	FORMATO DE CERTIFICACION DE CUMPLIMIENTO PARA PAGOS	CÓDIGO: F-4-4-3
	PROCEDIMIENTO RELACIONADO: CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 1-10-02-2014
		PÁGINAS: Página 1 de 1

**EI SUSCRITO GERENTE DE LA GERENCIA DE COMUNICACIONES Y MARKETING  
SUPERVISOR  
DEL CONTRATO No CST-2026-000113**

**C E R T I F I C A**

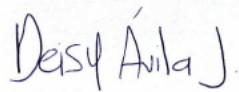
Que el señor (a) **JANDY JULIETH APONTE LEGUIZAMO** identificado (a) con el **CEDULA DE CIUDADANIA No. 1043019460** cumplió a satisfacción con el objeto del CONTRATO No. **CST-2026-000113**, suscrito con la UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA.

Por lo anterior, es pertinente autorizar el pago de **\$4.755.400 (CUATRO MILLONES SETECIENTOS CINCUENTA Y CINCO MIL CUATROCIENTOS PESOS M/C)**, contemplado en el contrato en mención, en la forma allí indicada correspondiente al pago del mes de **Enero de 2026** quien desempeña su objeto contractual en la **GERENCIA DE COMUNICACIONES Y MARKETING**

Si los recursos del pago de esta certificación deben realizarse con cargo a una Cuenta Bancaria exclusiva, indique el nombre, \*\*\* tipo de cuenta \*\*\*, y número de cuenta \*\*\* de la cual se debe realizar el pago. APLICA SI ☐ o NO ☒

De igual manera el contratista realizo el pago de seguridad social y/o aportes parafiscales de conformidad con la normatividad vigente y presento el informe respectivo.

Se expide a solicitud del interesado a los **30 de enero de 2026**



**DEISY ALEJANDRA AVILA JIMENEZ  
GERENTE DE LA GERENCIA DE COMUNICACIONES Y MARKETING**

## INFORME DE ACTIVIDADES DEL 20 DE ENERO DE 2026 HASTA 30 DE ENERO DE 2026

Doctor (a):

**DEISY ALEJANDRA AVILA JIMENEZ**

GERENTE DE LA GERENCIA DE COMUNICACIONES Y MARKETING

Supervisor de la orden de servicios No. CST-2026-000113

### INFORME MENSUAL DE ACTIVIDADES

<b>ORDEN DE PRESTACION DE SERVICIOS</b>	CST-2026-000113
<b>OBJETO</b>	EJECUTAR ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES INSTITUCIONALES ORIENTADAS A SATISFACER DE MANERA OPORTUNA Y EFECTIVA LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD, FORTALECIENDO SU IMAGEN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL ANTE LOS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS, MEDIANTE EL USO DE TÉCNICAS, FORMATOS Y CANALES PERTINENTES QUE PERMITAN OPTIMIZAR LA GESTIÓN INFORMATIVA DE FORMA CONFIABLE, COHERENTE Y ALINEADA CON LOS LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE LA UNAD.
<b>PERIODO DEL INFORME</b>	DEL 20 DE ENERO DE 2026 HASTA 30 DE ENERO DE 2026

A continuación relaciono las actividades realizadas en el periodo en mención.

Actividad N. 1: Planear y ejecutar la parrilla editorial interna alineada al plan de comunicaciones (temas, públicos, calendario y protocolos).

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Durante el periodo comprendido entre el 20 y el 30 de enero, el equipo de contenidos realizó el proceso de revisión y reformulación de la parrilla editorial institucional con el propósito de fortalecer el alcance en redes sociales y aumentar las visitas a la página web. Como resultado de este ejercicio se definieron lineamientos temáticos, públicos objetivo, periodicidad y protocolos de publicación, orientados a garantizar mayor pertinencia y oportunidad en los mensajes.

| En el marco de esta planificación, el contratista proyectó la ejecución de aproximadamente cuatro productos mensuales, entre los que se incluyen contenidos de la sección #Expertos, historias de inclusión y diversidad, piezas conmemorativas de días especiales, cápsulas informativas como #AhoraLoSabes y noticias con enfoque SEO. Esta estructura permitirá mantener un flujo constante de contenidos alineados con los objetivos del plan de comunicaciones institucional.

Actividad N. 2: Producir, editar y publicar contenidos internos (notas, boletines, comunicados, guiones, perfiles) con calidad y oportunidad.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Durante el periodo en mención, se generaron ocho (8) noticias orgánicas para la página web institucional, con un enfoque prioritariamente informativo y orientado a visibilizar la gestión de las diferentes áreas. De manera paralela, se produjeron tres (3) contenidos gráficos e informativos destinados a fortalecer la difusión en canales digitales.

| Adicionalmente, se elaboraron guiones y libretos para productos audiovisuales contemplados dentro del plan de contenidos del equipo de periodistas, garantizando coherencia narrativa, enfoque institucional y oportunidad en la publicación. Estas acciones contribuyeron al fortalecimiento de la oferta informativa interna y al posicionamiento de temas estratégicos de la Universidad.

Actividad N. 3: Articular con unidades/sistemas/territorios la recolección de información y validación

de mensajes para difusión interna.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Con el fin de promover una comunicación más transversal, el equipo de contenidos estableció rutas de articulación con las diferentes unidades y territorios, a través de encuentros virtuales por zonas orientados a la construcción conjunta de estrategias de difusión.

| Las reuniones se desarrollan de manera periódica y tienen como objetivo mantener actualizada la parrilla editorial, validar mensajes y priorizar temas de interés institucional. Como resultado de este proceso se propuso la designación de “fractales” en las ocho zonas donde hace presencia la UNAD, con el fin de fortalecer los flujos de información y la representación territorial en los contenidos.

Actividad N. 4: Cubrir y narrar hitos internos (gestión, academia, bienestar, logros), asegurando claridad y enfoque institucional.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Durante el periodo en mención, se difundió la información remitida por Gerencias, Escuelas y diferentes áreas, destacando logros, eventos y acciones de gestión institucional. El equipo avanzó en la construcción del plan de cubrimiento comunicacional de eventos macro de la Universidad, entre ellos Prospecta, con el propósito de garantizar una narrativa articulada y estratégica.

| Se prevé que en el transcurso de febrero se consoliden acciones más concretas y cronogramas definitivos por parte de las áreas organizadoras, lo que permitirá fortalecer la planeación de productos periodísticos y audiovisuales asociados a estos hitos.

Actividad N. 5: Mantener repositorio de contenidos internos y aprendizajes para reutilización y consistencia narrativa.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Los productos audiovisuales y cubrimientos generados por el equipo de contenidos están siendo almacenados en repositorios institucionales como la nube de Drive, con el fin de facilitar su reutilización en futuros escenarios comunicativos.

| De igual manera, noticias, comunicados, libretos y demás productos de valor se resguardan en plataformas en la nube que permiten una consulta ágil y organizada. En los comités semanales realizados los lunes con la Gerencia de Comunicaciones y Marketing se acordó mantener las narrativas institucionales y sistematizar los aprendizajes para garantizar consistencia en los mensajes.

Actividad N. 6: Medir desempeño de contenidos internos (aperturas, clics, lecturas, participación) y proponer mejoras mensuales.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Para el periodo evaluado se definieron como mecanismos de análisis: número de visualizaciones de noticias publicadas (orgánicas y SEO), alcance de los productos en redes sociales —medido a través de comentarios, “me gusta” y compartidos—, y seguimiento a la cantidad de contenidos publicados en la página web clasificados por Escuelas y zonas, de acuerdo con el cuadro de métricas del equipo de periodistas.

| En las reuniones semanales desarrolladas en la Gerencia (los lunes de casa semana) se plantearán acciones de mejora continua orientadas a incrementar el alcance, optimizar formatos y fortalecer la conversión de los contenidos internos.

Actividad N. 7: Gestionar los protocolos de comunicación interna en coyunturas y riesgos reputacionales (alineación de mensajes y oportunidad).

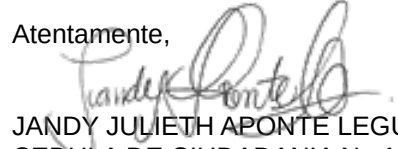
Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Como marco de actuación se cuenta con el “Protocolo institucional de difusión y cubrimiento comunicacional de eventos UNAD”, que define las fases y responsables para la alineación de mensajes en escenarios estratégicos.


| Durante el periodo se desarrollaron reuniones con las Escuelas para la planeación de eventos institucionales, en las cuales se definieron objetivos, públicos, líneas temáticas, mensajes clave y

formatos de difusión, garantizando oportunidad y coherencia en la gestión de la comunicación interna.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jandy Julieth Aponte Leguizamo', written over the printed name.


JANDY JULIETH APONTE LEGUIZAMO  
CEDULA DE CIUDADANIA No 1043019460

	FORMATO DE INFORME PERIÓDICO DE SUPERVISIÓN DE CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTIÓN	CÓDIGO: F-5-5-8
	PROCEDIMIENTO RELACIONADO: CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTIÓN	VERSIÓN: 1-15-09-2021
		PÁGINAS: Página 1 de 3

UNAD © 2021

### CONTRATO No. CST-2026-000113

CRITERIO DE EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN CONTRACTUAL	RANGO DE PUNTAJE	PUNTAJE FINAL
Cumplimiento del objeto contractual	De 1 a 20 puntos	20.00
<p><b>Actividad N. 1: Planear y ejecutar la parrilla editorial interna alineada al plan de comunicaciones (temas, públicos, calendario y protocolos). Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026</b>  <b>Detalle:</b> Durante el periodo comprendido entre el 20 y el 30 de enero, el equipo de contenidos realizó el proceso de revisión y reformulación de la parrilla editorial institucional con el propósito de fortalecer el alcance en redes sociales y aumentar las visitas a la página web. Como resultado de este ejercicio se definieron lineamientos temáticos, públicos objetivo, periodicidad y protocolos de publicación, orientados a garantizar mayor pertinencia y oportunidad en los mensajes.    En el marco de esta planificación, el contratista proyectó la ejecución de aproximadamente cuatro productos mensuales, entre los que se incluyen contenidos de la sección #Expertos, historias de inclusión y diversidad, piezas conmemorativas de días especiales, cápsulas informativas como #AhoraLoSabes y noticias con enfoque SEO. Esta estructura permitirá mantener un flujo constante de contenidos alineados con los objetivos del plan de comunicaciones institucional.</p> <p><b>Actividad N. 2: Producir, editar y publicar contenidos internos (notas, boletines, comunicados, guiones, perfiles) con calidad y oportunidad. Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026</b>  <b>Detalle:</b> Durante el periodo en mención, se generaron ocho (8) noticias orgánicas para la página web institucional, con un enfoque prioritariamente informativo y orientado a visibilizar la gestión de las diferentes áreas. De manera paralela, se produjeron tres (3) contenidos gráficos e informativos destinados a fortalecer la difusión en canales digitales.    Adicionalmente, se elaboraron guiones y libretos para productos audiovisuales contemplados dentro del plan de contenidos del equipo de periodistas, garantizando coherencia narrativa, enfoque institucional y oportunidad en la publicación. Estas acciones contribuyeron al fortalecimiento de la oferta informativa interna y al posicionamiento de temas estratégicos de la Universidad.</p> <p><b>Actividad N. 3: Articular con unidades/sistemas/territorios la recolección de información y validación de mensajes para difusión interna. Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026</b>  <b>Detalle:</b> Con el fin de promover una comunicación más transversal, el equipo de contenidos estableció rutas de articulación con las diferentes unidades y territorios, a través de encuentros virtuales por zonas orientados a la construcción conjunta de estrategias de difusión.    Las reuniones se desarrollan de manera periódica y tienen como objetivo mantener actualizada la parrilla editorial, validar mensajes y priorizar temas de interés institucional.</p>		

	FORMATO DE INFORME PERIÓDICO DE SUPERVISIÓN DE CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTIÓN	CÓDIGO: F-5-5-8
	PROCEDIMIENTO RELACIONADO: CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTIÓN	VERSIÓN: 1-15-09-2021
		PÁGINAS: Página 2 de 3

UNAD © 2021

Como resultado de este proceso se propuso la designación de “fractales” en las ocho zonas donde hace presencia la UNAD, con el fin de fortalecer los flujos de información y la representación territorial en los contenidos.

**Actividad N. 4:** Cubrir y narrar hitos internos (gestión, academia, bienestar, logros), asegurando claridad y enfoque institucional.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Durante el periodo en mención, se difundió la información remitida por Gerencias, Escuelas y diferentes áreas, destacando logros, eventos y acciones de gestión institucional. El equipo avanzó en la construcción del plan de cubrimiento comunicacional de eventos macro de la Universidad, entre ellos Prospecta, con el propósito de garantizar una narrativa articulada y estratégica.

| Se prevé que en el transcurso de febrero se consoliden acciones más concretas y cronogramas definitivos por parte de las áreas organizadoras, lo que permitirá fortalecer la planeación de productos periodísticos y audiovisuales asociados a estos hitos.

**Actividad N. 5:** Mantener repositorio de contenidos internos y aprendizajes para reutilización y consistencia narrativa.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Los productos audiovisuales y cubrimientos generados por el equipo de contenidos están siendo almacenados en repositorios institucionales como la nube de Drive, con el fin de facilitar su reutilización en futuros escenarios comunicativos.

| De igual manera, noticias, comunicados, libretos y demás productos de valor se resguardan en plataformas en la nube que permiten una consulta ágil y organizada. En los comités semanales realizados los lunes con la Gerencia de Comunicaciones y Marketing se acordó mantener las narrativas institucionales y sistematizar los aprendizajes para garantizar consistencia en los mensajes.

**Actividad N. 6:** Medir desempeño de contenidos internos (aperturas, clics, lecturas, participación) y proponer mejoras mensuales.

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026


Detalle: Para el periodo evaluado se definieron como mecanismos de análisis: número de visualizaciones de noticias publicadas (orgánicas y SEO), alcance de los productos en redes sociales —medido a través de comentarios, “me gusta” y compartidos—, y seguimiento a la cantidad de contenidos publicados en la página web clasificados por Escuelas y zonas, de acuerdo con el cuadro de métricas del equipo de periodistas.

| En las reuniones semanales desarrolladas en la Gerencia (los lunes de casa semana) se plantearán acciones de mejora continua orientadas a incrementar el alcance, optimizar formatos y fortalecer la conversión de los contenidos internos.

**Actividad N. 7:** Gestionar los protocolos de comunicación interna en coyunturas y riesgos reputacionales (alineación de mensajes y oportunidad).

Periodo: 20/01/2026 - 30/01/2026

Detalle: Como marco de actuación se cuenta con el "Protocolo institucional de difusión y cubrimiento comunicacional de eventos UNAD", que orienta las fases y responsables para la alineación de mensajes en escenarios estratégicos.

	<b>FORMATO DE INFORME PERIÓDICO DE SUPERVISIÓN DE CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTIÓN</b>	<b>CÓDIGO:</b> F-5-5-8
	<b>PROCEDIMIENTO RELACIONADO: CONTRATACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y DE APOYO A LA GESTIÓN</b>	<b>VERSIÓN:</b> 1-15-09-2021
		<b>PÁGINAS:</b> Página 3 de 3

UNAD © 2021

**| Durante el periodo se desarrollaron reuniones con las Escuelas para la planeación de eventos institucionales, en las cuales se definieron objetivos, públicos, líneas temáticas, mensajes clave y formatos de difusión, garantizando oportunidad y coherencia en la gestión de la comunicación interna.**

**Cumple con la ejecución de las actividades y entregables conforme a lo establecido.**

Cumplimiento dentro del plazo de ejecución	De 1 a 20 puntos	<b>20.00</b>
--	------------------	--------------

**Cumple los plazos y fechas establecidas para la ejecución y entrega.**

Calidad de los productos y/o servicios	De 1 a 20 puntos	<b>20.00</b>
--	------------------	--------------

**Cumple con los requisitos de calidad definidos para los productos y/o servicios entregados.**

Atención de Solicitudes, quejas y reclamos	De 1 a 20 puntos	<b>20.00</b>
--	------------------	--------------

**Atiende y reporta oportunamente las solicitudes, con comunicación adecuada.**

Incidentes	0 a 1 incidentes	20 puntos	<b>20.00</b>
	2 a 5 incidentes	10 puntos	
	5 incidentes en adelante	0 puntos	

**Fecha: 30 de enero de 2026**

*Deisy Ávila J*

**DEISY ALEJANDRA AVILA JIMENEZ  
GERENTE DE LA GERENCIA DE COMUNICACIONES Y MARKETING**


**UNIVERSIDAD NAL. ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD**
**Código Empresa: 1**
**Unidad Ej.: 01**
**Relación de Giro:**
**Nit: 860512780-4**
**ORDEN DE PAGO**
**No. 2026**
**1. DATOS DEL BENEFICIARIO**
**Nombre:** APONTE LEGUIZAMO JANDY JULIETH

**Dirección:** CRA 7 6-16 BOGOTA

**CC/Nit:** 1043019460

**Teléfono:** 3014421384

**Banco/Sucursal:** DAVIVIENDA

**Cuenta:** A 488409035398

**Compromiso**
**ODS-ORDEN DE SERVICIO No:** CST-2026-000113 **FACTS:**
**Detalle:**
**PAGO ODS CST-2026-000113 PAGO HONORARIOS MES ENERO DE 2026 EJECUTAR ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES INSTITUCIONALES ORIENTADAS A SATISFACER DE MANERA OPORTUNA Y EFECTIVA L**
**Fecha**
**Facturación**
**Elaboración**
**30/01/2026**
**2. MOVIMIENTO PRESUPUESTAL**
**Vigencia** 2026 **Numero de Documento** CST-2026 **Registro Presupuestal No.** 1105 **Valor:** 4,774,422.00

**Imputación Presupuestal**

A12B0200080000000000

EJECUTAR ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES INSTITUCIONALES ORIENTADAS A SATISFACER DE MANERA OPORTUNA Y EFECTIVA L AS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD, FORTALECIENDO SU IMAGEN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL ANTE LOS DIFERENTES G

**Vo. Bo. Presupuesto**
**3. MOVIMIENTO FINANCIERO Y CONTABLE**

Concepto	Base	%	Valor	Código Contable	Débito	Crédito
BRUTO	4,774,422.00	100.0	4,774,422.00	24362702	0.00	44,017.00
RETENCION ICA	4,556,625.26	1.0	44,017.00	24905401	0.00	4,711,383.00
<b>TOTAL DESCUENTOS:</b>			0.00	24010193	4,755,400.00	0.00
<b>NETO A PAGAR:</b>			<b>4,711,383.00</b>		<b>4,755,400.00</b>	<b>4,755,400.00</b>

**Valor Neto a pagar en letras:** CUATRO MILLONES SETECIENTOS ONCE MIL TRECIENTOS OCHENTA Y TRES PESOS

**Vo. Bo. Central de Cuenta**
**4. MOVIMIENTO DE TESORERIA Y CONTABLE**

Embargo	Endoso	Cheque	Abono a Cta	Código banco	Código Contable	No.de Cheque	Valores
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

**Cuentas por pagar en poder del Tesorero**
☐
**Elaborado por:** JENYFERQ

**OBSERVACIONES:**
**Agentes de Retención - No Responsables del IV A - ICA y Actividad economica 304**
**1936**
**PORTAL**  
**BANCO DE BOGOTA**  
**13 FEB 2026**  
**CTA. CTE. 4385**
**Original:** Tesorería **Copias:** Tesorería, Presupuesto, Contabilidad y/o Jurídica ó Servicios Generales