| | |
|---|---|
| Gobernación de Norte de Santander | **ESTUDIO TECNICO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD CONTRATO INTERADMINISTRATIVO** |

| | |
|---|---|
| **FECHA:** | 15 de Octubre de 2024 |

## 1. GENERALIDADES

**1).** Que, el artículo 113 de la Constitución Política de Colombia, establece: “Los diferentes órganos del Estado tienen funciones separadas pero colaboran armónicamente para la realización de sus fines. **2)**. Que, la Constitución Política en su artículo 209, parágrafo 2, establece: "La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones. Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. La administración pública, en todos sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley. **3).** Que, conforme al artículo 6 de la Ley 489 de 1998, y en aplicación de los principios de coordinación y colaboración, las autoridades administrativas deben garantizar la armonía en el ejercicio de sus respectivas funciones con el fin de lograr los fines y cometidos estatales y en consecuencia, prestaran su colaboración a las demás entidades para facilitar el ejercicio de sus funciones y se abstendrán de impedir o estorbar su cumplimiento por los órganos, dependencias, organismos y entidades titulares. **4).** Que, el artículo 95 de la Ley 489 de 1998, faculta a las Entidades Públicas para asociarse con el fin de cooperar en el cumplimiento de funciones administrativas o de prestar conjuntamente servicios que se hallen a su cargo, mediante la celebración de convenios y/o Contratos interadministrativos o la conformación de personas jurídicas sin ánimo de lucro. **5).** Que, el artículo 24, numeral 1, literal c de La Ley 80 de 1993, Régimen de la Contratación Estatal y el artículo 2.2.1.2.1.4.4 del Decreto 1082 de 2015, establecen como modalidad de contratación directa los Convenios o contratos interadministrativos. **6).** Que, el Departamento de Norte de Santander determinó que se requería de emisión de los programas institucionales de la Gobernación de Norte de Santander dentro del marco del proyecto “FORTALECIMIENTO DE ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EL DESARROLLO DEL TEJIDO EMPRESARIAL NORTE DE SANTANDER 2024004540074**”.** 7**)**. Que, la Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad de la Gobernación de Norte de Santander, realizo el correspondiente estudio de documentos previos, en el cual se exponen los motivos por los cuales se debe proceder a la realización del presente Contrato. 8**).** Que el Contrato a financiar y que constituye objeto de este Contrato, se encuentra inscrito y viabilizado en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión del Departamento. 9) Que los secretarios de despacho de la Gobernación del departamento de Norte de Santander, según lo establecido en el Decreto No 000073 del 15 de enero del 2024, están delegados para la suscripción de los Contratos Interadministrativos.

### 1.1 PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES

| | |
|---|---|
| **DEPENDENCIA DONDE SURGE LA NECESIDAD** | **SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVIDAD** |
| **CODIGO UNSPSC** | **CLASIFICACION DE LOS BIENES Y SERVICIOS A PROVEER** |

| ITEM | CODIGO UNSPSC | PRODUCTO |
|---|---|---|

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 1 | 86132000 | SERVICIOS DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN EN ADMINISTRACIÓN | |
| | 2 | 81150000 | SERVICIOS DE PEDAGOGÍA | |
| | 3 | 86101705 | CAPACITACIÓN ADMINISTRATIVA | |
| **ORIGEN DE LOS RECURSOS** | **Recursos de Funcionamiento**<br>**Rubro** | | | |
| | **Recursos de Inversión**<br>**Rubro** | | | |
| | **Recursos**<br>**Rubro** 2.3.2.02.02.009 Servicios Para la Comunidad, Sociales y Personales". | | | |
| **CÓDIGO BPIN (Si aplica)** | 2024004540074 | | | |
| **META PDD (Si aplica)** | META 5 "Apoyo a consolidación de iniciativa Clúster" | | | |
| | | | | |
| **1.2 MODALIDAD DE SELECCIÓN** | | | | |
| **MODALIDAD** | DIRECTA | | | |
| **FUNDAMENTOS JURIDICOS** | **Decreto 1082 del año 2015** | | | |
| **1.3 TIPO DE CONTRATO A CELEBRAR** | | | | |
| | COMPRA VENTA | | | |
| | INTERVENTORIA | | | |
| | OBRA | | | |
| | PRESTACION DE SERVICIOS | | | |
| | SUMINISTRO | | | |
| | CONTRATO INTERADMINISTRATIVO | | | **X** |

## 2. DESCRIPCIÓN NECESIDAD, CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD

Conforme al artículo 6 de la Ley 489 de 1998, y en aplicación de los principios de coordinación y colaboración, las autoridades administrativas deben garantizar la armonía en el ejercicio de sus respectivas funciones con el fin de lograr los fines y cometidos estatales y en consecuencia, prestaran su colaboración a las demás entidades para facilitar el ejercicio de sus funciones y se abstendrán de impedir o estorbar su cumplimiento por los órganos, dependencias, organismos y entidades titulares.

El artículo 95 de la Ley 489 de 1998, faculta a las Entidades Públicas para asociarse con el fin de cooperar en el cumplimiento de funciones administrativas o de prestar conjuntamente servicios que se hallen a su cargo, mediante la celebración de Convenio y/o Contratos interadministrativos o la conformación de personas jurídicas sin ánimo de lucro.

La Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad de la Gobernación de Norte de Santander determinó que se requería de emisión de los programas institucionales de la Gobernación de Norte de Santander dentro del marco del proyecto "FORTALECIMIENTO DE ESTRATEGIAS QUE

PERMITAN EL DESARROLLO DEL TEJIDO EMPRESARIAL NORTE DE SANTANDER 2024004540074”**.**

La Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad de la Gobernación de Norte de Santander, realizó el correspondiente estudio de documentos previos, en el cual se exponen los motivos por los cuales se debe proceder a la realización del Contrato.

Que, las leyes como la 590 de 2000, modificado por la ley la 905 de 2004 y la ley 1014 de 2006 subrayan la necesidad de promover, incentivar y fortalecer la capacidad emprendedora del país. Además, se crearon organismos como las Redes de Emprendimiento, encargadas de facilitar y fomentar el emprendimiento.

Que, La Ley 2069 de 2020 busca impulsar el emprendimiento en Colombia mediante la simplificación de trámites, incentivos fiscales, acceso a financiamiento y programas de formación. Esta ley también promueve la innovación y apoya a poblaciones vulnerables y zonas rurales para fomentar una economía más inclusiva y competitiva.

Que, Por su parte, la Ley 2234 de 2022, "Por la cual se promueve la política de emprendimiento social", establece los lineamientos para la creación de la Política Pública de Emprendimiento Social, esta ley busca desarrollar soluciones a problemas sociales, culturales y ambientales, actuando como motor de transformación e innovación tanto a nivel nacional como regional. Además, fomenta el reconocimiento y fortalecimiento del emprendimiento social por parte del Gobierno Nacional, entidades públicas, gobiernos locales y departamentales, el sector privado y otros actores estratégicos del ecosistema de emprendimiento social.

Que, El Gobierno Nacional, dentro del Plan Nacional de Desarrollo, ha incluido la creación de un Consejo Nacional de Economía Popular, bajo la supervisión del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Este consejo tiene como objetivo potenciar pequeños negocios y microempresas que no tienen acceso a crédito ni a ninguna otra forma de protección para su sostenimiento. Esta iniciativa beneficia a las personas con unidades productivas de baja escala, permitiendo el diseño de un sistema de información enfocado en la economía popular y herramientas para impulsar estos negocios.

Que, Desde el vigente Plan Nacional de Desarrollo Departamental, reconociendo la importancia de fomentar y fortalecer el emprendimiento en la región, se han establecido indicadores de resultado que incluyen la generación de empleo a través de nuevos emprendimientos, el número de nuevos emprendimientos creados y la cantidad de emprendimientos que reciben apoyo financiero y/o comercial.

Que, la Ordenanza N°0017 del 31 de diciembre de 2021 expedida por la Honorable Asamblea Departamental, establece como uno de algunos de sus objetivos promover espacios de fortalecimiento y crecimiento económico, comercial, y organizacional, de los emprendimientos, ideas de negocio o microempresas, y empresas de los Nortesantandereanos; Esta ordenanza tiene como objetivo crear condiciones favorables para la creación y sostenibilidad de nuevas empresas, fomentar la cultura emprendedora y apoyar a los emprendedores a través de programas

de formación, financiamiento y asesoría técnica. También se enfoca en la inclusión de poblaciones vulnerables y en el desarrollo de zonas rurales, contribuyendo al crecimiento económico y al bienestar social de la región.

Que, la Ordenanza N°0017 del 31 de diciembre de 2021 expedida por la Honorable Asamblea Departamental, define como una línea estratégica de validación para la implementación de la política pública de emprendimiento, innovación e internacionalización.

Que, el objetivo general del proyecto es la creación de una estrategia de comunicación digital es crucial para los emprendedores en el entorno actual, donde la presencia en línea puede determinar el éxito o fracaso de un negocio (Gómez & López, 2020). En un mundo cada vez más interconectado, los consumidores buscan información y conexiones a través de plataformas digitales (Rodríguez & Silva, 2019). Una estrategia bien definida no solo visibiliza la marca, sino que también permite establecer una comunicación efectiva con la audiencia, comprender sus necesidades y construir relaciones duraderas (Sánchez, 2021). Para los emprendedores del departamento de Norte de Santander, este enfoque es especialmente relevante debido a la necesidad de posicionar sus marcas en un entorno competitivo.

Además, una estrategia de comunicación digital facilita la segmentación del público objetivo, optimizando recursos y maximizando el impacto de las acciones de marketing (González & Pérez, 2018). Las herramientas digitales proporcionan métricas que permiten analizar resultados y ajustar las tácticas según el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado (Muñoz & Restrepo, 2020), Esto es particularmente importante para los emprendedores de Norte de Santander que buscan posicionar sus marcas y mejorar su competitividad mediante el uso de recursos eficientes.

La implementación de una estrategia de comunicación digital para formar a los emprendedores en la gestión de su marca tiene múltiples beneficios clave. En primer lugar, facilita la construcción de una identidad de marca clara, ayudando a los emprendedores a definir y comunicar su propuesta de valor de manera efectiva, asegurando que su mensaje resuene con el público objetivo (Ortiz & Vargas, 2022). En segundo lugar, esta estrategia fomenta el desarrollo de habilidades digitales, capacitando a los emprendedores en el uso de herramientas y plataformas que les permitan gestionar eficazmente sus canales de comunicación (Pérez & Medina, 2019). Esto es esencial para conectar con sus clientes potenciales y crear relaciones significativas basadas en la interacción y el feedback constante (Martínez & Calderón, 2021).

En los últimos cinco años, Colombia ha implementado diversas iniciativas y programas orientados a fomentar el emprendimiento como motor de desarrollo económico. Uno de los principales esfuerzos ha sido el programa "Colombia Emprende", impulsado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuyo objetivo es ofrecer apoyo técnico y financiero a emprendedores en las diferentes etapas de sus proyectos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020). Este programa ha contribuido significativamente al fortalecimiento de la creación de empresas en sectores estratégicos, promoviendo la generación de empleo y la formalización de negocios en todo el país.

En el contexto regional, Norte de Santander ha desarrollado iniciativas específicas para abordar las necesidades particulares de sus emprendedores. Un ejemplo destacado es el programa "Emprender es Posible", respaldado por la Gobernación de Norte de Santander, que ofrece capacitaciones, asesoramiento y acceso a microcréditos para pequeños emprendedores (Gobernación de Norte de Santander, 2021). Este programa no solo incentiva la creación de nuevas empresas, sino que también mejora la competitividad de los negocios ya existentes, abordando los desafíos particulares que caracterizan la economía local.

Otro programa relevante a nivel nacional es "Innpulsa Colombia", que promueve la innovación y el emprendimiento, enfocándose en sectores de alta tecnología y valor agregado. A través de este programa, se han creado espacios de coworking y se ha fomentado la colaboración entre universidades y empresas para fortalecer el ecosistema emprendedor (Innpulsa Colombia, 2022). Este enfoque ha sido especialmente beneficioso en regiones como Norte de Santander, donde la innovación es un factor clave para superar las barreras económicas y sociales.

A pesar de estos esfuerzos, los resultados no han sido uniformes y persisten desafíos importantes en la consolidación de los emprendimientos. De acuerdo con un informe de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2023), la informalidad y la falta de educación empresarial continúan siendo obstáculos que limitan el crecimiento sostenible de los negocios en la región. Es fundamental que los programas de apoyo se fortalezcan y se adapten a las condiciones locales, garantizando un impacto real en el desarrollo económico de Norte de Santander y contribuyendo a la reducción de la informalidad y el desempleo.

Durante el gobierno de las oportunidades, se apoyó la gestión de marketing e identidad corporativa de aproximadamente 5.000 emprendedores de Norte de Santander. Este respaldo permitió fortalecer la imagen y la estructura organizativa de múltiples ideas de desarrollo económico, beneficiando sectores como comidas rápidas, tiendas, emprendimientos innovadores, reposterías y restaurantes, entre otros (Gobernación de Norte de Santander, 2021). El programa "ADN Norte Emprende" destacó por su contribución no solo al desarrollo empresarial desde una perspectiva corporativa, sino también como un espacio formativo en economía circular, ideas de negocio, marketing, redes sociales y atención al cliente, proporcionando herramientas clave para el éxito y la sostenibilidad de los emprendedores de la región.

En conclusión, diseñar e implementar una estrategia de comunicación digital para la gestión de marcas emprendedoras en Norte de Santander empoderará a los emprendedores, proporcionándoles las herramientas y conocimientos necesarios para gestionar sus marcas de manera efectiva y sostenible en un entorno digital competitivo. Además, al enseñarles a segmentar y personalizar sus mensajes, esta estrategia contribuirá significativamente al logro del objetivo de posicionar a 40 emprendedores del departamento, asociados a la Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación de Norte de Santander, en el entorno digital.

Que atendiendo a la naturaleza e implicaciones del proyecto, el Departamento Norte de Santander, procedió a designar a la aludida Secretaria, para la elaboración de los correspondientes estudios previos de oportunidad y conveniencia, en los que se pudiere definir aspectos relativos a descripción de la necesidad a satisfacer, objeto a contratar con sus respectivo

alcance y especificaciones técnicas, valores, formas de desembolso, modalidad de selección, justificación y fundamentos, criterio de selección de la oferta más favorable; riesgos que pudieren derivarse de la ejecución del proyecto y la contratación, así como las garantías exigibles para la cobertura de riesgos, todo ello de conformidad al Artículo 2.2.1.1.2.1.1. del Decreto 1082 de 2015, concordante con el Artículo 20 del decreto 1510 de 2013.

Que producto de la elaboración del documento de estudios previos de oportunidad y conveniencia, se determine) modalidad de selección, así como la justificación y fundamentos, criterio de selección de la oferta más favorable, esto en atención al preceptor del numeral 4, del Articulo 2 de la Ley 1150 de 2007, y el Articulo 2.2.1.2.1.4.4. del Decreto 1082 de 2015 y demás normas concordantes hasta aquí descritas.

Que con base en el último inciso del articulo 113 y el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia, las entidades públicas, deben colaborar y cooperar armónicamente para la realización de sus objetivos comunes y coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado.

Que la constitución política en su artículo 305 numeral segundo, concordante con el artículo 2 de la ley 80 de 1993, señala que es atribución del gobernador dirigir y coordinar la acción administrativa del departamento, actuar en su nombre y suscribir los contratos que correspondan.

Que el inciso primero del literal c) del numeral 4º del artículo 2º de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 92 de la Ley 1474 de 2011, establece dos (2) condiciones ineludibles, aún para entidades públicas regidas por normas de contratación de derecho privado, a la hora de celebrar contratos interadministrativos, a saber: Que las obligaciones del contratista tengan “relación directa” con su objeto, “señalado en la ley o en sus reglamentos”, y que no versen sobre los siguientes tipos contractuales, taxativamente señalados en la norma en cita: a) Contratos de obra; b) de suministro; c) de prestación de servicios de evaluación de conformidad, respecto de las normas o reglamentos técnicos; y, d) encargos fiduciarios y fiducia pública, cuando las instituciones de educación superior públicas o las Sociedades de Economía Mixta, con participación mayoritaria del Estado, o las personas jurídicas sin ánimo de lucro conformadas por la asociación de entidades públicas, o las federaciones de entidades territoriales sean las ejecutoras

Que para la realización del presente Contrato existe el rubro presupuestal número 2.3.2.02.02.009 Servicios Para la Comunidad, Sociales y Personales”.

Que los secretarios de Despacho de la Gobernación del Departamento de Norte de Santander, según lo establecido en el Decreto 000073 del 15 de enero del 2024, “Por medio del cual se efectúa una delegación en materia contractual, se disponen medidas para ejercer el control y vigilancia en la actividad contractual de la administración Departamental, se deroga el decreto 001514 del 8 de noviembre del 2022, demás decretos concordantes y complementarios”. Delegó en la Secretaria de Desarrollo Económico y Productividad del Departamento Norte de Santander, la competencia para la contratación y ordenación del gasto, para todos los procesos de contratación en las diferentes modalidades de selección establecidas en la ley incluyendo todas

las actividades precontractuales, contractuales y pos-contractuales, desde la generación de la necesidad, elaboración de estudios previos, convocatoria, celebración de Contratos y contratos y el seguimiento posterior de la calidad de los bienes y servicios contratados, sin consideración de la cuantía.

Que en atención a lo dispuesto en el numeral 4° del Articulo 2.2.1.2.1.4.4., del Decreto 1082 de 2015, los estudios y documentos previos que soportan la formalización de la presente contratación, en el portal web de la agencia nacional de contratación pública SECOP II, dentro de los términos perentorios previstos en la normatividad que reglamenta la materia e igualmente reposaran en el despacho de la Secretaria de Desarrollo Económico y Productividad del departamento para lo concerniente a revisiones y consultas que fueren necesarias o requeridas por cualquier interesado.

## 3. JUSTIFICACIÓN DE LA MODALIDAD DE SELECCIÓN Y FUNDAMENTOS JURÍDICOS

La normatividad que regula la celebración de Contratos interadministrativos es el artículo 2.2.1.1.2.1.1. del Decreto 1082 de 2015, concordante con el Artículo 20 del decreto 1510 de 2013.

Producto de la elaboración del documento de estudios previos de oportunidad y conveniencia, se determinó modalidad de selección, así como la justificación y fundamentos, criterio de selección de la oferta más favorable, esto en atención al preceptor del literal "E", numeral 4, del Articulo 2 de la Ley 1150 de 2007, concordante con el Artículo 79 del Decreto 1510 de 1993 y el Articulo 2.2.1.2.1.4.4., del Decreto 1082 de 2015.

La modalidad de contratación será directa al enmarcarse en lo establecido en el artículo 2 numeral 4, literal c) de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 92 de la Ley 1474 de 2011, el cual señala lo siguiente:

*"Artículo 2 de las Modalidades de Selección. La escogencia del contratista se efectuará con arreglo a las modalidades de selección de licitación pública, selección abreviada, concurso de méritos y contratación directa, con base en las siguientes reglas:*

*(...)Contratación directa. La modalidad de selección de contratación directa, solamente procederá en los siguientes casos: (...)*

*c) <Inciso 1o. modificado por el artículo 92 de la Ley 1474 de 2011. Contratos interadministrativos, siempre que las obligaciones derivadas del mismo tengan relación directa con el objeto de la entidad ejecutora señalado en la ley o en sus reglamentos".*

En cuanto a la creación, existencia y representación legal de la **UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**, es una Institución de Educación Superior de naturaleza pública con personería jurídica otorgada mediante Resolución No. 20 del 19 de septiembre de 1962 proferida por la Gobernación del Departamento Norte de Santander, reconocida como Universidad Oficial mediante la Ley 67 de 1968 expedida por el Congreso de la República de Colombia, oficializada como Ente de Educación Superior del Orden Departamental mediante el Decreto No. 323 del 13

de mayo de 1970 expedido por la Gobernación del Departamento de Norte de Santander, identificada con NIT 890.500.622-6 y con domicilio en la Av. Gran Colombia No 12E - 96 Colsag de esta ciudad; en lo que corresponde al análisis del fin u objeto misional de la UFPS se encuentran contenidos en el Acuerdo No. 048 del 27 de junio del 2007 contentivo del Estatuto General de la Universidad Francisco de Paula Santander expedido por el Consejo Superior Universitario de esa entidad, al igual sus facultades que acreditan las cualidades de experiencia e idoneidad de la entidad, evidenciándose de todo ello que, la **UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER** es un ente universitario oficial, autónomo, con régimen especial vinculada al Ministerio de Educación Nacional en lo que se refiere a las políticas y planeación del sector educativo, con personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, patrimonio independiente (Capítulo I Acuerdo No. 048 del 27 de junio del 2007).

En los estatutos generales de la **UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**, Acuerdo Superior No 048 del 27 de junio del 2007, se establece en el Capitulo II "Principios, objetivos y modalidades educativas", artículo 4° literal n. *"La Universidad en su radio de acción buscara en constituirse en un factor determinante en el desarrollo regional y nacional mediante su integración con el sector productivo";* artículo 5° literales d. *"Ser factor de desarrollo científico, cultural, económico, político y ético a nivel regional, nacional e internacional*"; f. "*Promover la unidad nacional, la descentralización, la integración regional y fronteriza, y la cooperación interinstitucional con miras a que la región y el país dispongan de los recursos humanos y de las tecnologías apropiadas que le permitan atender adecuadamente sus necesidades";* k. "Propiciar la integración de la Universidad Francisco de Paula Santander con otros sectores e instituciones, en los campos económico, social y cultural a nivel regional, nacional e internacional" .

Es del caso a su vez precisar que la competencia para suscribir Contratos o contratos, señalada en el Estatuto General de la Universidad, entre ellos el de contratos interadministrativos, se encuentra ajustada a lo dispuesto en la Ley 30 de 1992, específicamente a la disposición prevista en el artículo 120 que contiene los lineamientos de la Extensión, según los cuales, es posible ampliar la actividad contractual a todo tipo de servicios que redunden en beneficio de la comunidad, o conduzcan a la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

La Universidad Francisco de Paula Santander cuenta con la infraestructura y con los recursos técnicos y financieros necesarios para ejecutar las actividades relacionadas con el objeto contractual como operador del proyecto.

Por último, la Universidad Francisco de Paula Santander ha ejecutado proyectos acordes a su objeto social, en la gerencia, ejecución y desarrollo técnico, jurídico y financiero de proyectos con gran impacto social y empresarial en el Departamento Norte de Santander, en temáticas de innovación empresarial o desarrollo empresarial.

La procedencia de la suscripción del contrato interadministrativo para desarrollar el objeto que se describe, se deriva de la naturaleza de las actividades que guardan relación directa con el objeto misional de ambas entidades.

Por lo expuesto se concluye la viabilidad jurídica de celebrar un Contrato Interadministrativo entre el DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER y la UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

## 3.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS EXIGIDAS

### 3.1.1. CONDICIONES TÉCNICAS

En cumplimiento de lo establecido en los Artículos 2.2.1.2.1.5.1 y 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015, se elabora y presenta la Ficha Técnica del presente proceso contractual.

**FICHA TECNICA**

**PLAN DE MEDIOS DESCRIPCIÓN**

El posicionamiento de emprendimientos en Norte de Santander, es fundamental estructurar un enfoque integral que aborde la realidad social, económica y cultural de la región. A continuación, detallo un plan de medios que puede maximizar la visibilidad y credibilidad de los emprendimientos departamentales:

1. Análisis del entorno y diagnóstico de la situación

- Identificación del público objetivo: segmentar a los posibles clientes de estos emprendimientos, diferenciando entre público local, nacional e internacional, y evaluando sus comportamientos de consumo de medios. En Norte de Santander, existen subgrupos como los habitantes urbanos de Cúcuta, las comunidades rurales y la población migrante, que demandan enfoques diferentes.
- Análisis competitivo: Investigar qué tipo de estrategias están utilizando los competidores locales o regionales, cómo están posicionados y qué nichos han quedado sin atender. Esto ayudará a identificar oportunidades no exploradas.
- Revisión de medios locales y regionales: Medios como el Canal TRO, La Opinión y emisoras radiales locales son fundamentales. Además, las plataformas digitales y redes sociales han crecido enormemente en influencia en la región, por lo que es necesario analizar qué plataformas tienen más penetración y credibilidad en el público objetivo.

2. Definición de objetivos

- Posicionamiento y visibilidad: Que los emprendimientos locales sean reconocidos como actores clave en la economía regional y que se asocien con calidad, innovación y soluciones a las necesidades locales.
- Incremento del engagement: Generar una conexión emocional y racional con el público para que se sientan identificados y confíen en los productos o servicios.
- Generación de leads y ventas: Aumentar las ventas mediante campañas que faciliten el contacto directo con los emprendedores.

3. Estrategias de contenido

a. Marketing de contenidos

El enfoque clave para los emprendimientos debe ser la creación de contenido relevante que se adapte a las plataformas y medios donde se encuentra el público objetivo.

- Historias de éxito: Mostrar casos de éxito de emprendedores locales, relatando cómo sus negocios contribuyen al desarrollo de la región y generan impacto social.
- Videos y microdocumentales: Utilizar el formato audiovisual para narrar las historias detrás de cada emprendimiento, mostrando la autenticidad y el esfuerzo humano involucrado.
- Blog o sección en plataformas locales: Crear una sección en un blog o portal de noticias regional para educar sobre el emprendimiento en Norte de Santander, destacando las oportunidades económicas y sociales que ofrecen estos negocios.

b. Social media marketing

Es indispensable aprovechar el poder de las redes sociales para posicionar a los emprendimientos. Las plataformas más populares en la región, como Instagram, Facebook y WhatsApp, permiten una segmentación efectiva.

- Instagram y Facebook Ads: Desarrollar campañas pagadas que destaquen productos o servicios locales, enfocándose en geotargeting para llegar a diferentes sectores de la región. Utilizar segmentación por intereses y comportamientos relacionados con compras en línea y productos regionales.
- Influencers locales: Aprovechar la colaboración con influenciadores que tengan credibilidad y llegada al público objetivo en Cúcuta y otras ciudades del departamento.
- Instagram Stories y Reels: Crear contenido breve y dinámico mostrando los emprendimientos "detrás de cámaras", lo cual da una sensación de cercanía y autenticidad.

c. Colaboraciones con medios tradicionales

- Prensa escrita y radio: Pautar en medios como La Opinión o en programas de radio locales con alta audiencia, creando campañas que refuercen el sentido de pertenencia y la necesidad de apoyar los productos locales.
- Televisión regional: Crear un segmento patrocinado en el Canal TRO que muestre historias inspiradoras de emprendedores en la región, relacionándolo con programas de entretenimiento o noticias que tengan alta sintonía.

4. Acciones promocionales y eventos

- Ferias locales y activaciones de marca: Aprovechar eventos como las ferias empresariales de la región o crear activaciones de marca en centros comerciales y mercados populares para dar visibilidad física a los emprendimientos.

- Talleres y conferencias: Organizar seminarios y talleres presenciales y virtuales donde los emprendedores puedan compartir su experiencia. Promocionar estos eventos en medios digitales para llegar a un público más amplio.
- Campañas con responsabilidad social: Asociar a los emprendimientos con causas locales, como la sostenibilidad o el apoyo a comunidades vulnerables. Esto genera una narrativa positiva alrededor de la marca.

5. Plan de medios y tácticas de distribución

a. Medios digitales

- Plataformas: Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp.
- Frecuencia: Publicaciones diarias en redes sociales y campañas de anuncios pagados cada dos semanas para generar recordación.
- Contenido: Testimonios, tutoriales, behind the scenes, promociones y lanzamientos.

b. Medios tradicionales

- Plataformas: Canal TRO, La Opinión, emisoras locales (Radio Tiempo, RCN).
- Frecuencia: Inserciones semanales, con picos en eventos clave como lanzamientos o activaciones en la ciudad.

c. Medios alternativos

- Plataformas: Influencers, eventos presenciales, activaciones BTL en mercados y ferias locales.
- Frecuencia: Campañas puntuales sincronizadas con eventos de alto impacto.

6. Métricas y evaluación del rendimiento

- KPIs en redes sociales: Alcance, impresiones, tasa de clics y conversión en anuncios pagados, número de seguidores y engagement en publicaciones.
- Tráfico a la web o puntos de venta: Monitorear el tráfico generado a las páginas web de los emprendimientos o las visitas físicas a los puntos de venta en función de las campañas.
- Retorno de inversión (ROI): Evaluar cuánto se invierte en cada medio versus el incremento de ventas o generación de leads.

7. Sostenibilidad y mejora continua

Implementar un sistema de mejora continua para ajustar el plan de medios según el comportamiento del público. Evaluar constantemente qué plataformas están generando mayor interacción y ajustar el contenido y la inversión en consecuencia.

**POBLACION OBJETIVO:** Para 40 emprendedores del departamento de Norte de Santander.

| Gobernación de Norte de Santander | **ESTUDIO TECNICO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD CONTRATO INTERADMINISTRATIVO** |
|---|---|

**PROCESO DE SELECCIÓN PARA LOS EMPRENDEDORES**

Los cuarenta (40) emprendedores para ser beneficiarios del proyecto deberán acreditar ante la Secretaría de Desarrollo y Productividad de la Gobernación del Departamento de Norte de Santander los siguientes requisitos:

1. **Innovación y Originalidad del Proyecto**: El emprendimiento debe mostrar un enfoque innovador, ya sea en su producto, servicio o modelo de negocio, destacándose por su originalidad frente a la competencia.
2. **Viabilidad Económica y Financiera**: Se evaluará la capacidad del emprendimiento para generar ingresos sostenibles, con un modelo de negocio claro, un plan financiero sólido y proyecciones realistas de crecimiento.
3. **Impacto Social y Económico en la Región**: Se priorizarán proyectos que generen empleo, fortalezcan la economía local, o que tengan un impacto positivo en la comunidad, en áreas como educación, salud, o sostenibilidad ambiental.
4. **Grado de Desarrollo del Proyecto**: Se tendrá en cuenta si el emprendimiento está en una etapa inicial, en desarrollo, o si ya está en funcionamiento, con productos o servicios listos para el mercado.
5. **Capacidad de Escalabilidad**: Se evaluará el potencial del emprendimiento para crecer más allá de su mercado actual y expandirse a nivel regional, nacional o internacional.
6. **Experiencia y Capacidad del Equipo Emprendedor**: La formación, experiencia y compromiso del equipo emprendedor serán determinantes, valorando sus capacidades de liderazgo, gestión y ejecución.
7. **Alineación con las Áreas Prioritarias del Departamento**: Se priorizarán emprendimientos que respondan a las necesidades y oportunidades económicas clave de Norte de Santander, como: turismo, agricultura, tecnología, y sostenibilidad.
8. **Responsabilidad Social y Ambiental**: Se considerará el compromiso del proyecto con la responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente, promoviendo prácticas sostenibles y éticas en su operación.
9. **Capacidad de Adaptación al Entorno Digital**: En un contexto cada vez más digital, se valorará la capacidad del emprendimiento para aprovechar las herramientas tecnológicas y de marketing digital para crecer y mantenerse competitivo.
10. **Cumplimiento Legal y Regulatorio**: El emprendimiento debe cumplir con los requisitos legales y regulatorios locales, nacionales e internacionales, y estar registrado ante las autoridades competentes.

Surtida la selección de los emprendedores beneficiarios del proyecto, se remitirá por parte del Departamento Norte de Santander a la Universidad Francisco de Paula Santander, el listado de los cuarenta (40) emprendedores asociados a la Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad de la Gobernación del Departamento Norte de Santander.

| Gobernación de Norte de Santander | **ESTUDIO TECNICO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD CONTRATO INTERADMINISTRATIVO** |
|---|---|

**PARA LLEVAR A CABO LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO LA UNIVERSIDAD DEBERA DISPONER CON EL SIGUIENTE EQUIPO DE TRABAJO**:

| CT | Perfil | Funciones | Requisitos académicos | Valor |
|---|---|---|---|---|
| **1** | Comunicador social con maestría en comunicaciones, profesional en la creación y ejecución de planes estratégicos de comunicación institucional. Con experiencia en el área de la comunicación, planeación estratégica y manejo de proyectos. Posee habilidades avanzadas en la planificación de campañas, liderazgo de equipos multidisciplinarios y formación de profesionales en gestión de marcas. Su capacidad para integrar herramientas digitales y convencionales lo posiciona como un líder en la gestión de comunicación para empresas públicas. | Diseño y ejecución de planes estratégicos de comunicación en la producción de contenidos de promoción: Liderar la creación de planes que alineen los objetivos de comunicación con la misión y visión institucional, estableciendo metas claras, indicadores de éxito y estrategias para alcanzar audiencias clave.<br>Gestión de la imagen institucional: Supervisar y asegurar que todas las acciones comunicativas mantengan y refuercen la identidad y la reputación de la organización tanto a nivel interno como externo.<br>Desarrollo de campañas de comunicación: Planificar y coordinar campañas de comunicación integradas, utilizando tanto medios tradicionales como digitales para maximizar el alcance e impacto de los mensajes.<br>Liderazgo de equipos multidisciplinarios: Coordinar equipos de trabajo que incluyen diseñadores, comunicadores, publicistas y otros profesionales, asegurando la sinergia entre las distintas disciplinas para cumplir los objetivos comunicacionales.<br>Manejo de proyectos: Supervisar la planificación, ejecución y evaluación de proyectos de comunicación, asegurando que se cumplan los plazos y los objetivos. | Pregrado Comunicador social<br><br>Posgrado Maestría en Comunicación<br><br>**CARGO GERENTE** | $5.000.000 |
| | | Diseño e implementación de estrategias de relaciones públicas: Desarrollar e implementar estrategias innovadoras que fortalezcan la relación entre la entidad pública | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Comunicador social. Su enfoque innovador le permite crear puentes efectivos entre entidades públicas y medios regionales y nacionales. Posee una destacada capacidad para diseñar estrategias de comunicación que optimizan el diálogo institucional y la visibilidad pública, generando alianzas clave que fortalecen la imagen de las organizaciones públicas. | y los medios de comunicación regionales y nacionales, maximizando la visibilidad positiva de la organización.<br>Gestión de la comunicación mediática: Actuar como enlace entre la entidad pública y los medios, gestionando entrevistas, ruedas de prensa y comunicados oficiales, asegurando que la información difundida sea precisa, oportuna y coherente con los objetivos institucionales.<br>Desarrollo de alianzas estratégicas: Identificar y establecer alianzas clave con actores relevantes en los medios de comunicación y otros stakeholders, que contribuyan al fortalecimiento de la imagen institucional y al posicionamiento en la opinión pública.<br>Supervisión de la imagen institucional en los medios: Monitorear la cobertura mediática de la organización, evaluando la percepción pública y ajustando las estrategias de comunicación en respuesta a los desafíos o cambios en el entorno.<br>Innovación en la comunicación pública: Proponer y ejecutar enfoques creativos e innovadores para mejorar la visibilidad y el diálogo institucional, utilizando tanto canales tradicionales como digitales, con un enfoque especial en las dinámicas del contexto mediático regional y nacional. | Pregrado Comunicador social<br><br>**CARGO COORDINADOR TÉCNICO** | $4.000.000 |
| 2 | Profesional para apoyo administrativo. | Apoyar las acciones de la gerencia y coordinación del proyecto. | Profesional **APOYO ADMINISTRATIVO** | $3.500.000 |
| 3 | Profesional en comunicación social y áreas afines a la educación con experiencia en el ejercicio de capacitación. | Curso taller sobre estrategia y marketing digital | Comunicador social Profesional afines | $3.500.000 |
| 3 | Profesional en comunicación social y | Curso taller sobre producción y lenguaje audiovisual | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | áreas afines a la educación con experiencia en el ejercicio de capacitación. | | Comunicador social Profesional afines | $3.500.000 |
| 1 | Profesional en comunicación social con maestría y experiencia periodismo y comunicación. | Coordinación de medios de comunicación para el fortalecimiento de las relaciones públicas con grupos de interés y gestión de la información con enfoque estratégico. | Comunicador social Coordinación de medios | $3.000.000 |
| 1 | Camarógrafo y Director de Fotografía con experiencia en la producción audiovisual. Con experiencia en técnicas de iluminación y composición, cuenta con un enfoque visual que resalta la narrativa institucional y el posicionamiento de la imagen pública. Su habilidad para capturar escenas que conectan emocionalmente con la audiencia, unida a su experiencia en edición y postproducción, lo convierte en un aliado fundamental en la creación de contenido audiovisual de alto impacto para campañas públicas. | Captura y dirección de la fotografía en producciones audiovisuales: Liderar la composición visual y capturar escenas que refuercen la narrativa institucional en producciones para campañas públicas, asegurando que cada toma transmita el mensaje deseado y conecte emocionalmente con la audiencia.<br>Diseño y ejecución de esquemas de iluminación: Planificar y aplicar técnicas de iluminación adecuadas a cada proyecto audiovisual, logrando efectos visuales que resalten tanto la estética como el mensaje institucional de la organización.<br>Supervisión de la edición y postproducción: Colaborar en la edición y el proceso de postproducción de los materiales audiovisuales, asegurando que la calidad visual y narrativa se mantenga durante todo el desarrollo de la pieza final, alineándose con los objetivos de comunicación.<br>Asesoría técnica y creativa en la producción de contenido audiovisual: Ofrecer orientación técnica y creativa al equipo de producción y comunicación, contribuyendo con su experiencia en composición, encuadres y técnicas de cinematografía para lograr una representación visual efectiva.<br>Desarrollo de contenido audiovisual para campañas públicas: Crear y producir | Formación Técnica o tecnológica en multimedios / áreas afines | $3.000.000 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | contenido audiovisual de alto impacto para campañas institucionales, utilizando su experiencia en cine, televisión y medios digitales para diseñar piezas que aumenten la visibilidad y el posicionamiento de la imagen pública de la organización. | | |
| 1 | Profesional en comunicación social con experiencia en periodismo. | | Cubrimiento noticioso y manejo de lenguaje de la información y comunicación. | Profesional en comunicación social Periodista | $5.000.000 |
| 1 | Editor audiovisual. Con experiencia en herramientas como Adobe Premiere Pro y After Effects, su habilidad para estructurar narrativas visuales que conectan emocionalmente con la audiencia es clave para transmitir el mensaje institucional. Su enfoque en la postproducción de audio y video garantiza que cada pieza audiovisual cumpla con los más altos estándares de calidad y relevancia para las campañas publicitarias. | | Edición y postproducción de contenidos audiovisuales: Realizar la edición de video y audio utilizando herramientas como Adobe Premiere Pro y After Effects, estructurando narrativas visuales que conecten emocionalmente con la audiencia y refuercen el mensaje institucional en las campañas publicitarias.<br>Optimización del contenido para diferentes plataformas: Adaptar los contenidos audiovisuales para su difusión en múltiples plataformas (televisión, redes sociales, sitios web, entre otros), asegurando la correcta resolución, formato y duración de acuerdo con los requerimientos de cada medio.<br>Supervisión de la calidad en la postproducción: Garantizar que el material audiovisual cumpla con los más altos estándares de calidad, revisando aspectos técnicos de video y audio (corrección de color, mezcla de sonido, efectos visuales) para asegurar una presentación profesional y coherente con los objetivos de la campaña.<br>Colaboración en la creación de piezas audiovisuales: Trabajar en conjunto con directores, productores y otros miembros del equipo de comunicación para asegurar que las piezas audiovisuales transmitan el mensaje clave de manera efectiva, aportando ideas | Formación Técnica o tecnológica en multimedios / áreas afines | $3.500.000 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | creativas y técnicas durante el proceso de postproducción.<br>Gestión de plazos y entregas: Administrar los tiempos de edición y postproducción para cumplir con los plazos de entrega establecidos, asegurando que cada etapa del proyecto audiovisual se complete de manera eficiente y en sincronía con el cronograma de las campañas institucionales. | | |
| 1 | El Productor de Televisión es responsable de la planificación, coordinación y ejecución de proyectos audiovisuales, garantizando la calidad, el cumplimiento de los plazos y la optimización de recursos. Su rol incluye supervisar todas las etapas de la producción, desde la preproducción hasta la postproducción, coordinando equipos técnicos y creativos, gestionando presupuestos y asegurando el cumplimiento de estándares técnicos y creativos según los objetivos del proyecto. Además, colabora estrechamente con directores, guionistas y patrocinadores para asegurar la alineación con la visión artística y las metas comerciales, todo en apego a las normativas legales y éticas vigentes en la industria audiovisual. | Planificación del proyecto: Definir objetivos, cronogramas y presupuestos, asegurando la viabilidad del programa o contenido a producir.<br>Gestión del presupuesto: Administrar los recursos económicos, negociando contratos con proveedores, talentos y equipos técnicos.<br>Selección y supervisión del equipo: Reclutar, coordinar y dirigir al equipo creativo y técnico, como directores, guionistas, editores, camarógrafos y otros especialistas.<br>Supervisión del guion y contenidos: Asegurar que el guion y el contenido estén alineados con la visión del proyecto y las expectativas del público objetivo, así como con las normativas legales y éticas.<br>Coordinación de la preproducción: Organizar locaciones, equipos técnicos, permisos y otros aspectos logísticos necesarios antes de iniciar las grabaciones.<br>Dirección durante la producción: Supervisar las grabaciones para garantizar la calidad del contenido, el cumplimiento del cronograma y la optimización de recursos.<br>Control de la postproducción: Gestionar la edición, efectos especiales, música y otros elementos finales para asegurar un producto audiovisual de alta calidad. | Profesional en comunicación o áreas afines | $4.000.000 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Gestión de relaciones externas: Negociar con cadenas de televisión, plataformas de streaming y patrocinadores, promoviendo el proyecto y asegurando su distribución y exhibición.<br>Resolución de problemas: Actuar de manera proactiva ante cualquier contingencia técnica, artística o logística durante las etapas del proyecto.<br>Evaluación del proyecto: Analizar resultados y métricas de éxito tras el lanzamiento, con el fin de identificar oportunidades de mejora en futuras producciones. | | | |

## 4. ALCANCE O PRODUCTO EN EL MARCO DEL DESARROLLO DEL CONTRATO

**ALCANCE DEL OBJETO:** Promover el emprendimiento de 40 emprendedores del departamento asociados a la Secretaría de Desarrollo Económico y Productividad de la Gobernación de Norte de Santander en el entorno digital a través de una estrategia de comunicación enfocado en el proyecto Apuesta 2: Productividad y competitividad en las empresas Estrategia: b). Fortalecimiento de recursos y capacidades organizacionales de unidades económicas de baja escala de economía popular, micronegocios.

### 4.2. OBLIGACIONES GENERALES DE LAS PARTES

### 4.2.1. OBLIGACIONES DEL DEPARTAMENTO:

**1)-** Efectuar de manera oportuna el desembolso de los recursos económicos del proyecto en la cuenta bancaria que la UFPS; **2)-** Expedir el correspondiente registro presupuestal; **3)-** Constituir las reservas presupuestales a las que haya lugar; **4)-** Hacer parte del comité técnico del Contrato y desarrollar las funciones de secretaria técnica atendiendo la responsabilidad del mismo levantando los registros documentales correspondientes **5)-** Suministrar la UFPS toda la información y documentación que sea necesaria para el desarrollo del objeto del presente Contrato. **6)-.** Presentar a través de la interventoría los requerimientos necesarios para el cumplimiento del Contrato. **7)-** Realizar el seguimiento y supervisión de las actividades del Contrato de acuerdo con lo contemplado en la documentación técnica, sin que haya lugar a la concurrencia de funciones con la interventoría. **8)-**Responder de manera oportuna y de fondo las solicitudes de información o aclaraciones elevadas por la UFPS. **9)-** Reportar de manera oportuna el avance de ejecución del proyecto a través de los mecanismos dispuestos por el Sistema General de regalías para tal efecto.

### 4.2.2. OBLIGACIONES DEL COOPERANTE:

**1)**Cumplir con el objeto del Contrato, en los términos y condiciones establecidos, de conformidad con lo estipulado en el proyecto “FORTALECIMIENTO DE ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EL DESARROLLO DEL TEJIDO EMPRESARIAL NORTE DE SANTANDER 2024004540074, y

adicional: **2)-** Aplicar los recursos económicos aportados exclusivamente a las actividades del proyecto, en las cuantías y para los rubros asignadas al Departamento de Norte de Santander. **3)-.** Rendir cuentas al DEPARTAMENTO, y al SUPERVISOR del Contrato sobre la inversión de los recursos económicos del proyecto y presentar informes mensuales, y trimestrales para las sesiones ordinarias del comité técnico y operativo del Contrato e informes especiales para el caso de las sesiones extraordinarias, cuando se requieran. **4)-** En los casos que aplique, garantizar la disponibilidad del personal relacionado en el proyecto durante el plazo de ejecución del presente Contrato. **5)-** Proporcionar toda la información que le sea solicitada por EL DEPARTAMENTO, el SUPERVISOR o por los organismos de control del Estado en relación con el proyecto. **6)-** Dar cumplimiento a sus obligaciones con los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones, y aportes parafiscales, de conformidad con lo establecido en las leyes 789 de 2002 y 828 de 2003 y demás normas concordantes y complementarias. **7)-** Comunicar oportunamente AL DEPARTAMENTO y al SUPERVISOR cualquier cambio de su domicilio. **8)-** Firmar los documentos a que haya lugar para la liquidación del Contrato. Entregar los informes en medio físico y magnético al DEPARTAMENTO o al SUPERVISOR del proyecto según corresponda. **9)-** Utilizar, durante el plazo del presente Contrato los bienes adquiridos con recursos económicos del proyecto exclusivamente para los fines relacionados con la ejecución del mismo, los cuales deberán ser entregados a la Gobernación una vez finalice la ejecución del Contrato. **10)-** Abrir una cuenta bancaria en el territorio Nacional donde se hará el desembolso de los recursos, única y exclusivamente para que sean consignados los dineros destinados a la ejecución de las actividades o responsabilidades que tenga a cargo, presentando la correspondiente certificación bancaria que lo acredite dentro del Contrato. **11)-** Obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas del proyecto, evitando dilaciones y dificultades. **12)-** Responder ante las autoridades competentes por los actos u omisiones en el ejercicio de las actividades que se desarrollen en virtud del presente Contrato, cuando con ello se cause perjuicio a la administración o a terceros.**13)-** Ejecutar las actividades del proyecto conforme el detalle contenido en la documentación técnica del proyecto la cual hace parte integral del presente Contrato. **14)-** Estructurar en coordinación con el DEPARTAMENTO un esquema de ejecución que permita articular los elementos y componentes que hacen parte del presente proceso, para la realización exitosa del proyecto. **15)-** Suministrar los informes contables, financieros, técnicos, jurídicos, relacionados con la ejecución del proyecto que sean requeridos por parte del SUPERVISOR o el DEPARTAMENTO. **16)-** Hacer entrega de los documentos, registros fotográficos, bases de datos y demás material que haga parte integral del proyecto en medios magnéticos y físicos que surjan en el desarrollo de las actividades a ejecutar dentro del proyecto. **17)-** Vigilar en coordinación con el DEPARTAMENTO el cumplimiento de las obligaciones contractuales a cargo de la UFPS, en razón a las actividades a realizar por cada una de ellas, verificando que se cumplan con las especificaciones, normas, técnicas, las actividades administrativas, legales, contables, financieras y presupuestales. **18)-** Efectuar los aportes en especie que le correspondan conforme a lo contratado. **19)-.** Las demás que por la naturaleza del Contrato le correspondan, para la correcta ejecución del Contrato y cumplimiento de las actividades.

## 5. OBJETO

LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SE OBLIGA CON EL DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER EN EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DENOMINADO FORTALECIMIENTO DE 40 EMPRENDIMIENTOS EN EL DEPARTAMENTO DE NORTE DE

SANTANDER A TRAVÉS DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ENFOCADO EN EL PROYECTO APUESTA 2: PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS ESTRATEGIA: B). FORTALECIMIENTO DE RECURSOS Y CAPACIDADES ORGANIZACIONALES DE UNIDADES ECONÓMICAS DE BAJA ESCALA DE ECONOMÍA POPULAR, MICRONEGOCIOS".

**6. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO, PLAZO, Y FORMA DE PAGO Y LUGAR DE EJECUCION (Este debe corresponder a las variables tenidas en cuenta en el documento.**

**VALOR:**

**SEISCIENTOS MILLONES DE PESOS ($600.000.000,00)**, de los cuales quinientos millones de pesos **($500.000.000,00)**, se ejecutarán con cargo a recursos del Departamento Norte de Santander, amparados en el Rubro presupuestal N° 2.3.2.02.02.009 Servicios Para la Comunidad, Sociales y Personales y **CIEN MILLONES DE PESOS ($100.000.000)**, valor de aporte de la **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER.**

Estarán destinados a cubrir los gastos descritos a continuación:

| PRODUCTO A ENTREGAR | VALOR |
|---|---|
| Plan de capacitaciones. Asistencia técnica educativa #1 en formulación de proyectos para 40 emprendedores de acuerdo al cronograma establecido y haciendo uso de los canales y medios tecnológicos adoptados mejorar el alcance de formación en el departamento, con el objeto de permitir la construcción de iniciativas o apuestas comunicativas entre la ciudadanía y la administración departamental.<br><br>Marketing y estrategia digital: Creación de la estrategia digital para posicionar a los 40 emprendedores, incluyendo la segmentación de audiencias, el uso de redes sociales y la planificación de campañas de marketing. | $66.000.000 |
| Plan de capacitaciones. Asistencia técnica educativa #3 en formulación de proyectos para 40 emprendedores de acuerdo al cronograma establecido y haciendo uso de los canales y medios tecnológicos adoptados mejorar el alcance de formación en el departamento, con el objeto de permitir la construcción de iniciativas o apuestas comunicativas entre la ciudadanía y la administración departamental.<br><br>Producción de lenguaje audiovisual: Producción de vídeos promocionales para cada uno de los 40 emprendedores, abarcando las fases de preproducción, grabación y edición final. | $66.000.000 |

| | |
|---|---|
| Plan de medios. Define las plataformas y canales de comunicación más efectivos para difundir un mensaje o campaña a un público objetivo específico. Este plan incluye la selección de medios tradicionales (como prensa, radio y televisión) y digitales (como redes sociales, blogs y sitios web), considerando el alcance, frecuencia y segmentación de cada medio. Además, detalla el cronograma de publicaciones, los formatos de contenido (anuncios, artículos, videos, entre otros.), y el presupuesto destinado a cada canal. El objetivo principal es optimizar el impacto de la campaña, asegurando que el mensaje llegue al mayor número de personas posibles dentro del público meta de manera eficiente y con resultados medibles.<br>1. Análisis del entorno y diagnóstico de la situación.<br>2. Estrategia de contenidos.<br>3. Acciones promocionales y eventos.<br>4. Plan de medios y tácticas de distribución.<br>*Ver más en el título plan de medios descripción.* | $123.000.000 |
| 40 vídeos promocionales. Un video promocional para un emprendimiento debe incluir varios elementos clave que capten la atención y generen interés. Comienza con una introducción visual atractiva que presente la identidad de la marca o negocio, utilizando logotipos y colores distintivos. El siguiente paso es mostrar el producto o servicio en acción, resaltando sus características, beneficios y cómo soluciona las necesidades del cliente. Testimonios de usuarios o emprendedores aportan credibilidad, mientras que gráficos y animaciones pueden ayudar a destacar datos importantes, como promociones o ventajas competitivas. La narrativa debe ser clara y enfocada en el valor único del emprendimiento, con un llamado a la acción al final que motive a los espectadores a contactar o adquirir el producto. Todo debe estar acompañado de una música adecuada que refuerce el tono y la emoción del mensaje. | $220.000.000 |
| Gestión y administración | $25.000.000 |
| **TOTAL** | **$500.000.000** |

**PLAZO DE EJECUCION:**

El término previsto para la duración del presente Contrato Interadministrativo es de UN (01) MES contados a partir de la suscripción del acta de inicio, la cual se realizará previo agotamiento de los requisitos de que trata el inciso 2º, artículo 41 de la Ley 80 de 1993. Teniendo en cuenta el siguiente cronograma de actividades:

| Actividad | S 1 | S 2 | S 3 | S 4 |
|---|---|---|---|---|
| **Proceso de selección de emprendedores** | **X** | **X** | | |
| **Plan de capacitación / asistencia técnica 1** | | **X** | | |
| **Plan de capacitación / asistencia técnica 2** | | **X** | | |
| **Entrega de informes de capacitaciones** | | | **X** | |
| **Plan de medios** | | **X** | **X** | **X** |
| **Vídeos promocionales** | | **X** | **X** | **X** |
| **Entrega de resultados** | | | | **X** |
| **Informe final** | | | | **X** |

**LUGAR DE EJECUCION:**

El presente Contrato interadministrativo se ejecutará en la ciudad de San José de Cúcuta.

**IMPUTACION PRESUPUESTAL:**

**GOBERNACION**: El desembolso del valor aquí contemplado se encuentra amparado, con cargo del **RUBRO PRESUPUESTAL** No. 2.3.2.02.02.009 Servicios Para la Comunidad, Sociales y Personales

**OBLIGACIONES DE LAS PARTES:**

**LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER. -** en desarrollo del presente CONTRATO: **1)** Destinar rigurosamente los dineros aportados por el DEPARTAMENTO al cumplimiento de los términos y objeto del CONTRATO **2)** Designar los funcionarios que actúe como supervisor del CONTRATO y asignarle funciones dentro de las cuales se encuentra la de presentar los informes correspondientes al DEPARTAMENTO sobre el desarrollo de la actividad, los cuales deberán estar debidamente soportados. **3).** Realizar las actividades conforme a lo establecido en el objeto del presente CONTRATO realizando las contrataciones respectivas en el marco de su régimen especial. **4).** Suscribir la liquidación del CONTRATO **5)** Acatar las instrucciones del Supervisor que designe la Gobernación de Norte de Santander. **6)** Rendir un informe financiero al Departamento, sobre la inversión de los dineros aportados, **7**) Cumplir en debida forma y a cabalidad el presente Contrato, **8)** Hacer un archivo único y exclusivo con toda la documentación del proyecto, mantenerlo actualizado y disponible para el DEPARTAMENTO, cuando este lo requiera**. 9)** De conformidad con lo establecido en el artículo 50 de rey 789 de 2002, la ley 828 de 2003 y ley 1562 de 2012 artículo 2, **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**, debe acreditar los documentos que acreditan la representación legal, anteriores a la celebración del presente Contrato, según el caso. El incumplimiento de esta obligación será causal de multas y caducidad de conformidad con las normas vigentes. Los dineros aportados por EL DEPARTAMENTO son inembargables, por lo tanto en caso que se afecten los mismos con medida cautelar alguna **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER** Garantizará los gastos que se generen a fin de lograr la realización del objeto del presente Contrato en su integridad. **10)** Invertir los recursos del Contrato con observancia de las normas vigentes y en especial las que regulan las actividades de la administración pública en los

aspectos administrativos, penal, civil, presupuestal y fiscal, el incumplimiento de lo anterior o la inversión de los recursos en actividades no aprobadas o no contenidas en el presente Contrato, o los gastos considerados no elegibles, dará lugar al reintegro de los recursos a cargo de **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER** y a favor del Departamento. Este incumplimiento será causal para dar por terminado el presente Contrato sin necesidad de comunicación previa en este sentido a **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**, y dará lugar a la declaratoria de incumplimiento según el caso y a perseguir la indemnización de perjuicios correspondientes, lo anterior sin perjuicio de las acciones legales pertinentes. Reintegrar en forma inmediata los recursos aportados al Contrato por **EL DEPARTAMENTO,** no utilizados en la ejecución del objeto del Contrato, si a ello hubiera lugar. **TERCERA. - OBLIGACIONES DEL DEPARTAMENTO.** Son obligaciones del DEPARTAMENTO en desarrollo del presente Contrato: **1.)** Girar el valor de este Contrato de conformidad con lo establecido en la cláusula cuarta del presente Contrato; **2.)** pagar a **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER** la suma de quinientos millones de pesos **($500.000.000,00)**, **3).** Ejercer la asesoría necesaria para la ejecución del Contrato. **4).** Perfeccionado el Contrato iniciará las gestiones administrativas tendientes a trasladar **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER** el valor de los recursos del Contrato. **5).** Dar respuesta oportuna a las solicitudes **LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER** en lo relacionado con el presente Contrato. **6)**. Designar un funcionario responsable del seguimiento y evaluación del presente Contrato. **7).** Verificar a través del supervisor del Contrato, la ejecución presupuestal del mismo, de tal manera que no se generen servicios o se suministren bienes por fuera del valor del Contrato.

**FORMA DE PAGO:**

los desembolsos a cargo del Departamento se establecen de la siguiente manera: al cumplimiento del ciento (100%), de ejecución del contrato previa certificación de supervisión que dé cuenta de la ejecución total y definitiva de actividades propias del objeto convenido y el soporte de ejecución financiera de los anteriores desembolsos, así como la devolución prevista en la cláusula novena del presente Contrato.

**SUPERVISION:**

De acuerdo con lo establecido en el artículo 83 de la ley 1474 de 2011, con el fin de proteger la moralidad administrativa, de prevenir la ocurrencia de actos de corrupción y de tutelar la transparencia de la actividad contractual, están obligadas a vigilar permanente la correcta ejecución del objeto contratado a través de un supervisor o un interventor, razón por la cual el Departamento de Norte de Santander establece que el seguimiento se hará a trate de una Interventoría Técnica, Administrativa, financiera y Legal del proyecto, como parte integral del mismo. Lo anterior se justifica en que el seguimiento del CONTRATO supone conocimiento especializado en la materia, por lo cual, se procederá a contratar el seguimiento administrativo, técnico, financiero, contable, jurídico del CONTRATO a través de una interventoría.

**ESTIMACIÓN, TIPIFICACIÓN Y ASIGNACIÓN DE RIESGOS PREVISIBLES QUE PUEDAN AFECTAR EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL** CONTRATO**.**

El concepto de riesgo a la ejecución de un contrato se puede definir como la probabilidad de ocurrencia de eventos aleatorios que afecten el desarrollo del mismo, generando una variación sobre el resultado esperado, tanto en relación con los costos como con los ingresos, como riesgos estimados en la ejecución del presente CONTRATO objeto del presente análisis, se tendrán:

**Incumplimiento del Contrato:** se refiere a que el contratista incumpla con la ejecución del contrato.

**Riesgo impositivo:** Se refiere a diferentes eventos de cambio de ley o de situación política que tenga impacto negativo en el proyecto, como por ejemplo la imposición de nuevos impuestos, tasas y contribuciones.

**Riesgo de Fuerza Mayor:** Los riesgos de fuerza mayor son definidos como eventos que están fuera de control de las partes, y su ocurrencia otorga el derecho de solicitar la suspensión de las obligaciones estipuladas en el contrato.

Con base a lo dispuesto en el Artículo 4° de la Ley 1150 de 2007, se deben estimar, tipificar y asignar los riesgos previsibles que se involucran en el presente proceso de contratación. Para ello debe entenderse lo siguiente: La imprevisión se presenta cuando situaciones extraordinarias, ajenas a las partes, imprevisibles y posteriores a la celebración del contrato alteran la ecuación financiera del contrato en forma anormal y grava, sin imposibilitar su ejecución; por el contrario, y en relación con la imprevisibilidad del hecho, cabe precisar que si el hecho era razonablemente, no procede la aplicación de la teoría toda vez que estaríamos en presencia de un hecho imputable a la impericia, negligencia o falta de diligencia de las partes contratantes, que por lo mismo hace improcedente su invocación para pedir compensación alguna, toda vez que a nadie le es dable alegar su propia culpa en beneficio propio.

Contrario a la teoría de la imprevisión, cuando los hechos posteriores a la ejecución del contrato son razonablemente previsibles y la carga de la asunción de la responsabilidad se puede asumir por las partes, no hay derecho a reclamos posteriores por rompimiento del equilibrio económico del contrato.

**EN ESTE SENTIDO SE HA DETERMINADO QUE EL CONTRATISTA DEBE ASUMIRLOS RIESGOS EN RELACIONCON A LA MATRIZ:**

De conformidad con lo establecido en el Manual para la Identificación y Cobertura del Riesgo en los Procesos de Contratación, donde se establecen los parámetros y los elementos a tener en cuenta a la hora de hacer el análisis del Riesgo, en cumplimiento de lo normado en el artículo 2.2.1.1.1.6.3 del Decreto 1082 de 2015, que cita "Evaluación del Riesgo. La Entidad Estatal debe evaluar el Riesgo que el Proceso de Contratación representa para el cumplimiento de sus metas y objetos, de acuerdo con los manuales y guías que para el efecto expida Colombia Compra Eficiente" y según, se hizo un análisis con base en la matriz de evaluación del riesgo como aparece a continuación:

De conformidad con lo establecido en el Manual para la Identificación y Cobertura del Riesgo en los Procesos de Contratación (Version1), donde se establecen los parámetros y los elementos a tener en cuenta a la hora de hacer el análisis del Riesgo, en cumplimiento de lo normado en el artículo 2.2.1.1.1.6.3 del Decreto 1082 de julio de 2015, que cita "Evaluación del Riesgo. La Entidad Estatal

debe evaluar el Riesgo que el Proceso de Contratación representa para el cumplimiento de sus metas y objetos, de acuerdo con los manuales y guías que para el efecto expida Colombia Compra Eficiente" y según, se hizo un análisis con base en la matriz de evaluación del riesgo como aparece a continuación:

Sería bueno considerar el mencionar que hace parte de esta matriz de riesgos que son las matrices de riesgos del proyecto.

| | Categoría | Valoración |
|---|---|---|
| **PROBABILIDAD** | Raro (puede ocurrir excepcionalmente) | 1 |
| | Improbable (puede ocurrir ocasionalmente) | 2 |
| | Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro) | 3 |
| | Probable (probablemente va a ocurrir) | 4 |
| | Casi cierto (ocurre en la mayoría de circunstancias) | 5 |

| No | CLASE | ÁREA | ETAPA | TIPO | ASIGNADO | DESCRIPCIÓN (QUE PUEDE PASAR Y SI ES POSIBLE, CÓMO PUEDE PASAR) | CONSECUENCIAS DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO | PROBAB. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ESPECÍFICO | EXTERNA | EJECUCION | OPERACIONAL | CONTRATISTA | Demora o deficiencia En el cumplimiento de las actividades. | Impiden el cumplimiento del contrato. Impide el cumplimiento de las funciones y actividades establecidas en el proceso, lo cual conlleva a pérdidas económicas y financieras. Genera incertidumbre y hechos inesperados | 3 |
| 2 | ESPECÍFICO | EXTERNA | EJECUCION | REGULATORÍO | CONTRATISTA | Demoras en la toma de decisiones por parte del operador para desarrollar el objeto contractual | Conllevan a retrasos y/o incumplimiento del cronograma y plan operativo del proyecto. Incumplimiento de las actividades de forma parcial o total, ya que no se ajustan a las necesidades reales, impiden el cumplimiento y desarrollo del objeto contractual, | 3 |
| 3 | ESPECÍFICO | INTERNA | FINANCIEROS | OPERACIONAL | DEPARTAMENTO | Incumplir con el pago establecidos en el CONTRATO | Genera atrasos en los tiempos de ejecución y cumplimiento del CONTRATO Genera riesgo presupuestal, | 3 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | económicos y financieros entre otros | |
| 4 | ESPECÍFICO | EXTERNA | EJECUCIÓN | OPERACIONAL | CONTRATISTA | Falta de idoneidad profesional y personal capacitado para realizar las actividades | No permiten garantizar el cumplimiento del objeto contractual debido a la falta de idoneidad, capacidad y experiencia necesaria de las actividades a ejecutar. | 3 |
| 5 | ESPECÍFICO | INTERNO | EJECUCIÓN | REGULATORIO | ENTIDAD | La falta de supervisión, control y vigilancia las actividades realizadas por el contratista | Provocan el Incumplimiento del cronograma establecido, en los pagos, y por ende un buen desarrollo del proceso contractual. se garantiza la realización de actividades sobre las necesidades reales, lo que genera el incumplimiento de forma parcial o total, el objeto contractual. | 3 |
| 6 | ESPECÍFICO | EXTERNA | EJECUCIÓN | OPERACIONAL | CONTRATISTA | Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales | Retrasos en la realización de actividades del contrato. | 2 |
| 7 | ESPECÍFICO | INTERNA Y EXTERNA | EJECUCIÓN | NATURALES | ENTIDAD Y CONTRATISTA | Cambios climáticos | Incumplimiento parcial o total del contrato. Retrasos en el plazo establecido para ejecutar el objeto contratado. Pérdidas económicas, financieras. | 2 |

**MECANISMO DE COBERTURA DE RIESGOS – GARANTÍA**

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones surgidas con ocasión del CONTRATO EL CONTRATISTA se obliga a constituir a su costa y a favor del DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER, las siguientes garantías:

**1). CUMPLIMIENTO,** por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%) del valor de los recursos a ser desembolsados en ejecución del CONTRATO, con vigencia del CONTRATO y seis (06) meses más.

**2) SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES** por una cuantía equivalente al cinco por ciento (5%) del valor de los recursos a ser desembolsados en ejecuci6n del CONTRATO, durante la vigencia del CONTRATO y tres (03) meses más.

La universidad Francisco de Paula Santander deberán entregar las garantías dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la firma del presente CONTRATO debidamente constituida y firmada, con el correspondiente recibo de pago expedido por la correspondiente compañía aseguradora.

La universidad Francisco de Paula Santander se comprometen a mantener vigente los valores, conceptos y plazos requeridos y si es el caso hacer las extensiones, prorrogas y adiciones a que hubiere lugar

**AUTONOMÍA ADMINISTRATIVA Y EXCLUSIÓN DE RELACIÓN LABORAL:**

**LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER** ejecutará el objeto de este CONTRATO con plena autonomía técnica y administrativa, sin relación de subordinación o dependencia, por lo cual no se generará ningún tipo de vínculo laboral entre EL DEPARTAMENTO y el personal que la UNIDAD llegaré a contratar para el desarrollo del objeto del presente.

**SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:**

En caso de controversia en la interpretación y alcance de las estipulaciones del presente contrato interadministrativo, las partes podrán utilizar los mecanismos de solución directa previstos en la Ley, con el fin de dirimirlas en forma ágil y directa, previo el cumplimiento de los requisitos legales.

**CESIÓN:**

Ninguna de las partes podrá ceder las obligaciones adquiridas en virtud del presente contrato.

**INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES:**

Las partes deben declaran bajo la gravedad de juramento que se entiende prestado con la firma del presente contrato, que cuentan con la capacidad legal para su celebración y que no se hallan incursos en ninguna de las inhabilidades e incompatibilidades y demás prohibiciones para contratar prevista en la Constitución Política, en el artículo 8° de la Ley 80 de 1993 y demás disposiciones vigentes sobre la materia y si llegare a sobrevenir alguna, actuará conforme lo prevé el artículo 9° de la Ley 80 de 1993.

| | |
|---|---|
| **FIRMA:** | |
| **NOMBRE:** | **OLGER ALBERTO LOPEZ VERGEL** |
| **CARGO:** | **Secretario de Desarrollo Económico y Productividad** |
| Elaboró: | Robinson Candelario Albor: Abogado externo |