatoria de comunidad y consecución de casos de éxito de uso del Punto. Las fechas de inauguración deberán ser reportadas por el operador a la entidad contratante.</p> <p>Se exceptúan los Puntos y Puntos Plus donde se haya realizado el Lanzamiento departamental.</p> <p>Realización o entrega: Una vez por Punto y por Punto Plus</p>
Entrega de Kioscos Vive Digital Uno a Uno	<p>El contratista debe realizar actividades de inauguración de cada Kiosco Vive Digital para su comunidad. Debe desarrollarse una actividad lúdica o concurso de acercamiento a Internet, donde la comunidad interactúe con la tecnología. Los asistentes a este evento serán los beneficiarios del Kiosco (habitantes del centro poblado y líderes de la región).</p> <p>Las fechas de inauguración deberán ser reportadas por el operador a la entidad contratante.</p> <p>Se exceptúan los Kioscos donde se haya realizado el Lanzamiento departamental.</p> <p>Realización o entrega: Una vez por Kiosco</p>
Actividades de Sensibilización a la comunidad	<p>Cada mes cada Punto y Kioscos debe realizar al menos una actividad de sensibilización, acorde a los establecido en el aparte Apropiación, que debe ir en línea con la celebración de fechas importantes y su relación con las TIC:</p> <p>Será una actividad experiencial con la comunidad, donde el tema central de cada mes será entregado por el Fondo TIC durante el mes 12 del contrato.</p> <p>Debe contemplar la conceptualización, diseño de fondos de pantalla para computador para invitar a la comunidad, implementación y registro</p>



	<p>fotográfico del desarrollo la actividad.</p> <p>Realización o entrega: Mensual</p>
Foros de Experiencias	<p>El contratista deberá realizar Foros de Casos de Éxitos anualmente, de una jornada completa (un día) donde se destaquen los casos de éxito más relevantes del proyecto dentro de los diferentes ejes del proyecto, además de contar con al menos una conferencia motivadora o académica dada por un experto en un tema de interés para el público asistente.</p> <p>El contratista debe contemplar la locación en la región impactada por el proyecto (cambiando la misma cada año), ayudas tecnológicas, sonido instalado, refrigerios y almuerzos, desplazamiento y alojamiento de los gestores/administradores de Kioscos, Puntos o Puntos Plus o protagonistas del caso de éxito de Hogares Digitales, Conectividad a Instituciones Públicas o Tendido de la Red de su departamento de ser necesaria.</p> <p>Debe contemplar invitación a medios de comunicación locales y al menos a un influenciador de redes sociales de la región.</p> <p>La convocatoria mínima para cada uno de estos eventos es de 100 personas.</p> <p>Realización o entrega: Anual desde el primer año de entrada en operación.</p>
Cuñas	<p>Deben contemplarse para promocionar todos los ejes del proyecto. Pre-producción, producción y post-producción de cuñas de 30", donde cada una incluya: 2 locutores y música de Stock. Estas cuñas deberán ser producidas con locutores profesionales de la región para lograr mantener el tono cultural de cada lugar. El mensaje deberá legitimar los periodos de apertura, de recordación y de casos de éxito.</p> <p>Las recomendaciones para estas cuñas son:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Que cuenten una micro historia, caso de éxito o ejemplo de cómo le está aportando el proyecto, o alguno de sus componentes a los habitantes de la región. Tema experiencial que cuente el beneficio de tener Internet cerca a su casa, qué uso le daría, etc.✓ Cada pieza debe tener un tono y estilo regional.✓ Frases en todas las piezas:<ul style="list-style-type: none">○ (En el cierre de las cuñas) Tecnología en la vida de cada colombiano. Vive Digital.✓ Importante que no presenten el mismo uso, que no todas las



Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones
República de Colombia

vive digital
Colombia

	<p>piezas muestren el mismo uso del Punto. Utilizar temas como educación, salud, emprendimiento, turismo, agricultura, etc.</p> <p>Realización o entrega: Lo propone el Contratista en el Plan de Comunicación presentado.</p>
Volantes	<p>Deben contemplarse para promocionar todos los ejes del proyecto.</p> <p>Volante tamaño media carta. Papel de gramaje delgado, 4 tintas por las dos caras (4X4 tintas). La información del volante deberá generar frecuencia de visita a los Kioscos, Puntos o Puntos Plus, durante el tiempo de operación, legitimar que esos proyectos hacen parte del proyecto y/o contar los beneficios de tener Internet en la zona.</p> <p>Frente al tendido de la red y a Conectividad a Instituciones Públicas, los volantes deben dar a conocer a la comunidad a impactar en qué consiste el proyecto, quien lo lidera y cuáles son los beneficios de contar con Internet en la región.</p> <p>El mensaje deberá legitimar los periodos de apertura, de recordación y de casos de éxito.</p> <p>Para el caso de Hogares Digitales, junto con la factura mensual el contratista debe entregar un volante informativo cada mes donde dé a conocer el alcance del proyecto y dar a conocer que la conectividad es un beneficio como parte del proyecto.</p> <p>Realización o entrega: Lo propone el Contratista en el Plan de Comunicación presentado.</p>
Videos casos de éxito	<p>Pre-producción, producción y post-producción de videos que tengan una duración máxima de 1.30' en formato HD con los casos de éxito. La grabación deberá ser en diferentes locaciones a nivel departamental y manejar un tono experiencial/ vivencial/demostrativo.</p> <p>Los primeros videos a entregar de cada departamento deben centrarse en la complejidad geográfica / logística para desplegar la red y llegar con los diferentes ejes del proyecto a la región. Debe "contar una historia" mientras se documenta el recorrido, instalación y contexto social de la zona para evidenciar que está ubicado en zona rural o de difícil acceso.</p> <p>Tener en cuenta los permisos (releases) sesión de derechos de las personas para poder utilizar este material en los diferentes medios de comunicación a nivel nacional, regional y comunitario.</p> <p>El mensaje deberá legitimar los periodos de apertura, de recordación y de casos de éxito.</p>



	Realización o entrega: Lo propone el Contratista en el Plan de Comunicación presentado.
--	--

6. Bolsa de Piezas a desarrollar

En el plan de Comunicaciones el contratista deberá presentar cómo distribuirá las piezas y actividades durante la implementación del plan, así como el eje del que tratará (Kioscos, Puntos, Puntos Plus, Conectividad a Instituciones Públicas, Hogares Digitales o Despliegue de la red), acorde a la necesidad o coyuntura de cada uno.

El contratista presentará el Plan inicial con la distribución de piezas a usar en cada año, hasta que al final del contrato se hayan completado la totalidad de las piezas.

CUÑAS	Cantidad: 100 cuñas a distribuir a lo largo del tiempo de implementación del plan de comunicaciones del proyecto, donde mínimo se debe garantizar 2 cuñas por año por eje del proyecto. Estas podrán ser grabadas dentro de los Puntos Vive Digital Plus, siempre y cuando cumplan con las características solicitadas en este documento. Formato: mp3
VOLANTES	Cantidad: 5'000.000 durante la implementación del plan.
VIDEOS	Cantidad: 100 videos de 1'30 cada uno a lo largo del tiempo de implementación del plan de comunicaciones del proyecto. Formato: Grabación en HD. Entrega de videos en formatos .avi y .mp4.
Medios complementarios y alternativos	Debe incluir al menos un medio alternativo de comunicación permanente por año, acorde al plan de comunicaciones planteado, y debe ser actualizado durante el tiempo de implementación del plan, para difundir información referente al proyecto. Entre ellos se deben contemplar: perifoneo, boletín informativo, publicidad exterior, publicidad interior (en sitios de gran afluencia) periódicos murales en zonas visibles, jornadas de activación con público de interés al proyecto como talleres, conferencias, módulos informativos, entre otras.

7. Grandes hitos a tener en cuenta en la planificación:

Dentro del plan de comunicaciones el contratista debe preparar los mensajes y reforzar la comunicación para los siguientes momentos claves del contrato:



**Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones**
República de Colombia

vive digital
Colombia

- Llegada de la red a cada municipio
- Llegada de Kioscos, Puntos y Puntos Plus a cada región
- Inauguraciones
- Inicio de la operación de los accesos de Hogares Digitales
- Inicio de la operación de los accesos de Instituciones Públicas
- Inicio de nuevas capacitaciones en Kioscos, Puntos y Puntos Plus
- Al finalizar la gratuidad del servicio de Internet en Instituciones Públicas y Kioscos Vive Digital
- Finalización de la operación.
- Cierre de cada año: Consolidación de logros

8. Difusión

Cobertura Nacional

El contratista deberá realizar pauta en un medio de circulación nacional al finalizar cada año de operación del proyecto, con un total de 8 publicaciones. La información publicada debe ser frente al impacto del proyecto para esa región del país.

Cobertura Regional

Dentro del Plan de Comunicaciones el contratista deberá proponer los canales o medios de comunicación regionales, comunitarios o alternativos donde difundirán todas sus piezas realizadas, así como la periodicidad de las mismas para garantizar su divulgación y el posicionamiento del proyecto en el público de la región.

Se reitera que para este fin se deben incluir medios de comunicación masivos a nivel regional, medios de comunicación comunitarios y medios de comunicación alternativos, acorde a las necesidades de comunicación de cada mensaje y de la estrategia de comunicaciones definida en el plan. También debe ser tenido en cuenta el análisis de los medios regionales para identificar los más indicados a usar.

De manera mensual el contratista debe garantizar la publicidad free press de la publicación de la oferta de servicios que tiene el proyecto, grandes hitos, actividades, logros y alcance del proyecto y sus ejes, alternando en las diferentes regiones donde el proyecto tiene presencia, así como alternando los medios en los tipos de medios que lo publican, entre masivos, comunitarios y alternativos.



**Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones**
República de Colombia



Adicionalmente debe contemplar fortalecer la divulgación de algunos hitos del proyecto, con pauta publicitaria en radio y prensa, lo cual debe estar consignado en el plan de comunicaciones. Esta pauta en radio es adicional y diferente a las cuñas establecidas en el aparte anterior. Los hitos específicos son:

- Llegada de la red a cada municipio
- Llegada de Kioscos, Puntos y Puntos Plus a cada región
- Inauguraciones
- Inicio de la operación de los accesos de Hogares Digitales
- Inicio de la operación de los accesos de Instituciones Públicas
- Inicio de nuevas capacitaciones en Kioscos, Puntos y Puntos Plus

9. Otros entregables:

En el mes 12 del contrato, el Ministerio TIC entregará en detalle los siguientes entregables al contratista, para su ejecución y desarrollo:

Reporte de logros

El Fondo TIC entregará un formato con los indicadores de logros, que debe ser diligenciado mensualmente por cada uno de los Puntos, Puntos Plus y Kioscos Vive Digital. La matriz diligenciada se deberá enviar adjunta vía correo electrónico a comunicacionesconectividad@mintic.gov.co, además de ser entregada en físico al Fondo TIC.

Recopilación casos de éxito

El operador documentar mensualmente los casos de éxito: Pieza compuesta por 3 fotografías de caso de éxito y de texto en 150 palabras que describa los antecedentes, descripción del caso y logros o resultados por cada Punto, Punto Plus y Kioscos Vive Digital.

Matriz de actualización datos de administradores

Quince (15) días antes del inicio de la operación de los Puntos, Puntos Plus y Kioscos, el operador deberá reportar la información actualizada de su administrador acorde a la Matriz adjunta. A partir del primer mes de operación, entre el día 1 y 5 de cada mes, se debe enviar esta misma Matriz con las Novedades de cambios de personal (retiro o ingreso de administradores) o actualización de datos personales.

Guía de Participación en las comunidades virtuales

El Contratista deberá garantizar que los administradores de los Kioscos, Puntos y Puntos Plus del tengan cuentas en Facebook y participen en el grupo virtual creado para ellos por la entidad



**Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones**
República de Colombia



contratante. Los lineamientos se entregarán durante el mes 12 del contrato en el documento Guía de Participación en la Comunidad Virtual.