CONTRATO DE CONSULTORÍA No. 001801-25 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS 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 02-001 de enero 2 de 2025, 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 consolidan como una institución líder en educación superior en la región, ofreciendo una amplia diversidad de programas académicos y atendiendo a una comunidad estudiantil significativa. Con presencia en múltiples campus y una modalidad virtual en crecimiento, las UTS buscan expandir su influencia a nivel departamental y nacional, adaptándose a las demandas educativas actuales y proyectándose como un referente en innovación y desarrollo sostenible. **1. Fortalecimiento Institucional y Competitividad:** La implementación de estrategias de comunicación innovadoras para 2025 responde a la necesidad estratégica de posicionar a las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) en un entorno educativo altamente competitivo. Este proyecto busca destacar el rol de la institución en la educación y el desarrollo sostenible, fortaleciendo su competitividad al alcanzar diversos nichos poblacionales, tanto internos como externos, incluyendo estudiantes, docentes, egresados, padres de familia, líderes comunitarios y actores regionales, para asegurar un impacto sostenido y relevante. **2. Conectividad y Visibilidad Ampliada:** En un contexto donde la digitalización y la visibilidad son esenciales, las UTS requieren herramientas comunicativas que refuercen su identidad y valores, conectando con una audiencia diversa. Estas estrategias mejorarán la presencia institucional, promoviendo una percepción positiva y fortaleciendo los lazos con la comunidad educativa y externa, lo que contribuirá a consolidar a las UTS como un agente transformador en la región y más allá. **3. Expansión Departamental y Nacional con Modalidad Virtual**La expansión de las UTS a nivel departamental y nacional es un objetivo clave, apoyado en la modalidad virtual como un potencial transformador gracias a la tecnología actual. Esta modalidad permite superar barreras geográficas, atrayendo estudiantes de diferentes regiones y fomentando la inclusión educativa, lo que posiciona a las UTS como una opción accesible y de calidad, alineada con las necesidades de un público cada vez más diverso y disperso. **4. Innovación y Adaptación a las Expectativas Actuales:** La incorporación de enfoques innovadores en la comunicación responde a las tendencias modernas de consumo de información, especialmente entre los jóvenes y otros grupos interesados en la educación superior. Estas estrategias captarán la atención de estudiantes actuales y potenciales, promoviendo interacción y participación, y asegurando que las UTS se mantengan relevantes y atractivas en un entorno educativo en constante evolución. **5. Impacto Social y Desarrollo Sostenible:** Las estrategias comunicativas de 2025 buscarán generar un impacto positivo en la comunidad, destacando el compromiso de las UTS con la inclusión, el bienestar y el cuidado ambiental. Al dirigirse a múltiples audiencias, desde jóvenes en formación hasta tomadores de decisiones, se enriquecerá el tejido social y económico de la región y el país, reforzando el rol de la institución como motor de desarrollo sostenible. El proyecto "Estrategias Comunicacionales - UTS 2025" es una iniciativa estratégica indispensable para consolidar a las UTS como líder en educación superior, promoviendo su competitividad, conectividad y sostenibilidad. Al enfocarse en la atracción de nuevos estudiantes y el fortalecimiento de la comunidad actual, a través de una comunicación innovadora que abarque diversos nichos poblacionales, se apoyará la

expansión departamental y nacional, potenciando la modalidad virtual. Este esfuerzo reforzará el rol de las UTS como motor de desarrollo sostenible, beneficiando a la región y al país en su conjunto. 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. 25-01214 del 16 de junio de 2025. **4)** Que mediante Resolución No. 02-991 del 8 de julio de 2025 se ordenó la apertura del proceso de Concurso de Méritos No. CM-002-2025, cuyo objeto es "PRODUCCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y PROMOCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INNOVADORAS PARA 2025, CON ENFASIS EN POSICIONAR Y FORTALECER LA COMPETITIVIDAD, CONECTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD REGIONAL DE LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER (UTS), FOMENTANDO LA ATRACCIÓN DE NUEVOS ESTUDIANTES Y EL VÍNCULO CON LA COMUNIDAD ACTUAL, DESTACANDO SU ROL EN LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE" y se estableció como presupuesto oficial estimado la suma de QUINIENTOS VEINTINUEVE MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MCTE ($529.684.994) IVA incluido, respaldado por el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 25-01214 del 16 de junio de 2026. **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 14 de julio de 2025. **6)** Que mediante Resolución No. 02-1065 del 23 de julio de 2025 el ordenador del gasto adjudicó el proceso de selección Concurso de Méritos No. CM-002-2025 cuyo objeto es: "PRODUCCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y PROMOCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INNOVADORAS PARA 2025, CON ENFASIS EN POSICIONAR Y FORTALECER LA COMPETITIVIDAD, CONECTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD REGIONAL DE LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER (UTS), FOMENTANDO LA ATRACCIÓN DE NUEVOS ESTUDIANTES Y EL VÍNCULO CON LA COMUNIDAD ACTUAL, DESTACANDO SU ROL EN LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE" 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 VEINTINUEVE MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO MCTE ($529.684.994) IVA incluido de acuerdo al presupuesto oficial y un plazo de ejecución de CINCO (5) 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 **"PRODUCCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y PROMOCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INNOVADORAS PARA 2025, CON ENFASIS EN POSICIONAR Y FORTALECER LA COMPETITIVIDAD, CONECTIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD REGIONAL DE LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER (UTS), FOMENTANDO LA ATRACCIÓN DE NUEVOS ESTUDIANTES Y EL VÍNCULO CON LA COMUNIDAD ACTUAL, DESTACANDO SU ROL EN LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE". 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:

CONTRATO DE CONSULTORÍA No. 001801-25 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

ITEM	CLASIFICACIÓN DE BIEN O SERVICIO	IDENTIFICACIÓN ADICIONAL REQUERIDA	UNIDAD DE MEDIDA	CALIDAD Y PATRONES DE DESEMPEÑO MÍNIMOS	CANTIDAD
A. Táctica Creativa de diseños para piezas comunicativas					
1	82141500 82101800	Creación de piezas gráficas	UNIDAD	Crear piezas gráficas comunicativas visualmente atractivas que reflejen de manera integral la identidad y los valores de las UTS, incorporando su marca institucional y el sello de acreditación, según aplique para los campus de Vélez, Barrancabermeja, Piedecuesta y Bucaramanga. Todas las piezas producidas deberán estar 100% relacionadas y alineadas con el desarrollo del proyecto, asegurando su pertinencia y efectividad como material promocional. Entregables: Un documento con las piezas gráficas y un link con los diseños en editables: 3 diseños banners 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 6 folletos y/o brochures. Los cuáles serán acordados con el supervisor Diseño material POP: tarjetas de presentación y material de merchandising (camisetas y/o gorras y/o bolígrafos y/o manillas y/o mugs y/o chalecos, entre otros elementos necesarios para el desarrollo de las campañas BTL. Los cuáles serán acordados con el supervisor 2 piezas comunicativas para elemento POP que sea acordado con el supervisor 2 diseños de anuncios gráficos impresos y/o digitales, previamente acordados con el supervisor. Paquete gráfico: 4 piezas comunicativas para campañas relacionadas con el proyecto, por elemento POP. Previamente acordadas con el supervisor.	1
B. Táctica BTL					
2	82101800 82141500 82131600 82151700 80141700 80111500 90131500 90131600 93141700	Campaña BTL	UNIDAD	Crear y ejecutar dos campañas BTL con el fin primordial de informar y promover los diversos canales de atención disponibles para los estudiantes. 1.Una de estas iniciativas clave será la **CAMPAÑA BTL PARA EL CENTRO DE ATENCIÓN Y SERVICIO ACADÉMICO (CASA) DE LAS UTS DE SANTANDER:** Promover los servicios de CASA en Vélez, Barrancabermeja, Piedecuesta y Bucaramanga (según aplique), aclarando funciones, informando ubicación y canales, y destacando beneficios para evitar confusiones con otras dependencias. Incluye materiales comunicativos, actividades específicas y la estrategia interactiva "SAFARI. ENCUENTRA TU CAMINO A CASA". 2. El Bibliotecario: Esta táctica busca impactar de forma creativa, directa y memorable para aumentar significativamente el conocimiento y uso de los recursos digitales bibliográficos de las Unidades Tecnológicas de Santander. 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	2

CONTRATO DE CONSULTORÍA No. 001801-25 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

				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).	
C. Táctica audiovisual					
3	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Piezas comunicativas institucionales	UNIDAD	Elaborar seis (6) piezas comunicativas audiovisuales de carácter institucional para destacar el rol fundamental de las UTS en el desarrollo local, regional y/o nacional, así como para divulgar las estrategias y acciones que respaldan el cumplimiento de la misión institucional. Un enfoque clave de estas piezas será la promoción de los servicios de Bienestar Institucional y los servicios dirigidos a egresados, buscando amplificar el alcance y la comprensión de la oferta integral de la institución. Entregables: 6 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.	6
4	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141700	SPOTS	UNIDAD	***Idear y desarrollar una pieza comunicativa audiovisual tipo spot de los campus (Bucaramanga, Barrancabermeja, Vélez y Piedecuesta según aplique)**, con el fin de **vincular y promover los programas académicos de baja demanda**, resaltando su valor diferencial y oportunidades para la comunidad estudiantil.* Entregables: 8 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.	8
5	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Productos audiovisuales con continuidad	UNIDAD	Elaborar y desarrollar 6 productos audiovisuales con continuidad de contenido, destinados a: Visibilizar, prevenir y enfrentar el acoso en la vida estudiantil, mostrando cómo este tipo de violencia puede afectar profundamente la vida académica, emocional y social de las personas, e incluso llegar a frenar sus sueños y metas. Este tipo de formato es hoy una de las mejores formas de comunicar en este tipo de comunidades. 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. Estos productos se desarrollarán con una técnica operativa avanzada que incluye efectos especiales, actores, producción audiovisual para una serie, equipo audiovisual profesional (humano y técnico, con equipos profesionales de alta calidad), y dirección general, superando la experticia operativa institucional de las UTS.	6
6	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500	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: Visibilizar, prevenir y enfrentar el acoso en la vida estudiantil, mostrando cómo este tipo de violencia puede afectar profundamente la vida académica, emocional y social de las personas, e incluso llegar a frenar sus sueños y metas. Entregables: 1 “Trailer” de 1 minuto, FULL HD, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), con versiones HD, calidad 4K, sonido stereo. 10 “Bumpers ads” de 6 segundos cada uno, FULL HD,	1

CONTRATO DE CONSULTORÍA No. 001801-25 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

	93141700			calidad 4K, sonido stereo, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical).	
7	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Producto audiovisual tipo “Cápsula”	UNIDAD	Realizar una campaña de expectativa a través de producto audiovisual tipo “cápsula” anticipatoria de 30 segundos. Estas piezas audiovisuales estarán relacionadas con los productos con continuidad de contenido y destinados a: Visibilizar, prevenir y enfrentar el acoso en la vida estudiantil, mostrando cómo este tipo de violencia puede afectar profundamente la vida académica, emocional y social de las personas, e incluso llegar a frenar sus sueños y metas. Entregables: 5 capsulas en calidad 4K, FULL HD, con versiones en HD, sonido stereo, medidas 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 stereo.	5
8	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	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: Visibilizar, prevenir y enfrentar el acoso en la vida estudiantil, mostrando cómo este tipo de violencia puede afectar profundamente la vida académica, emocional y social de las personas, e incluso llegar a frenar sus sueños y metas. Entregables: Un video de mínimo 1 minuto del cubrimiento de la realización del "flash mob", en FULL HD, con medidas de 1920 x 1080 (Horizontal) y 1080 x 1920 (Vertical), sonido estéreo, y versiones en HD y Diez piezas tipo video wall de 15 segundos con tips sobre el cuidado y la prevención de la salud mental, en FULL HD, con formatos de pantalla de 1053 x 1080 y 2853 x 1080.	1
9	82101800 82131600 82141500 82151500 82151700 90131600 93141500 93141700	Producto audiovisual tipo **podcasts audiovisuales**	UNIDAD	Realizar podcasts audiovisuales, cada uno con una duración máxima de 30 minutos, diseñados para narrar la historia, los avances y el impacto de las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) a través de las voces y experiencias de personajes claves. Estos productos integrarán elementos de audio (entrevistas, narraciones, efectos sonoros) y video (imágenes de archivo, grabaciones actuales, animaciones) para ofrecer una experiencia inmersiva y dinámica. Los protagonistas incluirán figuras relevantes como fundadores, exrectores, docentes destacados, egresados exitosos, estudiantes actuales y líderes comunitarios que hayan contribuido a la evolución de las UTS en sus campus de Bucaramanga, Piedecuesta, Vélez y Barrancabermeja, así como en su modalidad virtual. Entregables 1.12 podcasts audiovisuales: Cada uno de máximo 30 minutos, entregados en dos versiones: Versión limpia (solo imágenes y sonido directo). Versión con marcas (textos institucionales, logotipos y marca de agua). • Resolución: FULL HD (horizontal y vertical), medidas: 1920 x 1080 (Horizontal, relación de aspecto 16:9); 1080 x 1920 (Vertical, relación de aspecto 9:16).Sonido: Estéreo, grabado con micrófonos profesionales para garantizar claridad y calidad.	12
D. Táctica Digital					

CONTRATO DE CONSULTORÍA No. 001801-25 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

10	82101600 82101800 80101600 80141700 93141500 93141700 93141900 93142000 93142100 55111500	Estrategia integral digital	UNIDAD	Diseño y Aplicación de Estrategia Integral Digital Desarrollar e implementar una estrategia integral digital, de carácter no orgánico, para posicionar las piezas audiovisuales del proyecto. Esta estrategia tiene como objetivo fortalecer la competitividad, conectividad y sostenibilidad a nivel regional y/o nacional, dirigiéndose tanto al público interno como externo de la institución a través de las plataformas Facebook, Instagram y Google Ads (Red Display y YouTube). Objetivos de Impresiones: Mínimo de 900.000 impresiones acumuladas en los siguientes públicos: 1. Público General (externo de la institución 2. Público Interno (de la institución) La cantidad mínima de impresiones de cada público será aprobada por el supervisor del contrato Entregables: 1. Documento por cada público con el detalle de la estrategia integra. l 2. Documento por cada público con el enlace del video y/o imagen pautada, incluyendo: *Informe de la cantidad de impresiones logradas en cada plataforma. *Alcance logrado. *Número de clics o acciones realizadas sobre el impacto generado por las pautas (cuando aplique). *Informe del número total de impresiones alcanzadas con las publicaciones.	2
E. Táctica Desarrollo Web					
11	82101800 82141500 80101600 80111500 93141500 93141700 93141500 93141900 93142000 93142100	Creación, desarrollo e implementación de Plataforma Web en WordPress para Revista Digital Periódica con Secciones Temáticas	UNIDAD	Desarrollo e implementación de una Plataforma web basada en WordPress que permita a la institución publicar de forma periódica la revista digital **#SoyUteísta** medio de divulgación mensual de las Unidades Tecnológicas de Santander que fomenta desde la extensión, la generación de contenidos educativos y comunicacionales a fin de facilitar procesos de apropiación social del conocimiento para la comunidad en general en beneficio de su aprendizaje, reflexión y discusión sobre temáticas de actualidad y artículos de opinión; así como información de interés para los actores de nuestro sistema educativo, estructurada en secciones definidas por la institución. **1. Requerimientos Funcionales** • Implementación de sitio web en WordPress con CMS administrativo personalizado. • Carga, edición y publicación de revistas digitales por ediciones (número y fecha) a modo de blog. • Secciones configurables por edición (ej. editorial, artículos, noticias, columnas, etc.). • Capacidad para insertar textos, imágenes, documentos descargables y videos incrustados. • Navegación amigable entre secciones y ediciones anteriores. • Buscador interno por palabra clave o sección. • Etiquetado y categorización de artículos por sección y dependencia.	1

CONTRATO DE CONSULTORÍA No. 001801-25 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

				• Visualización adaptable (responsive) para dispositivos móviles, tablets y PC. • Generar un subdominio para el alojamiento de la plataforma. Esto debe ser proporcionado por la entidad bajo el nombre que el supervisor selecciones. **2. Requerimientos No Funcionales** • Cumplimiento con lineamientos de Gobierno Digital (MinTIC Colombia). • Seguridad mínima con HTTPS, protección contra ataques comunes (CSRF, XSS, etc.). El certificado HTTPS debe ser proporcionado por la entidad. • Optimización SEO básico para buscadores. • Interfaz amigable para usuarios administradores (mínimo dos perfiles: editor y administrador). **3. Diseño Gráfico y Experiencia de Usuario (UX/UI)** • Maquetación limpia, moderna y alineada con la identidad institucional. • Paleta de colores, tipografía y logotipo de la entidad integrados. • Diseño visual de al menos 3 secciones de blog de la revista como plantilla reutilizable. • Navegación clara e intuitiva con jerarquías de información visibles. **4.Soporte y Capacitación** • Capacitación para el personal encargado de publicar los contenidos (mínimo 2 horas). • Soporte técnico durante el período de garantía (mínimo 3 meses posterior a entrega final). **6. Requerimientos Técnicos y Hosting** • Instalación y configuración en hosting proporcionado por la entidad. • Lenguaje y plataforma: WordPress (PHP, MySQL o MariaDB). • Compatibilidad con navegadores: Chrome, Firefox, Edge, Safari (últimas dos versiones). **Entregables** • Sitio web operativo en ambiente de producción. • Código fuente y backup entregado. • Documentación técnica de la solución (estructura, plugins utilizados, configuraciones especiales).	

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 CINCO (5) 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 VEINTINUEVE MILLONES SEISCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL SEISCIENTOS OCHENTA PESOS MCTE ($529.635.680).** 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 Ordenanzales 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 cumplimento 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 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 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 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 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 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 y seis (6) meses más.	Tomador: Contratista Afianzado: Contratista Asegurado: UTS Beneficiario: UTS
CALIDAD DEL SERVICIO	10% del valor total del contrato (Incluido IVA)	Por el término de ejecución del contrato y seis (6) meses más.	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**

CONTRATO DE CONSULTORÍA No. 001801-25 CELEBRADO ENTRE LAS UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER Y GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY SAS

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 ejecutare 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. **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