	FORMATO DE TÉRMINOS DE REFERENCIA MÍNIMA CUANTÍA	**CÓDIGO:** F-4-4-19
		VERSIÓN: 2-19-07-2022
	PROCEDIMIENTO RELACIONADO: CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	**PÁGINAS:** Página 1 de 7

UNAD © 2022

TIPO DE PERSONA Seleccione el tipo de persona que es el contratista (persona natural o persona jurídica).	Persona Jurídica
1. SEDE NACIONAL, CEAD, CCAV y/o UDR:	Sede Nacional
2. UNIDAD RESPONSABLE:	Gerencia de Comunicaciones y Marketing.
3. NOMBRE / RAZÓN SOCIAL DEL CONTRATISTA:	La Corraleja Publicidad S.A.S
4 IDENTIFICACIÓN (NIT/CC):	830.009.099-0
5.DIRECCIÓN:	Cl. 44 C No.45-53 Interior 2-604 Bogotá
6.TELÉFONOS:	3107629012
7. **OBJETO DE LA CONTRATACION:** (Usar verbos que describan un objeto que se pueda medir, que sea cuantificable y alcanzable. Además, el objeto debe ser pertinente, coherente y estar articulado con la OP que corresponda).	Contratar la prestación del servicio de pauta comercial con una emisora radial, que permita a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia — UNAD la movilización de mensajes de interés institucional, así como la difusión de información relacionada con procesos de matrícula, oferta académica y beneficios institucionales, en el marco de la estrategia de posicionamiento y proyección social de la Universidad.
8.CONVENIENCIA: (Es el estudio por medio del cual se estipula la utilidad y la necesidad de la contratación que se pretende adelantar y prevé el costo beneficio de la adquisición de este bien o servicio).	Resulta altamente conveniente para la UNAD contratar una emisora de radio comercial dado que: • **Alta penetración y cobertura:** La radio sigue siendo uno de los medios de comunicación masiva más inclusivos, de mayor alcance y tradición en Colombia, permitiendo conectar con diversas capas sociodemográficas a las que no siempre se llega eficazmente a través de medios digitales. • **Oportunidad en el tiempo:** Permite una programación flexible y ágil para intensificar la pauta en las fechas pico de los calendarios de matrícula y convocatorias académicas. • **Costo-efectividad:** Ofrece un costo por impacto (audiencia alcanzada) altamente competitivo frente a otros medios tradicionales de comunicación (prensa escrita, televisión o vallas publicitarias). • **Fortalecimiento del posicionamiento regional:** Permite consolidar la presencia institucional en territorios clave donde

	la UNAD busca ampliar su cobertura educativa
9.JUSTIFICACIÓN: (Explicar por qué es importante realizar la contratación. Que beneficios se obtendrán al resolver la problemática que se plantean por medio de la contratación necesaria del bien o servicio) - Anexo técnico de los bienes y servicios - Anexo o ficha Económica - Estudio de mercado.	La consecución de las metas de matrícula e inserción social de la UNAD depende sustancialmente del posicionamiento de sus programas académicos y del conocimiento que la comunidad tenga de los beneficios e incentivos institucionales. La contratación del servicio de pauta comercial radial se justifica en la medida en que permite dinamizar el flujo de información hacia los aspirantes, reduciendo las barreras de información e incentivando la vinculación de nuevos estudiantes. Asimismo, esta contratación responde al cumplimiento del Plan Operativo Anual y del Plan de Desarrollo Institucional, al articular las acciones de marketing institucional y proyección social con las campañas estratégicas de comunicación, garantizando que el mensaje de la educación pública con calidad y flexibilidad llegue de manera oportuna a las zonas urbanas, periurbanas y rurales del área de cobertura**.**
10.FACTIBILIDAD: Es la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados que se pretenden contratar. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el bien o servicio que se pretende contratar. Los tipos de factibilidades básicamente son: • Factibilidad técnica: Todo tipo de contratación efectuada por la universidad debe cumplir con los requisitos para la prevención de accidentes de Trabajo y enfermedades profesionales de contratistas y/o subcontratistas. **VER DOCUMENTO. (INSTRUCTIVO DE REQUISITOS EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO Y CONDICIONES DE CONTRATACION).** Si existe o está al alcance la tecnología necesaria para desarrollar el objeto contractual. Dentro de esta factibilidad técnica se deben contemplar cuando aplique, características ambientales, siguiendo las directrices de compras verdes o compras ambientalmente	**FACTIBILIDAD ECONÓMICA** La factibilidad económica del presente proceso de contratación se fundamenta en las siguientes consideraciones: • **Disponibilidad Presupuestal:** El proyecto cuenta con el respaldo financiero mediante la correspondiente apropiación presupuestal y la expedición del Certificado de Disponibilidad Presupuestal (CDP), garantizando que la institución dispone de los recursos necesarios para asumir el compromiso. • **Estudio de Mercado:** El valor estimado del contrato ha sido determinado a partir de un análisis de mercado que evalúa las tarifas vigentes por segundo/minuto de cuña, franjas horarias y paquetes publicitarios en el sector radiodifusor, garantizando precios ajustados a la realidad del mercado. • **Relación Costo-Beneficio:** La inversión se justifica plenamente con el retorno esperado en la atracción de nuevos estudiantes (incremento de la tasa de matriculados) y la consolidación de la imagen corporativa institucional. **FACTIBILIDAD TÉCNICA** El servicio es técnicamente viable debido a que: • **Involucra capacidades instaladas idóneas:** El contratista seleccionado deberá contar con la debida concesión, licencia de operación expedida por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), así como la potencia de transmisión y cobertura en la frecuencia acordada (AM o FM). • **Formatos y estándares de producción:** La Universidad cuenta con el equipo técnico y profesional interno

sostenibles **(VER DOCUMENTO "INSTRUCTIVO PARA LA CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS AMBIENTALMENTE SOSTENIBLES (I-6-3-2)"** • Factibilidad económica: relación beneficio costo. • Factibilidad operacional u organizacional: si el objeto a contratar puede funcionar en la institución.	(diseñadores, locutores y comunicadores) para la producción de los másteres de audio y guiones, o en su defecto, coordinar la producción técnica con la emisora respetando los parámetros de calidad de audio exigidos en la industria. • **Sistemas de verificación y monitoreo:** La emisora dispone de los medios técnicos necesarios para certificar las emisiones diarias y entregar reportes de certificación de pauta (mallas de emisión y audios de control) que respaldan el cumplimiento exacto del servicio contratado. **FACTIBILIDAD OPERACIONAL** La ejecución operacional del contrato es factible y viable en razón a que: • **Simplicidad en la logística de ejecución:** El proceso operativo para la transmisión de las piezas publicitarias consiste en la entrega digital de archivos de audio (formato MP3/WAV) y la programación conforme al plan de medios pactado, lo cual no genera cargas operativas complejas ni interrumpe el normal funcionamiento de las actividades administrativas de la UNAD. • **Capacidad de supervisión y control:** La Universidad designará un supervisor (generalmente de la oficina de comunicaciones o mercadeo) encargado de coordinar la entrega de material, aprobar las parrilladas de pauta y verificar el recibo a satisfacción a través de las mallas y certificados de emisión periódicos. • **Flexibilidad operativa:** El esquema de contratación permite realizar ajustes en la programación o reubicación de cuñas dentro de las franjas pactadas para responder a eventuales cambios o contingencias en los calendarios de matrícula o eventos institucionales.
11.PERFIL: (Indicar el nivel académico requerido Ej. Técnico, tecnólogo, profesional o especialista en el área requerida para el caso en concreto y la experiencia general y específica que se requiera).	Empresa encargada de la emisión de espacios periodísticos para radio, prensa y televisión, promoción y participación en todos los aspectos relacionados con la creación, desarrollo, ejecución y difusión de cualquier producto, bien o marca en los diferentes medios de comunicación a nivel regional y nacional..
12. EXPERIENCIA: (Establezca el mínimo período de tiempo que el proveedor debe acreditar tener, en la ejecución de proyectos relacionados con el objeto (y/o similares) del contrato a desarrollar.	Empresa con más de 1 año de experiencia relacionada con promoción de marcas institucionales y contenidos noticiosos en emisoras radiales a nivel regional y nacional
13.OBLIGACIONES:	Estas son las obligaciones:

Descripción de los elementos o tipo de servicio a contratar, ej. Podrá pactarse aquí condiciones tales como: Material, cantidad, perfil profesional, etc. Este espacio también podrá contener los permisos especiales que se necesiten según el tipo del servicio o bien a contratar y/o los objetivos, alcances y restricciones sobre el bien o servicio que se pretende contratar, fechas de entrega, día, fecha y hora de la entrega, cargo de la persona a quién debe entregarse, condiciones especiales de la entrega y/o transporte, acta de entrega, etc, y en general cualquier condición adicional que el supervisor del contrato crea pertinente.	1. Emisión de cuatro (04) cuñas diarias, para un total mensual de ochenta (88) cuñas, y durante la ejecución del contrato, un total de doscientos sesenta y cuatro (264) cuñas, para promocionar y divulgar las campañas institucionales de la UNAD. 2. Lectura de boletines de prensa, enviados por la oficina de comunicaciones, para fortalecer las fechas especiales de matrículas, en carreras de pregrado, posgrados y demás actividades que requiera divulgar la UNAD. 3. Entrevistas a funcionarios de la UNAD, en cabina o por teléfono, para reforzar las campañas de admisiones y matriculas para el último periodo de 2026 y para el año académico 2027. 4. Entrega de informe de actividades realizados durante el mes especificando la labor realizada.
14. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS U OBLIGACIONES: Información básica del producto o servicio a recibir por parte de la UNAD: Se deben describir los datos claves de las características técnicas del bien o servicio en concreto (ficha técnica)	El producto o servicio para contratar cuenta con alguna característica específica. (Seleccione la opción según corresponda)
	NO
	En caso de seleccionar "SI", especifique las características técnicas:
15. No. del CDP (Anexarlo). Indique el número del CDP y fecha de expedición (Anexarlo debidamente suscrito por la unidad de Presupuesto)	CDP N. 1686 del 21 de septiembre de 2026.
16. VALOR DESAGREGADO POR CADA CPC Valor total del CDP desagregado por cada CPC (Clasificador Central de Productos, código presupuestal).	Código CPC: 83633 Servicios de venta de tiempo publicitario en radio excepto a comisión.
17. CODIGO UNSPSC Indique el código UNSPSC (United Nations Standard Products and Services Code), para este proceso.	82101601
18. DESTINACIÓN DEL GASTO:	Indicar el rubro presupuestal por el cual se destinará el gasto

Indicar si el rubro es inversión, funcionamiento o servicio de la deuda	(Seleccione la opción según corresponda) Funcionamiento
19. FUENTE DE RECURSOS: Marque con una X la opción que corresponda, si aplica, e indique el valor.	Fuente de los recursos (Seleccione la opción según corresponda) Recursos Propios En caso de seleccionar "otros", indique cuál otra fuente:
20. MIPYME: La presente contratación obedece a MiPymes.	Indique si la contratación obedece a MIPYME NO
21. EMPRENDIMIENTO Y/O EMPRESAS DE MUJERES: Establezca si el contratista es un emprendimiento y/o empresa de mujeres	Indique si el contratista es un emprendimiento y/o empresa de mujeres NO
22. CARGO DEL SUPERVISOR:	Gerente Comunicaciones y Marketing.
23. VALOR Y FORMA DE PAGO: Este valor incluye IVA y todos los impuestos, gastos, tributos, estampilla Pro-Universidades y demás aspectos tributarios en que pueda incurrirse o generarse durante la ejecución del contrato derivado del presente proceso de contratación. Explicar si existen variaciones, exclusiones o exenciones a que haya lugar en dichos impuestos; todo lo anterior, junto con la justificación normativa (de carácter legal y/o tributario) frente a su aplicación	El presupuesto oficial destinado para el presente proceso contractual se estima en:El valor total es de $19.635.000 según CDP N.1686 del 21 de septiembre de 2026, cancelados mensualmente durante 3 meses ASI: • (3) pagos por un valor cada uno de: seis millones quinientos cuarenta y cinco mil pesos m/cte ($6.545.000) IVA incluido. **FORMA DE PAGO:** Se realizarán TRES PAGOS, los (3) pagos se deben radicar la segunda semana de cada mes y el último pago al finalizar el contrato. Los mismos serán cancelados con la entrega total de las obligaciones y a satisfacción del supervisor o interventor. Adicionalmente, el último pago (3), estará sujeto al acta de liquidación e informe final suscrito por ambas partes. Y debe considerarse que la cancelación del valor del contrato estará sujeta a la programación de pagos y disponibilidad de flujo de la caja de la UNAD.

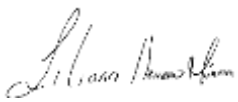
	Cada uno de los pagos se realizará, anexando: a) factura, b) certificación de pago de seguridad social y parafiscales correspondientes al mes de pago, c) relación de actividades realizadas correspondientes al período de pago y d) certificación de cumplimiento de todas las obligaciones contractuales por parte del contratista, la cual debe ser expedida por el interventor o supervisor del contrato, en el que conste el cumplimiento de las obligaciones contractuales realizadas por el contratista, e) informe periódico de supervisión, f) informe final de supervisión y acta de liquidación para el último pago suscrita por ambas partes, g) en virtud del manual de procesos y procedimientos de la UNAD en su literal "j" del artículo 16.2.4 "deberes del supervisor o interventor", presentar por cada pago a realizar", j) informes periódicos de carácter administrativo, técnico y financiero, si es del caso, previa revisión de documentos soporte, sobre la actividad contractual cuyo control se encuentre a su cargo. " no obstante lo anterior esta cláusula está condicionada a la cláusula sobre imputación presupuestal y subordinación a la apropiación presupuestal, h) certificación según formato f-4-4-25 en el que conste estar informado y se comprometa a cumplir -durante el período comprendido desde el mismo momento de la presentación de la oferta y hasta finalizar el plazo de ejecución del contrato, incluyendo períodos de prórroga cuando así haya lugar- con la política generada por la UNAD, en concordancia con la normatividad exigible en este sentido. La universidad ha generado los instructivos i-5-6-5 y i-6-3-2 en los cuales "los requisitos mencionados son de obligatorio cumplimiento para que las actividades que sean realizadas por estos (contratistas) y se hagan de forma segura" (instructivo de requisitos y condiciones en seguridad y salud en el trabajo para la contratación de bienes y servicios i-5-6-5 introducción.
24. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO: Término durante el cual el futuro contratista adelantará la ejecución del objeto contractual). Debe definir una fecha cierta para el cumplimiento de obligaciones contractuales	A partir de la legalización del contrato y hasta el mes de diciembre 2026
25. PLAN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN El presente proceso se encuentra dentro del plan de compras, si – no, en caso de indicar que no, justificar la razón	Indique si la presente contratación se encuentra dentro del Plan de Compras y Contratación **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** En caso de seleccionar "NO", justificar:
26. ID PLAN DE COMPRAS Número de identificación, con el que se encuentra referenciado la presente	82101601

UNAD © 2022

contratación, dentro del Plan de Compras (debidamente aprobado y publicado).	
27. LICENCIA, PERMISO AUTORIZACIÓN O PLANOS Y DISEÑOS: (Anexar de ser necesarios)	N/A

Nombre supervisor o interventor: Martha Liliana Herreño Múnera

Cargo: Gerente Comunicaciones y Marketing.



Firma: _____