

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

Entre los suscritos a saber **ELIZABETH LOBO GUALDRON**, identificada con la cédula de ciudadanía número 28.149.378 expedida en Girón, quien actúa en nombre y representación de las UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER, Número de Identificación Tributaria 890.208.727-1, Establecimiento Público de Educación Superior Modalidad Tecnológica del Orden Departamental, en su calidad de Vicerrectora Administrativa y Financiera, según Resolución No. 02-998 del 01 de septiembre de 2022, Delegada para contratar la adquisición de bienes, servicios y obra pública requeridos por la entidad para su normal funcionamiento, así como la ordenación del gasto requerida para ejecutar dicha contratación, mediante resolución 02-002 de enero 2 de 2024, y quien para efectos del contrato se denominará **UTS**, y por la otra, **RAUL DAVID IBARRA ROJANO** identificado con C.C 72.003.125 de Barranquilla, quien en su calidad de Representante Legal, actúa en nombre y representación de **GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS** con NIT 900.439.335-2, quien recibe notificación en la Calle 33 No. 31-143 Local 8, Bucaramanga, Santander, sin inhabilidades e incompatibilidades, de conformidad con la Ley 80 de 1993 y quien para efectos del presente contrato se denominará **EL CONTRATISTA**, hemos convenido celebrar el contrato que se especifica a continuación y el cual se regirá por las normas legales vigentes, previas las siguientes:

CONSIDERACIONES: 1) Que mediante de estudios y documentos previos la vicerrectora administrativa manifiesta que: Las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) se han consolidado como una de las instituciones de educación superior más importantes de la región, ofreciendo una amplia gama de programas académicos que abarcan más de 26 carreras en dos facultades: la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales, y la Facultad de Ciencias Naturales e Ingenierías. Con más de 23 mil estudiantes matriculados, las UTS destacan no solo por su capacidad educativa, sino también por su potencial de crecimiento en infraestructura y número de estudiantes. Actualmente, las UTS operan en varios campus ubicados en Bucaramanga, Vélez, Barrancabermeja, Piedecuesta, y ofrecen una modalidad virtual, con planes de expansión hacia Floridablanca y Socorro. **Justificación**

1. Fortalecimiento de la Competitividad y Sostenibilidad Regional: El proyecto "Estrategias Comunicacionales - UTS 2024" surge como una necesidad imperativa para fortalecer la competitividad y la sostenibilidad de las UTS en la región. La competencia en el sector educativo es feroz, y las instituciones deben destacar no solo por la calidad de sus programas académicos, sino también por su capacidad para comunicar eficazmente su valor y contribuciones. A través de la creación, elaboración, diseño y promoción de piezas comunicativas, este proyecto busca resaltar la importancia de las UTS en la educación superior y su impacto en el desarrollo local. Esto incluye la atracción de nuevos estudiantes y el fortalecimiento de la relación con los actuales, asegurando así un crecimiento sostenido y sostenible para la institución. **2. Incremento de la Conectividad y Visibilidad Institucional:** En el contexto actual, donde la digitalización y la comunicación efectiva son clave, es fundamental que las UTS incrementen su visibilidad y conectividad con la comunidad. Las tácticas propuestas en este proyecto incluyen la producción de contenido audiovisual de alta calidad, la ejecución de campañas en medios digitales y gráficos, y la implementación de campañas BTL (Below The Line) que promuevan valores institucionales como el bienestar, la inclusión y el cuidado del medio ambiente. Estas acciones no solo mejorarán la presencia de las UTS en diferentes plataformas y medios, sino que también fortalecerán la percepción positiva de la institución entre sus diversos públicos objetivo. **3. Alineación con la Expansión Territorial y Virtual:** La expansión de las UTS hacia nuevas localidades como Floridablanca y Socorro, así como el fortalecimiento de su modalidad virtual, requiere una estrategia comunicacional robusta que garantice una cohesión y coherencia en la identidad institucional. El desarrollo de campañas específicas para cada campus y la promoción de la modalidad virtual facilitarán la integración de estos nuevos espacios dentro de la estructura institucional, asegurando una transición fluida y efectiva. Esto es crucial para mantener una imagen institucional unificada y fuerte, capaz de atraer y retener estudiantes en todas sus sedes. **4. Innovación y Adaptación a Nuevas Tendencias:** El proyecto también contempla la utilización de herramientas y formatos modernos, como el desarrollo de un juego tipo trivia en línea y la producción de una serie web. Estas innovaciones responden a las tendencias actuales de consumo de información y entretenimiento, especialmente entre los jóvenes, que

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

constituyen el principal grupo objetivo de las UTS. Estas estrategias no solo captarán la atención de los estudiantes actuales y potenciales, sino que también promoverán una mayor interacción y participación de la comunidad educativa y del público en general. La adaptación a nuevas tendencias comunicacionales es vital para mantenerse relevante y atractivo en el competitivo sector educativo. **5. Impacto Positivo en la Comunidad Educativa y Regional:** Las campañas de comunicación planificadas en este proyecto no solo tienen como objetivo promocionar a las UTS, sino también generar un impacto positivo en la comunidad regional. Al incluir temas como el bienestar, la inclusión y el cuidado del medio ambiente en las campañas BTL y audiovisuales, las UTS demuestran su compromiso con el desarrollo integral de la región y la formación de ciudadanos responsables y comprometidos. Estas campañas contribuirán a mejorar la calidad de vida de la comunidad y a fortalecer los lazos entre la institución y su entorno. **6. Desarrollo de Estrategias Comunicacionales Integrales:** El proyecto abarca una serie de tácticas específicas, cada una con entregables claros y objetivos definidos, para asegurar una implementación efectiva y medible. Entre estas tácticas se incluyen: -Táctica Conceptual y Estratégica: Establecimiento de directrices estratégicas para fortalecer la competitividad, conectividad y sostenibilidad regional. -Táctica Creativa Gráfica Digital e Impresa: Creación de piezas gráficas digitales e impresas para promover las estrategias comunicacionales. -Táctica BTL: Ejecución de campañas BTL para fortalecer la conexión con la comunidad estudiantil. -Táctica Audiovisual: Producción de contenido audiovisual para destacar la relevancia de las UTS. -Táctica Digital: Posicionamiento estratégico de contenido audiovisual en plataformas digitales. -Táctica Desarrollo Web: Creación de un juego tipo trivia en línea para promover la participación y el conocimiento sobre las UTS. Cada una de estas tácticas está diseñada para abordar diferentes aspectos de la comunicación y promoción de las UTS, asegurando una cobertura integral y efectiva de todas las áreas necesarias para el éxito del proyecto. Conforme a lo anterior el presente proceso es una necesidad estratégica crucial para las Unidades Tecnológicas de Santander. A través de una serie de tácticas bien definidas y orientadas a distintos objetivos, se busca consolidar la posición de las UTS como líderes en educación superior en la región, promover su crecimiento sostenible y fortalecer su conexión con la comunidad. La implementación de este proyecto garantizará una mayor visibilidad, competitividad y sostenibilidad para la institución, alineándose con su visión de expansión y desarrollo continuo. Con estas estrategias, las UTS no solo mejorarán su capacidad para atraer y retener estudiantes, sino que también reforzarán su papel como motor de desarrollo regional, beneficiando a toda la comunidad. **2)** Que se efectuó por parte de la Vicerrectora Administrativa y Financiera de la Institución, la convocatoria a veedurías ciudadanas. **3)** Que, dentro del presupuesto de la Institución, se cuenta con recursos que amparan la realización de la contratación, de conformidad al Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 24-01453 del 23 de agosto de 2024. **4)** Que mediante Resolución No. 02-1197 del cuatro (04) de septiembre de 2024 se ordenó la apertura del proceso de Concurso de Méritos No. CM-001-2024, cuyo objeto es “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” y se estableció como presupuesto oficial estimado la suma de QUINIENTOS VEINTIÚN MILLONES SEISCIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS MCTE (\$521.694.997) IVA incluido, respaldado por el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 24-01453 del 23 de agosto de 2024. **5)** Que según lo establecido en el cronograma del proceso de selección, la evaluación de las propuestas allegadas al proceso se realizó hasta el día 17 de septiembre de 2024. **6)** Que mediante Resolución No. 02-1277 del 23 de septiembre de 2024 el ordenador del gasto adjudicó el proceso de selección Concurso de Méritos No. CM-001-2024 cuyo objeto es: “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

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

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” a GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS, identificada con NIT. 900.439.335-2, representada legalmente por RAUL DAVID IBARRA ROJANO identificado con C.C 72.003.125 de Barranquilla, por valor de hasta QUINIENTOS VEINTIÚN MILLONES SEISCIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS MCTE (\$521.694.997) IVA incluido de acuerdo al presupuesto oficial y un plazo de ejecución de TRES (3) MESES, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, previa expedición del registro presupuestal y aprobación de la póliza de garantía. 6. Que por medio de acto administrativo el ordenador del gasto designa para ejercer la supervisión del presente contrato a JULIANA PATRICIA SILVA NIÑO, Coordinadora Prensa y Medios de Representación Institucional o quien haga sus veces. 7. Que en consideración a lo anterior, hemos acordado las siguientes cláusulas: **CLAUSULA PRIMERA. - OBJETO:** El objeto del presente contrato, consiste en “**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**”. **ALCANCE DEL OBJETO:** El contratista se obliga por medio del presente contrato, a entregar a entera satisfacción del contratante de acuerdo lo señalado en el pliego de condiciones, ficha técnica y su oferta, la cual forma parte integral del mismo:

ITEM	CLASIFICACIÓN DE BIEN O SERVICIO	IDENTIFICACIÓN ADICIONAL REQUERIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CALIDAD Y PATRONES DE DESEMPEÑO MÍNIMOS	CANT.
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 de anuncios en medios digitales; 4 diseños de piezas gráficas en formato HTML.	1

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

C. Táctica BTL					
3	82101800 82141500 82131600 82151700 80111500 80141700 90131500 90131600 93141700	Campaña BTL	UNIDAD	<p>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.</p> <p>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).</p>	2
D. Táctica audiovisual					
4	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Piezas comunicativas institucionales	UNIDAD	<p>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.</p> <p>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.</p>	3
5	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141700	SPOTS	UNIDAD	<p>Idear y desarrollar una pieza comunicativa audiovisual tipo spot para cada uno de los campus (Bucaramanga, Barrancabermeja, Vélez y Piedecuesta).</p> <p>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.</p>	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	Producción audiovisual del Himno	UNIDAD	<p>Producción audiovisual del himno institucional que resalte la identidad y el orgullo de pertenecer a las UTS.</p> <p>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</p>	1

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

	90131600				
	93141500				
	93141700				
8	82101800	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.	6
	82131600				
	82141500				
	82151500				
	82151700			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.	
	90131600				
	93141500				
	93141700				
9	82101800	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.	1
	82131600				
	82141500				
	82151500				
	82151700			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.	
	90131600			10 "Bumpers ads" de 6 segundos cada uno, FULL HD, calidad 4K, sonido stereo, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical).	
	93141500				
	93141700				
10	82101800	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.	5
	82131600				
	82141500				
	82151500				
	82151700			Entregables: 5 capsulas en calidad 4K, FULL HD, con versiones en HD, sonido stereo, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 stereo.	
	90131600				
	93141500				
	93141700				
11	82101800	Productos audiovisuales tipo "Flash Mob y Video Wall"	UNIDAD	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 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.	1
	82131600				
	82141500				
	82151500				
	82151700			Entregables:	
	90131600			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	
	93141500				

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

	93141700			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.	
D. Táctica Digital					
12	82101600 82101800 80101600 80141700 83121700 93141500 93141600 93141700 93141900 93142000 93142100 55111500	Estrategia integral digital	UNIDAD	<p>Diseño y Aplicación de Estrategia Integral Digital</p> <p>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).</p> <p>Objetivos de Impresiones:</p> <p>Mínimo de 900.000 impresiones acumuladas en los siguientes públicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Público General (externo de la institución) 2. Público Interno (de la institución) <p>La cantidad mínima de impresiones de cada público será aprobada por el supervisor del contrato</p> <p>Entregables:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Documento por cada público con el detalle de la estrategia integra. 2. Documento por cada público con el enlace del video y/o imagen pautaada, incluyendo: <p>*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.</p>	2
E. Táctica Desarrollo Web					
13	82101800 82141500 82141600 80101600 81161600 93141500 93141600 93141700 93141900 93142000	Creación y desarrollo de un juego	UNIDAD	<p>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.</p> <p>Entregables:</p> <p>*1 juego en plataforma web (Entrega de Código fuente)</p> <p>* Bolsa de hasta 5.000 SMS para verificaciones de inicio de sesión.</p> <p>*1 spot promocional de máximo 30 segundos, FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido stereo, con versiones HD.</p>	1

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

	93142100				
--	----------	--	--	--	--

Nota: El anexo No. 01 al contrato contiene la explicación de la ficha técnica. **CLAUSULA SEGUNDA. - PLAZO DEL CONTRATO:** El término para la ejecución del contrato será de TRES (3) MESES contados a partir de la suscripción del acta de inicio, previa aprobación de la póliza de garantía y expedición del Registro Presupuestal respectivo por parte de la entidad. **CLAUSULA TERCERA. - VALOR:** Para los efectos legales y fiscales el contrato tiene un valor de **QUINIENTOS VEINTIÚN MILLONES DE CUATROCIENTOS SETENTA Y SEIS MIL TREINTA Y SIETE PESOS MCTE (\$521.476.037)**. Dentro de dicho valor están incluidos la totalidad de los costos en que incurre **EL CONTRATISTA** para el cumplimiento del objeto contratado. **CLÁUSULA CUARTA. - REGIMEN TRIBUTARIO:** El CONTRATISTA deberá cubrir todos los impuestos y derechos con que sea gravado por el Gobierno y las entidades públicas bajo cuya jurisdicción se ejecute el contrato, sin que tenga derecho a exigir compensación diferente al pago de los precios estipulados en el convenio. El CONTRATISTA autoriza a las UTS, para que por conducto de su Vicerrectoría Administrativa y Financiera efectúe del pago a su favor las deducciones por concepto de gravámenes Ordenanzaes y legales a que haya lugar. **CLÁUSULA QUINTA- FORMA DE PAGO:** Teniendo en cuenta el objeto, el valor y el cumplimiento por parte del oferente que llegue a salir favorecido, se pagará al contratista el valor del contrato resultante del presente proceso, de la siguiente manera: El valor del contrato se pagará en actas de pago parciales, según cumplimiento de actividades, previa presentación del informe de ejecución de actividades y cuenta de cobro o factura, las cuales serán revisadas y aprobadas por el Supervisor del contrato. **NOTA 1:** En el valor se entienden incluidos los costos directos e indirectos que ocasione la ejecución del contrato. **NOTA 2:** El contratista deberá presentar la factura o la cuenta de cobro, según sea el caso, constancia de pago de aportes a la seguridad social, parafiscales, riesgos profesionales. **CLAUSULA SEXTA. -OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LAS PARTES. - POR PARTE DEL CONTRATISTA:** El CONTRATISTA, se compromete a cumplir las siguientes: **Obligaciones Generales:** **1.** Cumplir con los deberes establecidos en el artículo 5 de la Ley 80 de 1993, en consecuencia deberán: a) colaborar con la Entidad en lo que sea necesario para que el objeto contratado se cumpla y que éste sea de la mejor calidad; b) acatar las órdenes que durante el desarrollo del contrato la Entidad le imparta; c) obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales; d) garantizar la calidad de los bienes contratados y responder por ellos; e) no acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la ley con el fin de obligarlos a hacer u omitir algún acto o hecho. **2.** Suscribir el contrato y cumplir con los requisitos de legalización, en la oportunidad establecida para el efecto. **3.** Cumplir con las normas tributarias, pagando los impuestos y retenciones a que haya lugar de conformidad con el estatuto tributario. **4.** Cumplir con normas laborales establecidas en el código sustantivo del trabajo respecto del personal utilizado en el cumplimiento del objeto contractual. **5.** Garantizar el contrato, en los términos y vigencias establecidas en el contrato y efectuar las modificaciones necesarias dentro de la etapa de ejecución o liquidación. **6.** Tener en cuenta y atender las instrucciones del encargado de ejercer la supervisión en la ejecución del contrato, todo lo anterior, de acuerdo con el objeto y las especificaciones técnicas contratadas. **7.** Suscribir junto con el supervisor todas las actas que se surtan en el desarrollo del contrato. **8.** Cumplir con sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral y parafiscales de conformidad al artículo 50 de la Ley 789 de 2002, la ley 100 de 1993, el artículo 23 de la ley 1150 de 2007 y el Decreto 3085 de 2007. **9.** Cumplir con las demás obligaciones establecidas en el contrato. **10.** Desarrollar el objeto contractual en condiciones de eficiencia, oportunidad y calidad de conformidad a los parámetros establecidos por la Entidad. **11.** Presentar la factura de cobro mensualmente, previo visto bueno del supervisor del contrato. **12.** Ejecutar el objeto del presente contrato en los plazos establecidos, bajo las condiciones económicas, técnicas y financieras estipuladas en las cláusulas correspondientes y de acuerdo con su propuesta y la invitación los cuales hacen parte integral del contrato. **13.** Vincular al personal y celebrar

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

subcontratos en su propio nombre y por su propia cuenta y riesgo, sin que las UTS adquiera responsabilidad ni solidaridad alguna por dichos actos. Por lo anterior deberá asumir respecto de sus subcontratistas (personal dirigido a la ejecución del contrato) los honorarios o salarios, horas extras, dominicales y festivos, recargo nocturno, indemnizaciones y demás prestaciones, afiliación al Sistema de pensiones y Salud según lo ordenado por la Ley 100/94 y que se causen durante la ejecución del contrato, atendiendo a la modalidad de vinculación que aplique con las personas naturales que subcontrate. **14.** Acatar las instrucciones que para el desarrollo del contrato le imparta las UTS por conducto del Supervisor. **15.** Asumir todas aquellas obligaciones inherentes al contrato y necesarias para la correcta ejecución del objeto del mismo. **OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONSULTOR:** **1.** Presentar un cronograma, dentro de los primeros diez (10) días calendario de la ejecución del contrato, que incluya cada una de las actividades a realizar, con sus respectivas fechas de inicio y cierre. Este cronograma deberá ajustarse al plazo de ejecución del contrato y estará sujeto a modificaciones previo acuerdo con el supervisor del contrato. **2.** Cumplir con el cronograma de actividades entregado. **3.** Desarrollar el concepto creativo definitivo para las estrategias de comunicación de las UTS, enfocadas en posicionar y fortalecer la competitividad, conectividad y sostenibilidad regional y/o nacional de la institución. El objetivo es atraer y captar nuevos estudiantes, fortalecer la conexión con los actuales, y destacar el rol de las UTS en la educación y el desarrollo regional. **4.** Ejecutar la táctica estratégica y estadística conforme a lo indicado en la ficha técnica y su anexo explicativo, elaborado por las UTS, y entregar los resultados correspondientes. **5.** Diseñar y crear los contenidos gráficos especificados en la táctica creativa para piezas comunicativas, siguiendo lo establecido en la ficha técnica y su anexo explicativo, realizado por las UTS, y realizar su entrega. **6.** Entregar a las UTS el diseño de dos (2) campañas BTL que promoverán los servicios del Centro de Atención al Estudiante (CAE), basándose en los requerimientos contemplados en la ficha técnica y su anexo explicativo, y ejecutar dichas campañas. Estas campañas deben ser aprobadas previamente por el supervisor del contrato. **7.** Diseñar y producir las piezas audiovisuales descritas en la táctica audiovisual de la ficha técnica, previa aprobación del guion, locaciones, vestuario y demás elementos necesarios por parte del supervisor del contrato. **8.** Diseñar e implementar la estrategia digital integral descrita en la táctica digital de la ficha técnica, cumpliendo con los requerimientos contemplados en el documento y su anexo explicativo. **9.** Desarrollar la táctica de desarrollo web según los lineamientos establecidos en la ficha técnica y su anexo explicativo. **10.** Seguir las recomendaciones y lineamientos creativos e institucionales que indique el supervisor del contrato o las UTS. **11.** Conocer y aplicar el Manual de Imagen Institucional de las UTS. **POR SU PARTE, LAS UTS, se obliga a:** Efectuar el pago, de conformidad a lo previsto en la Cláusula Quinta del presente contrato, con cargo a la apropiación presupuestal respectiva y al Programa Mensualizado de Caja PAC. **CLÁUSULA SEPTIMA. - CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN.** - El contrato que se firme entre el CONTRATISTA y las UTS es intransferible. Al contratista no le será permitido subcontratar totalmente o ceder el contrato o parte de este a otra persona o entidad, salvo autorización expresa y escrita de las UTS. **PARAGRAFO PRIMERO:** La autorización de la entidad es solo respecto de la cesión del contrato. **CLÁUSULA OCTAVA. - RESPONSABILIDAD LABORAL. VINCULACIÓN DE PERSONAL:** El CONTRATISTA, en su carácter de verdadero y único empleador del personal que utilice en la ejecución del respectivo contrato, asumirá todas las obligaciones resultantes de tal vinculación laboral, incluyendo lo referente a la dotación de sus trabajadores. Como empleador de sus trabajadores, será responsable de cubrir oportunamente los aportes y atender todas las obligaciones de carácter laboral que corresponden por Ley (Salud, Pensión, ARL, ICBF, SENA, Caja de Compensación, etc.). El personal del contratista, no tiene ni adquirirá por razón de la ejecución del contrato, vínculo laboral alguno con las UTS, toda la responsabilidad derivada de los contratos de trabajo correrá a cargo exclusivo del contratista. **CLÁUSULA NOVENA. - GARANTÍA ÚNICA:** El CONTRATISTA otorgará una garantía única de cumplimiento a favor de las UTS que tendrá por objeto respaldar todas y cada una de las obligaciones que surjan a cargo del contratista frente a las Unidades Tecnológicas de Santander, por razón de la celebración, ejecución y

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

liquidación del contrato. La garantía única incluirá como riesgos amparados y valores mínimos los siguientes:

PÓLIZA	PORCENTAJE (VALOR ASEGURADO)	VIGENCIA	PARTES
CUMPLIMIENTO	10% del valor total del contrato (Incluido IVA)	Por el término de ejecución del contrato.	Tomador: Contratista Afianzado: Contratista Asegurado: UTS Beneficiario: UTS
CALIDAD DEL SERVICIO	10% del valor total del contrato (Incluido IVA)	Esta garantía debe estar vigente por un término de no inferior a cinco (5) años contados a partir de la fecha en la cual la entidad estatal recibe a satisfacción la obra.	Tomador: Contratista Afianzado: Contratista Asegurado: UTS Beneficiario: UTS
PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES LABORALES	5 % del valor total del contrato (Incluido IVA)	Por el término de ejecución del contrato y tres (3) años más.	Tomador: Contratista Afianzado: Contratista Asegurado: UTS Beneficiario: UTS

PARÁGRAFO PRIMERO. - Las anteriores garantías están sujetas a la aprobación de la Oficina Jurídica de las UTS. **PARÁGRAFO SEGUNDO.** - Será responsabilidad del contratista prorrogar las garantías en caso de ser necesario. **CLÁUSULA DÉCIMA. - CLAUSULA PENAL PECUNIARIA:** En caso de incumplimiento total de las obligaciones a cargo del contratista, las UTS podrá hacer efectiva la cláusula penal pecuniaria en un monto equivalente al diez por ciento (10%) del valor total del contrato, como estimación anticipada y parcial de los perjuicios que se causen sin perjuicio que las UTS pueda solicitar al contratista la totalidad del valor de los perjuicios causados en lo que excedan del valor de la cláusula penal pecuniaria. El CONTRATISTA autoriza a las Unidades Tecnológicas de Santander para descontar de las sumas adeudas los valores correspondientes a la cláusula penal pecuniaria. **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA.- MULTAS:** De conformidad a lo dispuesto en el artículo 17 de la ley 1150 de 2007, las UTS podrán imponer multas al contratista en caso de retardo o incumplimiento parcial, hasta por la suma del diez por ciento (10%) del valor de la parte incumplida, que para el presente contrato hace referencia a los servicios dejados de prestar por parte del contratista, con fundamento en los perjuicios que sufra, sin perjuicio de las acciones indemnizatorias por la vía judicial a que hubiere lugar. De las multas tasadas, impuestas y cobradas, se informará por parte del Supervisor a la Cámara de Comercio. **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – TERMINACIÓN, MODIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN UNILATERAL DEL CONTRATO.** El contratante puede terminar, modificar y/o interpretar unilateralmente el contrato, de acuerdo con los artículos 15 a 17 de la Ley 80 de 1193, cuando lo considere necesario para que el contratista cumpla con el objeto del presente contrato. **CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA – CADUCIDAD:** el contratante estará facultado para declarar caducidad cuando exista incumplimiento del contrato por parte del contratista en la forma y de acuerdo con el procedimiento provisto por la ley. **CLÁUSULA DÉCIMA CUARTA - CAUSALES DE TERMINACIÓN:** Las partes podrán dar por terminado el presente contrato en cualquier momento y sin indemnización alguna, en los siguientes eventos: **1).** Por cesación de pagos, apertura de proceso concursal o embargos judiciales que afecten de manera grave el cumplimiento del presente contrato. **2).** Por no dar inicio a los trabajos en el tiempo convenido. **3).** Cuando el incumplimiento de alguna de las partes, se deriven consecuencias que hagan imposible su ejecución o causen graves perjuicios a la otra. **4).** Por retraso injustificado en la ejecución de las actividades contratadas, siempre y cuando dicho retraso se deba a causas imputables a alguna de las partes. **5).** Cuando se adelante o ejecute obras o trabajos distintos a las convencidos como objeto del presente contrato; o no lo ejecute en los términos y especificaciones previstas. **6).** Por causas legales. **7).** Por caso fortuito o fuerza mayor. **8).** Por sentencia judicial que condene a cualquiera de LAS PARTES como autor o participe de actividades ilegales, infracciones o delitos; o si es incluido en listas para el control de lavado de activos administradas por cualquier autoridad nacional o extranjera. **9).** Por finalización del plazo fijado. **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA –DEFECTOS DE EJECUCION:** El contratista será responsable por desperfectos de los elementos entregados o por especificaciones inferiores a las pactadas en el contrato. Así mismo, se obliga a llevar a cabo su costo los reemplazos que se ocasionen por estos conceptos.

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 002526-24 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

CLAUSULA DECIMA SEXTA. - MECANISMOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS: Las diferencias que se presenten entre el CONTRATISTA y el SUPERVISOR, que no sean resueltas en el término de quince (15) días calendario, por no haberse llegado a un acuerdo entre las partes, serán planteadas al Representante Legal de las UTS, en solicitud de su mediación o decisión. Si tal gestión no conduce al acuerdo que se busca, se procederá así: Las diferencias o controversias que surjan entre las UTS y el CONTRATISTA, por concepto de celebración, interpretación, ejecución o terminación del presente contrato y que no puedan ser resueltas de común acuerdo, serán dirimidas conforme a lo establecido en la Ley 80 de 1993.

CLÁUSULA DÉCIMA SEPTIMA. - INDEMNIDAD: El contratista se obliga a mantener a las Unidades Tecnológicas de Santander libre de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros y que se deriven de sus actuaciones o de las de sus subcontratistas o dependientes en la ejecución del presente contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA OCTAVA - LUGAR DE CUMPLIMIENTO Y DOMICILIO CONTRACTUAL: Para cualquier efecto, el lugar de domicilio contractual es la ciudad de Bucaramanga, y el lugar de cumplimiento de las obligaciones contractuales se llevará a cabo en la sede principal de Bucaramanga y las Regionales en Piedecuesta, Barrancabermeja, y Vélez de las Unidades Tecnológicas de Santander.

CLÁUSULA DÉCIMA NOVENA. - NOTIFICACIONES: Las notificaciones que una de las partes deba hacer a la otra, se harán mediante correo certificado a las siguientes direcciones: Las UTS en la Calle de los Estudiantes No. 9-82, en Bucaramanga y al correo electrónico contratacion@correo.uts.edu.co y El CONTRATISTA: Calle 33 No. 31-143 Local 8, Bucaramanga, Santander y al correo electrónico rauldavidibarr@gmail.com

CLÁUSULA VIGESIMA - PERFECCIONAMIENTO: El presente contrato se perfecciona con la firma de las partes y requiere para su ejecución que el CONTRATISTA acredite: **1)** La garantía única, la cual debe ser aprobada por la Oficina Jurídica **2)** La expedición de registro presupuestal respectivo por parte de la entidad.

Reviso:

Álvaro Benavides Mateus
Profesional Especializado UTS



Proyecto:

Paula Juliana Pedraza Infante
Contratista UTS

