

# Teleantioquia

## MACROPROCESO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

### MA-P20-01 MANUAL DE CONTRATACIÓN

<b>PROYECTADO POR</b> Fecha: 02-10-2015	<b>REVISADO POR</b> Fecha: 30-10-2015	<b>APROBADO POR</b> Fecha: 18- 11-2015	
Janeth Cristina Aguirre Montoya Secretaria General  <hr/> <b>Firma</b>	Walter Albeiro Pineda Director de Operaciones	Rosa Amalia Zuluaga Cano Gerente  <hr/> <b>Firma</b>	
	Diana Sofia López Madrid Directora de Realización y Producción		
	Guillermo Alfonso Valderrama Castellanos Director de Mercadeo y Comercialización		
	Carlos Mario Carmona Ocampo Director de Innovación y Contenidos		
Jorge Hugo Alvarez Cano Coordinador de Planeación			

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

### TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....4

TITULO I: GENERALIDADES

CAPÍTULO I: SISTEMA, FINES Y PRINCIPIOS DE LA CONTRATACION.....5

    OBJETIVO.....5

    NATURALEZA.....5

    FINES DE LA CONTRATACION.....5

    SISTEMA DE CONTRATACION.....5

    PRINCIPIOS DE LA ACTIVIDAD CONTRACTUAL.....6

    LIMITACIONES Y DELEGACIONES.....7

CAPITULO II: NORMAS GENERALES PARA LA CONTRATACION

    PLANEACION.....8

    TRAMITE PRESUPUESTAL.....9

    GARANTIA.....10

    INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES.....13

CAPITULO III: VIGILANCIA Y CONTROL EN LA CONTRATACIÓN

    COMITÉ DE CONTRATACIÓN.....13

    SUPERVISIÓN O INTERVENTORIA.....14

TITULO II: CONTRATACIÓN DE GASTOS - TELEANTIOQUIA

CAPITULO I: FUNDAMENTOS GENERALES

    PROCEDIMIENTO PREVIO PARA LA CELEBRACION DE CONTRATOS.....15

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

ESTUDIO DE PRECIOS DEL MERCADO.....	15
DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL.....	15
DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA LA CELEBRACION DE CONTRATOS....	16
SOLICITUD DE ELABORACION DE CONTRATOS.....	17
PERFECCIONAMIENTO Y EJECUCION.....	20
BANCO DE PROVEEDORES.....	21
FLUJOGRAMA.....	21
CAPITULO II: PROCEDIMIENTOS DE SELECCIÓN.....	23
CUANTÍAS Y CARACTERISTICAS DE LA SOLICITUD.....	23
EXCEPCIONES PARA CONTRATAR CON UNA SOLA OFERTA.....	26
CONTRATOS EXCEPTUADOS.....	27
TITULO III: CONTRATATACIÓN DE GASTOS - CENTRAL DE MEDIOS.....	28
GENERALIDADES.....	28
PROCESO DE TRABAJO.....	29
ORDENACIÓN Y CONTROL DE MEDIOS.....	30
OTRAS DISPOSICIONES.....	32
FLUJOGRAMA.....	33
TITULO IV: CANJES.....	37
GENERALES.....	37
POLÍTICAS A SEGUIR PARA EL EMPLEO DEL CANJE.....	37
MODALIDADES.....	38

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

RESPONSABILIDADES.....	39
FLUJOGRAMA.....	40
TITULO V: INGRESOS.....	43
CAPÍTULO I: CESION DE DERECHOS DE EMISIÓN.....	43
PLANEACIÓN.....	43
ELABORACIÓN DEL CONTRATO.....	46
FLUJOGRAMA.....	47
CAPÍTULO II: CONVENIOS Y CONTRATOS INTERADMINISTRATIVOS.....	50
TIPOS DE CONVENIOS.....	51
REQUISITOS GENERALES PARA EL TRÁMITE Y SUSCRIPCIÓN DE CONVENIOS.....	51
SUPERVISIÓN.....	52
LIQUIDACIÓN.....	52
FLUJOGRAMA.....	52
TITULO VI: DISPOSICIONES FINALES.....	55
DOCUMENTOS DE REFERENCIA.....	55
DEFINICIONES Y TÉRMINOS.....	58
CONTROL DE CAMBIOS.....	73

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

## INTRODUCCIÓN

TELEANTIOQUIA como Canal u Organización Regional de Televisión tiene autorización legal para prestar el servicio público de televisión abierta en el nivel regional, Empresa industrial y Comercial del Estado, que hace parte de la Rama Ejecutiva del Poder Público, entidad descentralizada indirecta del orden departamental de conformidad con la Ley 489 de 1998.

Los actos y contratos que la Sociedad realice o celebre para el desarrollo de actividades, están sujetos a las disposiciones legales y reglamentarias aplicables a sus actividades económicas y comerciales, esto es, a las reglas del Derecho Privado, de conformidad con lo estipulado por el artículo 14 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011, enmarcados en la aplicación de los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal, de que tratan los artículos 209 y 267 de la Constitución Política, respectivamente, y con sujeción al régimen de inhabilidades e incompatibilidades propio del régimen contractual excepcional del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública conforme lo señala el artículo 13 de la Ley 1150 de 2007.

TELEANTIOQUIA por su régimen especial no se rige por el Estatuto General de Contratación como bien se desprende de la Ley 182 de 1995, artículo 37.3 y el artículo 14 de la Ley 1150, modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011, salvo lo dispuesto en el régimen de inhabilidades e incompatibilidades, por lo que no resulta pertinente hacer alusión a las modalidades de selección para la escogencia del contratista, dispuestas en dicho Estatuto.

Lo anterior se justifica en la naturaleza jurídica del Canal y por ser una Empresa Industrial y Comercial del Estado que está en competencia con empresas del sector del orden nacional e internacional, por tanto debe disponer de procedimientos ágiles, dando cumplimiento a los principios de objetividad, transparencia y los propios de la función administrativa.

Teleantioquia, opera y comercializa el servicio público de televisión, para lo cual desarrolla todas las actividades regionales, especialmente las de producción, coproducción, programación, emisión y comercialización, y en general todas las actividades que conducen al desarrollo del objeto social para el cual fue creada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con sujeción a las normas especiales legales vigentes de derecho privado.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

## **TITULO I: GENERALIDADES**

### **CAPÍTULO I: SISTEMA, FINES Y PRINCIPIOS DE LA CONTRATACIÓN**

#### **1. OBJETIVO:**

Adoptar un manual de contratación, que sea la guía para Teleantioquia en los procedimientos, formatos y reglas generales que rigen la contratación en el Canal, tanto de ingresos como de egresos, cimentado en el cumplimiento de la normatividad vigente y acatando los principios de la función administrativa.

#### **2. NATURALEZA JURÍDICA:**

TELEANTIOQUIA es una Empresa Industrial y Comercial del Estado, entidad descentralizada indirecta del orden departamental, que hace parte de la Rama Ejecutiva, con autorización legal para la prestación de servicios de telecomunicaciones e información mediante la transmisión de audio y video de conformidad con la Ley 1341 de 2009.

#### **3. FINES DE LA CONTRATACIÓN:**

Teleantioquia, en desarrollo de su objeto social, deberá dar plena aplicación a su misión y a los fines del Estado, y especialmente a los fines del servicio público de televisión, conforme con lo establecido en el artículo 2º de la Ley 182 de 1995, observando los principios de pluralismo informativo y veracidad, imparcialidad y objetividad en la información que se difunda; la separación entre opiniones e informaciones; el respeto a la libertad política, religiosa, social y cultural; el respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y los derechos y libertades que reconocen la Constitución Política y las leyes.

De igual forma, en aplicación de los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal, de que tratan los artículos 209 y 267 de la Constitución Política, respectivamente, y con sujeción al régimen de inhabilidades e incompatibilidades previsto legalmente para la contratación estatal.

#### **4. SISTEMA DE CONTRATACION.**

Al fijar la ley un régimen normativo especial a los canales regionales, el procedimiento de contratación deberá atender las reglas especiales para televisión, por las normas de derecho privado (normas civiles y comerciales) que se aplican en desarrollo de su objeto social, y subsidiariamente por las contenidas en el Estatuto General de la Contratación Pública.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

## 5. PRINCIPIOS DE LA ACTIVIDAD CONTRACTUAL.

Las actuaciones de quienes intervengan en la contratación de Teleantioquia, estarán ceñidas a los principios de la buena fe, igualdad, moralidad, eficacia, eficiencia, equidad, economía, responsabilidad, equilibrio financiero y respeto por la autonomía de la voluntad privada. Igualmente en la contratación de la entidad se aplicarán los principios que rigen la prestación de servicio de televisión contenidos en el artículo 2º de la ley 182 de 1995 y los principios generales del derecho.

**Principio de buena fe:** Las actuaciones en la contratación que efectúe TELEANTIOQUIA deben ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que se adelanten, incluso en la etapa precontractual

**Principio de igualdad:** TELEANTIOQUIA garantizará las mismas condiciones para la participación de los proponentes

**Principio de moralidad:** TELEANTIOQUIA ajustará las actuaciones dentro del procedimiento, a los principios, valores, y compromisos institucionales consagrados en su Código de Ética.

**Principio de eficacia:** TELEANTIOQUIA desarrollará el procedimiento teniendo como finalidad el cumplimiento de los objetivos de la contratación.

**Principio de eficiencia:** TELEANTIOQUIA optimizará los recursos asignados para el desarrollo del procedimiento.

**Principio de equidad:** TELEANTIOQUIA realizará el procedimiento con sujeción a reglas que permitan un tratamiento justo a los proponentes.

**Principio de economía:** TELEANTIOQUIA llevará a cabo las etapas estrictamente necesarias, además agilizará los trámites derivados del procedimiento y de manera eficiente. La exigencia de documentos, copias, autenticaciones, y notas de presentación personal, se hará cuando la ley lo ordene en forma expresa.

La actividad contractual buscará la óptima utilización de los recursos analizando la relación costo-beneficio y respetando la austeridad en el gasto.

Los recursos destinados para la contratación, deben ser administrados con sano criterio de austeridad en medios, tiempos y gastos

**Principio de responsabilidad:** En virtud de este principio, TELEANTIOQUIA y los servidores que intervengan en la contratación, estarán obligados a buscar el cumplimiento de los fines de la contratación, a vigilar la correcta ejecución del objeto contratado y a proteger los derechos de la entidad, del contratista y de los terceros que puedan verse afectados por la ejecución del contrato.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

En los contratos que celebre la entidad, existirá un supervisor delegado o interventor, quien tendrá la obligación de velar por el cumplimiento de las obligaciones pactadas en el objeto del contrato, así como de sus demás estipulaciones y de exigir al contratista la ejecución idónea y oportuna del objeto contratado.

Principio de celeridad: TELEANTIOQUIA impulsará el procedimiento, evitando dilaciones y trámites innecesarios.

Principio de imparcialidad: TELEANTIOQUIA garantizará los derechos de los interesados en contratar con la Entidad, sin discriminación y con independencia de intereses personales, económicos y políticos.

Principio de publicidad: TELEANTIOQUIA dará a conocer las correspondientes actuaciones mediante comunicaciones, publicaciones o notificaciones. De igual forma pondrá a disposición de los interesados los documentos a fin de garantizar la transparencia de las mismas.

Principio de valoración de los costos ambientales: TELEANTIOQUIA adelantará actuaciones tendientes a la sostenibilidad ambiental, considerando el impacto por el uso o deterioro de los recursos naturales y del medio ambiente, en el desarrollo del procedimiento.

## 6. LIMITACIONES Y DELEGACIONES

De conformidad con las normas legales vigentes, el representante legal de la entidad como Ordenador del Gasto de la sociedad o sus suplentes cuando así correspondan, podrá realizar o celebrar actos o contratos de gastos hasta por cinco mil (5.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, en caso de superar este valor, se deberá contar con autorización de la Junta Administradora Regional, de conformidad con los Estatutos Sociales.

El Gerente General, en uso de sus facultades, podrá delegar en las direcciones de la Entidad la celebración de los procesos contractuales que requiera la sociedad para el correcto desarrollo de su objeto social. En ningún caso, el Representantes Legal de Teleantioquia quedará exonerado por virtud de la delegación de sus deberes de control y vigilancia de la actividad precontractual, contractual y post contractual.

El Gerente del Canal mediante acto administrativo delegará en los Directores de Teleantioquia, la competencia para la ordenación del gasto, limitando la cuantía para hacerlo, previa certificación de la disponibilidad presupuestal por parte de la Dirección de Operaciones.

De igual forma podrá delegarse la designación de la supervisión de los contratos de gastos y el seguimiento al cumplimiento de los compromisos adquiridos en los contratos



<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

de ingreso. Los Directores podrán designar a sus coordinadores y/o profesionales de su área para estas funciones, lo cual no exime su responsabilidad y deber de vigilancia y control.

## **CAPITULO II: NORMAS GENERALES PARA LA CONTRATACIÓN**

### **1. PLANEACIÓN:**

Conforme a lo estimado en el artículo 209 de la Constitución Nacional, los servidores responsables de la contratación, deberán dejar evidencia de la necesidad y del requerimiento de la misma.

En atención a ello, para la celebración de los contratos deberá tenerse en cuenta:

- Que se dé cumplimiento a los proyectos y metas adoptadas en el plan estratégico de Teleantioquia y al plan de acción.
- Que se encuentren ajustados a las necesidades del Canal, en cumplimiento de su objeto social y del plan anual de adquisiciones.
- Determinar el objeto, es decir, el bien, servicio u obra que se requiere adquirir o contratar, de acuerdo con las necesidades y prioridades, y teniendo en cuenta que el gasto se encuentre incorporado en el presupuesto de la vigencia. Igualmente, determinar la cuantía o valor de la contratación, con una provisión suficiente con base en la información obtenida a través del sondeo al mercado o datos históricos, entre otros.
- En los proyectos de inversión y obras de infraestructura en cuantía superior a dos mil quinientos (2.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes, se requiere dejar constancia de los estudios o documentos que soporten la necesidad y obtener las autorizaciones o permisos que deban expedir otras autoridades cuando éstos sean necesarios para adelantar el respectivo proyecto, ejemplo: licencia ambiental, licencia de funcionamiento y operación, permiso de construcción.
- Se estudie el alcance de la responsabilidad de las partes, con el análisis de los riesgos involucrados en la contratación, así como las consecuencias patrimoniales de los mismos, para poder determinar a quién le corresponde asumirlo.
- Se cuente con los recursos suficientes para cancelar las obligaciones contratadas.
- Se cuente con las herramientas para hacer seguimiento y control de la actividad contractual

La cuantía de la compra es necesaria para determinar tres aspectos importantes:

- El procedimiento contractual a seguir.
- La competencia para la ordenación del gasto.
- La forma que adopta el acuerdo de las partes.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

Como se describe a continuación y dependiendo de la cuantía en salarios mínimos legales mensuales vigentes (smlmv), al iniciar el procedimiento se define el archivo de los documentos soporte, los cuales se controlan a través del radicado de ingreso o salida asignado por el centro documental:

<b>CUANTÍA (smlmv)</b>	<b>ARCHIVO</b>
Inferior o igual a 100	Se cuenta con una carpeta en el centro documental, donde se archivan los documentos que soportan las compras de bienes o servicios.  A criterio de la administración de documentos y dependiendo del volumen de los documentos, se procede a la apertura de una carpeta por proyecto.
Superior a 100	El delegado de compras solicita a la administración de documentos la apertura de una carpeta por proyecto, para los documentos que soportan las compras de bienes o servicios.

## 2. TRÁMITE PRESUPUESTAL

En los contratos en que se comprometan los recursos del Canal, deberá existir una disponibilidad presupuestal previa, expedida por la Dirección de Operaciones como área responsable del Presupuesto de la Entidad.

La solicitud se hace al Tecnólogo de Presupuesto o quien haga sus veces por parte de la Unidad de Negocio que requiere el bien o el servicio, con antelación al envío de la solicitud de cotización o a la publicación del proceso, según sea el caso.

El valor solicitado se determina por las erogaciones a realizar, teniendo en cuenta el precio del bien, servicio u obra, fletes, aranceles, honorarios, seguros, tasas de cambio y gastos asociados. Cuando se requiera la adquisición de activos fijos, es decir cámaras, vehículos, la disponibilidad se debe solicitar teniendo en cuenta el valor más IVA.

Si existe la disponibilidad, el Tecnólogo de Presupuesto asignará el rubro y el número y será aprobada por el Director de Operaciones.

Una vez suscritos los contratos en donde se comprometan recursos de la Entidad, deberá expedirse el respectivo registro presupuestal, previo a la ejecución de los contratos.

Los compromisos que afecten vigencias presupuestales futuras, requieren la aprobación de la Junta Administradora Regional de acuerdo a los Estatutos Sociales.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

### 3. GARANTÍA

Las garantías consisten en pólizas expedidas por compañías de seguros autorizadas para funcionar en Colombia o en garantías bancarias y se exigen en el anexo de condiciones, su monto se fija como un porcentaje del valor de la orden de compra sin incluir los impuestos. En los siguientes casos será obligatorias:

- Cuando se deba desembolsar anticipo en contrataciones de cualquier cuantía.
- Cuando la contratación supere los veinte (20) smlmv.
- Cuando el Director del Área lo estime necesario en cuantía igual o inferior a veinte (20) smlmv.

Se exoneran las pólizas de garantías en las órdenes y contratos interadministrativos, es decir, los que se celebran con entidades públicas, incluso en el evento de requerir anticipo. También se exoneran en los contratos de medios, salvo que el Director lo estime conveniente.

Las garantías tienen diferente amparo, porcentaje y vigencia según el objeto y características de la contratación, como se describe a continuación:

GARANTÍA	AMPARO	OBJETO DE LA ORDEN O CONTRATO			VIGENCIA
		BIENES	SERVICIOS	OBRAS	
Garantía Única	Anticipo	100%	100%	100%	Plazo de orden y 4 meses más
	Cumplimiento	10% a 20%	10% a 20%	10% a 20%	Plazo de orden y 4 meses más
	Calidad del bien o servicio	10% a 20%	10% a 20%	-	Plazo de orden y 4 meses más
	Correcto funcionamiento	10% a 20%	-	-	Plazo de orden más entre 1 y 3 años
	Provisión de repuestos y accesorios	10% a 20%	-	-	Plazo de orden más entre 1 y 3 años
	Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones	-	Mínimo 20%	Mínimo 20%	Plazo de orden y 3 años más
	Estabilidad de la obra	-	-	10% a 20%	Plazo de orden más entre 2 y 5 años.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

GARANTÍA	AMPARO	OBJETO DE LA ORDEN O CONTRATO			VIGENCIA
		BIENES	SERVICIOS	OBRAS	
	Seriedad de la oferta	Mínimo 10%	Mínimo 10%	Mínimo 10%	90 días a partir de la entrega de la oferta
Responsabilidad Civil Extracontractual (*)	Indemnización por daños a terceros derivada de la ejecución del contrato	-	10% a 20%	10% a 20%	Plazo de orden y 4 meses más

(\*) Es aceptable la póliza tomada por el contratista para cubrir este riesgo, ajustando el valor solicitado, para lo cual debe presentar el certificado de actualización o modificación.

En caso de incumplimiento en la entrega se exigirá modificación de la póliza en los amparos necesarios.

Cuando la contratación supere los cien (100) smlmv, se solicitará garantía de seriedad de la oferta, por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%) del valor total de la propuesta y vigencia de noventa (90) días contados a partir de la fecha señalada para el recibo de la cotización.

GARANTÍA	AMPARO	OBJETO DE LA ORDEN O CONTRATO			VIGENCIA
		BIENES	SERVICIOS	OBRAS	
Garantía Única	Seriedad de la oferta	Mínimo 10%			90 días a partir de la entrega de la oferta
Cubre el riesgo de incumplimiento por parte del proponente de celebrar el contrato en los términos y condiciones que dieron lugar a la selección. Cuando se solicita debe presentarse junto con la cotización.					

Los amparos de la garantía única y de la garantía de responsabilidad civil extracontractual deben iniciar su vigencia dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha de la orden de compra y su alcance es el siguiente:

ANTICIPO	Cubre el uso o apropiación indebida que el contratista haga de los dineros o bienes que se han anticipado. Antes de entregar el anticipo debe ser constituida y aprobada la póliza o garantía bancaria que incluya este amparo.
----------	---

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO	Cubre los perjuicios derivados del incumplimiento imputable al contratista, de las obligaciones pactadas.
PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES	Cubre el riesgo de incumplimiento de las obligaciones laborales a que está obligado el contratista, relacionado con el personal empleado para la ejecución del contrato.
ESTABILIDAD DE LA OBRA	Cubre durante el tiempo estipulado y en condiciones normales de uso, los deterioros imputables al contratista que impidan el servicio para el cual se ejecutó la obra. Cuando se trata de edificaciones, la estabilidad se determina de acuerdo con el estudio de suelos, planos, proyectos, seguridad y firmeza de la estructura. La vigencia se establece a partir de la fecha del acta de recibo.
CALIDAD DEL SERVICIO	Cubre el incumplimiento de las especificaciones o requisitos fijados para el bien o servicio contratado y los perjuicios derivados de la prestación deficiente del servicio contratado que surjan con posterioridad a la terminación del contrato.
CALIDAD DEL BIEN	Cubre la calidad y el correcto funcionamiento de los bienes que recibe la Entidad en cumplimiento de un contrato
CORRECTO FUNCIONAMIENTO	Cubre el incorrecto funcionamiento de los equipos que deba suministrar o instalar el contratista. Su vigencia se establece a partir de la fecha del acta de recibo.
PROVISIÓN DE REPUESTOS Y ACCESORIOS	Cubre el incumplimiento en el suministro de repuestos y accesorios previstos. Su vigencia se establece a partir de la fecha del acta de recibo.
RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL	Se constituye en póliza diferente a la otorgada como garantía única y se utiliza para cubrir el riesgo de indemnización por daños a terceros, derivada de la ejecución.

La exigencia de amparos, porcentajes y vigencias puede variar a criterio de la Secretaría General, quien determina además, las pólizas que se solicitan para cada compra de bienes o servicios.

### 3.1 Cláusula de indemnidad.

En todos los contratos que celebre el Canal, deberá incluirse una cláusula de indemnidad bajo la cual, será obligación del contratista mantenerlo indemne de cualquier reclamación proveniente de terceros que tenga como causa las actuaciones del contratista.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

#### 4. INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES

A todos los procesos contractuales de la entidad se aplicarán las disposiciones sobre inhabilidades e incompatibilidades consagradas en la Constitución Nacional, los artículos 8º, 9º y 10º de la Ley 80 de 1993, las especiales contenidas en el capítulo IV de la ley 14 de 1991, parágrafo 4 del artículo 52 y artículo 53 de la ley 182 de 1995, el artículo 18 de la Ley 1150 de 2007, la ley 1474 de 2011 y en el ordenamiento jurídico en general.

### CAPITULO III: VIGILANCIA Y CONTROL EN LA CONTRATACIÓN

#### 1. COMITÉ DE CONTRATACIÓN

El Comité de Contratación en Teleantioquia, se constituye como un órgano asesor y consultor en los procesos de contratación que adelanta el Canal los cuales se desarrollan ampliamente en el presente manual, verificando la pertinencia del gasto y de la contratación para el logro de las metas propuestas en el plan estratégico, planes de acción y plan de compras, las políticas de austeridad, cumplimiento de la normatividad y de los principios de la función administrativa.

El Comité de Contratación de Teleantioquia, estará integrado conforme al acto administrativo que se expide para ello.

Son funciones del Comité:

- 1) Aprobar las necesidades que planteen las diferentes áreas para la contratación superior a cien (100) smlmv y de esta manera orientar el inicio del proceso contractual.
- 2) Aprobar la contratación de prestación de servicios, profesionales o de apoyo a la gestión, de acuerdo a las necesidades presentadas por las diferentes áreas.
- 3) Realizar cada dos meses seguimiento o revisión aleatoria a la contratación inferior a cien (100) smlmv, en cuanto a la pertinencia de la contratación.
- 4) Revisar cada dos meses la ejecución de los contratos de la Central de Medios y la entrega oportuna de la información requerida por la Gobernación de Antioquia y demás entes descentralizados del orden departamental con quienes se haya contratado para los desembolsos y posterior liquidación.
- 5) Asesorar a las áreas en asuntos relacionados con el proceso de contratación y en el evento en el que el Comité requiera de información o datos sobre procesos de contratación podrá solicitarla al área responsable.
- 6) Realizar seguimiento cada cuatro (4) meses al plan anual de adquisiciones y sus adiciones.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

- 7) Recomendar modificaciones, adiciones o supresiones al presente manual de contratación.
- 8) Aprobar la excepciones a contratar con una sola cotización en cuantía superior a los 20 SMLMV
- 9) Dictar su propio reglamento.

El Comité de Contratación es un ente asesor y de seguimiento, no obstante, el ordenador del gasto será el único responsable del proceso de contratación, de acuerdo a la delegación asignada.

El Comité de Contratación comenzará a regir una vez sea expedido su reglamentación por parte del Representante Legal de Teleantioquia.

## 2. SUPERVISIÓN O INTERVENTORÍA:

Se define la supervisión como el conjunto de funciones o actividades desempeñadas por un responsable designado para hacer un seguimiento técnico, administrativo, financiero, contable y jurídico, que es ejercido sobre el cumplimiento del objeto del contrato. Este seguimiento es realizado por una servidora o servidor público del Canal, cuando no se requieren conocimientos especializados. Para la supervisión, Teleantioquia puede contratar personal de apoyo, a través de los contratos de prestación de servicios que sean requeridos.

Se define la interventoría como un seguimiento técnico sobre el cumplimiento del contrato, realizado por una persona externa, sea natural o jurídica, contratada por la entidad estatal para este fin. La interventoría se realiza cuando el seguimiento del contrato supone conocimiento especializado en la materia o cuando la complejidad o la extensión del mismo lo justifican. Cuando la entidad lo justifique, podrá contratar la interventoría integral de un contrato. Ésta debe ser contratada, conforme al presente manual.

La supervisión o interventoría exige considerar los siguientes deberes principales, aplicables a la contratación:

1. Verificar el cumplimiento del objeto contractual y de las obligaciones contraídas por las partes, lo cual será realizado por el Director o el Coordinador cuándo se le haya designado en comunicación interna o en la orden.
2. Informar sobre cualquier irregularidad o incumplimiento que se presente en la ejecución.
3. Recomendar la adición, modificación, prórroga y/o suspensión temporal del contrato cuando las circunstancias lo ameriten.
4. Constatar que el suministro y/o los servicios recibidos cumplan con las características y calidad exigidas.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

5. Revisar que las facturas o cuentas de cobro se ajusten a los requisitos estipulados, en especial verificar el certificado vigente de ser afiliado cotizante al Sistema de Seguridad Social Integral.
6. Autorizar los pagos si se ha dado cumplimiento al objeto contractual y se encuentra a paz y salvo por concepto a seguridad social integral. Formato FO-P20-S1-10
7. Estar atento a la recepción de las pólizas solicitadas, que se encuentren debidamente aprobadas por la Secretaría General cuando se hayan solicitado en el proceso contractual.
8. Acompañar el proceso de ingreso y recepción de los elementos al almacenista, dando cuenta de recibo a satisfacción, dejando constancia de ello en el formato de seguimiento de supervisión FO-P20-S1.10
9. Realizar evaluación de proveedores.
10. Remitir informe de seguimiento de supervisión FO-P20-S1-10.
11. Las demás inherentes a la función asignada.

## **TITULO II: CONTRATACIÓN DE GASTOS - TELEANTIOQUIA**

### **CAPITULO I: FUNDAMENTOS GENERALES**

#### **1. PROCEDIMIENTO PREVIO PARA LA CELEBRACION DE CONTRATOS**

Cada una de las Direcciones dentro del proceso de contratación, deberá atender las siguientes previsiones:

- **ESTUDIO DE PRECIOS DEL MERCADO:** La dirección interesada en la contratación adelantará la misma, de acuerdo con sus necesidades y la sustentará ante el Director a través del documento denominado justificación y estudio de mercado Formato FO-P20-S1-01 donde se identifiquen las condiciones generales del objeto a contratar y se defina el presupuesto. El estudio de mercado se debe de hacer con mínimo 3 cotizaciones.

En el caso de los servicios de producción de televisión para el estudio de mercado se tiene en cuenta el histórico que tenga la entidad del año inmediatamente anterior, más el IPC.

- **CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL:** Deberá efectuarse la solicitud de disponibilidad presupuestal en el formato y condiciones que la Dirección de Operaciones establezca.
- **SE DETERMINA EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR:** De conformidad con las cuantías estimadas y previos los requerimientos anteriores, se inicia el procedimiento acorde a la cuantía estimada.



<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

## 2. DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA LA CELEBRACION DE CONTRATOS

Se solicitará al interesado la documentación relativa al contrato que se pretende suscribir así:

- **PERSONA NATURAL:**

\*Hoja de vida: Cuando se trate de contratación de servicios personales, en los que prima como criterio de selección la experiencia e idoneidad para el desarrollo de un servicio específico. Debe relacionar sus datos de ubicación, experiencia académica y laboral y deberá acompañarse de: Constancias de Educación Formal, Constancias de Cursos de Capacitación, Constancias de Experiencia Laboral, entre otros. Fotocopia del documento de identidad.

\*Fotocopia del RUT, con código de barras, en el que se identifique la actividad en relación con el objeto contractual y actualizado conforme a la normatividad vigente.

\*Fotocopia del documento de identidad

\*Propuesta de servicios o cotización, debidamente firmada, en esta se debe indicar que servicios o productos ofrece, que actividades está en capacidad de desarrollar, tiempos de entrega, valor de la oferta incluidos todos los costos e impuestos a que haya lugar.

\*Certificado de afiliación al sistema de seguridad social y riesgos laborales.

Quando se contrate con personas naturales o jurídicas, sin residencia o domicilio en el territorio Colombiano, no se exigirán afiliaciones a la seguridad social integral, ni parafiscales.

- **PERSONA JURIDICA:**

\* Certificado de existencia y representación legal o registro mercantil vigente en original, expedido por la Cámara de Comercio dentro de los treinta (30) días anteriores a la entrega de la cotización, en dicho documento se deberá verificar que la vigencia de la persona jurídica no sea inferior al plazo fijado para la contratación. En caso de establecimientos de comercio embargados, se deberá dejar constancia de esto en la evaluación jurídica y si el establecimiento de comercio es seleccionado para contratar, se deberá exigir independientemente de cual sea la cuantía del proceso, garantía de cumplimiento.

\*Acta de Junta de socios: Con la finalidad de identificar la autorización para contratar al representante legal, cuando la cuantía supera la autorizada en el certificado de existencia y representación legal.

\*Fotocopia del documento de identidad del representante legal.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

\* Fotocopia del RUT, con código de barras, en el que se identifique la actividad en relación con el objeto contractual a contratar y actualizado conforme a la normatividad vigente

\*Propuesta de servicios o cotización, en esta se debe indicar que servicios o productos ofrece, que actividades está en capacidad de desarrollar, tiempos de entrega, valor de la oferta incluidos todos los costos e impuestos a que haya lugar.

\* Certificación firmada por el Representante Legal o el Revisor Fiscal (en caso de estar obligado por la Ley a tener revisor fiscal), en el que certifique estar a paz y salvo con los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y Parafiscales, dentro de los últimos seis (6) meses anteriores a la fecha de presentación de la cotización, de conformidad con lo consagrado en las Leyes 789 de 2002 y 828 de 2003.

Teleantioquia verificará en el boletín de responsables fiscales que expide la Contraloría General de la República y el certificado de antecedentes disciplinarios, que expide la Procuraduría General de la Nación, que el proveedor no se encuentre incluido en dicho boletín o se encuentre sancionado disciplinaria o fiscalmente; en caso afirmativo, no será evaluado y por consiguiente no será posible contratarlo. Debe dejarse el registro de la verificación dentro de la carpeta donde se archive la documentación.

### 3. SOLICITUD DE ELABORACIÓN DE LA ORDEN DE COMPRA

Un documento físico que formaliza el acuerdo de voluntades y establece el compromiso de pagar la suma de dinero según la negociación o su equivalente como contraprestación al bien, servicio u obra que se suministra al Canal, el objeto a cumplir, el plazo, la supervisión, y las demás cláusulas que se consideren necesarias.

El Director o su designado solicitarán a la Secretaria General la elaboración de la orden de compra, previo cumplimiento y lleno de los documentos requeridos a través del formato FO-P20-S1-02 LISTA DE CHEQUEO PROCESO DE COMPRAS. Este requisito es exigido para la impresión de la orden de compra, y será verificado por el Profesional Jurídico designado.

La orden de compra presenta dos modalidades, según la cuantía de la negociación así:

<b>CUANTÍA</b>	<b>TIPO DE ORDEN</b>
Inferior o igual a veinte (20) smlmv	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden de compra de bienes y/o servicios donde se consigna el objeto, valor, plazo, etc.</li> <li>• Opcional incluir anexo de condiciones, dejando constancia en el espacio de observaciones del formato que “incluye anexo de condiciones”.</li> </ul>

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

CUANTÍA	TIPO DE ORDEN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opcional incluir listado de elementos, dejando constancia en el espacio de observaciones del formato que “Incluye listado”. El anexo de condiciones y el listado de elementos llevan el mismo número de la orden.</li> <li>• Opcional exigir garantía única (adicional a la comercial), cuyos amparos, %, valores y vigencias se indican en el anexo de condiciones.</li> <li>• En el espacio de observaciones se deberá especificar la fecha de inicio de la orden y en el evento en el cual se exijan garantías, para su ejecución será necesario la aprobación de las mismas.</li> </ul>
Superior a veinte (20) smlmv	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden de compra de bienes y/o servicios diligenciada. En el espacio de observaciones del formato se deja constancia que “Incluye anexo de condiciones”.</li> <li>• Emplear el formato FO-P20-S1-03 ANEXO DE CONDICIONES ORDEN DE COMPRA DE BIENES Y/O SERVICIOS, consignando mínimo lo siguiente:  Objeto, valor (ejemplo: pesos y dólares, tasa de cambio), forma de pago (ejemplo: anticipo, pagos parciales, pago contra entrega), compromiso presupuestal, plazo y sitio de entrega del bien u obra, o lugar de prestación del servicio, obligaciones, garantía(s): especificar amparos, %, valores y vigencias, en la compra de bienes, debe constar que la garantía única no excluye la garantía comercial, cláusula penal, exclusión laboral, indemnidad, inhabilidades e incompatibilidades, terminación, supervisión (anotar el cargo del empleado), documentos, régimen legal, domicilio, mérito ejecutivo.</li> <li>• Opcional anexos adicionales de especificaciones técnicas, diferentes a los descritos en los términos de referencia.</li> <li>• Opcional incluir listado de elementos, dejando constancia en el espacio de observaciones del formato que “Incluye listado”.</li> <li>• El inicio de la ejecución del contrato estará sujeto a la aprobación de las pólizas.</li> </ul> <p>El formato FO-P20-S1-03 y el listado de elementos llevan el mismo número de la orden.</p>

Previa a la ejecución del contrato, a los contratistas de servicios personales, se les exigirá la certificación vigente de ser afiliado cotizante al Sistema de Seguridad Social Integral y riesgos laborales, cuando así corresponda, lo cual podrá realizar anexando fotocopia de la

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

última autoliquidación a las respectivas entidades o el documento de afiliación. Cuando el contratista persona natural, para la prestación del servicio requiera contratar otras personas naturales, deberá anexar la planilla de autoliquidación de aportes en la cual se encuentren relacionadas todas las personas que participen en la prestación del servicio.

Tratándose de contratos de prestación de servicios personales de acuerdo con el inciso 3° del artículo 135 de la Ley 1753 de 2015, el ingreso base de cotización será en todos los casos mínimo el 40% de valor mensualizado de cada contrato, sin incluir el valor total el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y no aplicará el sistema de presunción de ingresos ni la deducción expensas; en todo caso y mientras se expide la reglamentación al respecto, no excederá de veinticinco (25) smlmv, ni será inferior a un (1) smlmv

Todos los anexos de condiciones serán elaborados por el Profesional Jurídico designado, previa verificación de los documentos que soportan las diferentes etapas de la contratación. El alcance de la verificación, se entiende hasta agotar la etapa de “evaluación y selección” de la lista de chequeo.

### 3.1 Adición a la orden de compra

Todos los contratos (órdenes de compra de bienes y servicios) que se adicionen o prorroguen, deberán contar con la disponibilidad presupuestal que garantice la existencia de recursos, una justificación acorde a las necesidades del Canal, la recomendación escrita en el formato FO-P20-S1-07 diligenciado por el Director o supervisor de la orden, la elaboración de la orden de compra que dé cuenta de la adición y la actualización de las garantías en caso de requerirse.

En el evento de requerir bienes o servicios diferentes a los ya contratados, pero que se encuentren dentro del objeto, deberá solicitar cotización al contratista, previa solicitud del certificado de disponibilidad presupuestal y anexarlo al formato de justificación.

### 3.2 Supervisión o Interventoría:

Tener en cuenta lo escrito en el capítulo III numeral 2 del presente manual.

## 4. PERFECCIONAMIENTO Y EJECUCIÓN

Seleccionado el contratista, y en un término no mayor a tres (3) días hábiles, la Secretaría General elaborará la orden de compra y el anexo de condiciones si es del caso, y en el término de un (1) día hábil deberá ser aprobada y suscrita por el ordenador del gasto y por el supervisor.

Una vez aprobada por el ordenador del gasto, el técnico de contratación comunicará telefónicamente, por fax y/o correo electrónico al interesado que debe acercarse a las instalaciones de Teleantioquia para firmarla, en un término máximo de dos (2) días

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

hábiles, de lo contrario se entenderá que desiste de la celebración del contrato y la Unidad responsable del proceso con el acompañamiento de la Secretaría General podrá contratar con el interesado que haya ocupado el segundo lugar en el proceso de evaluación y de no ser posible lo anterior se iniciará un nuevo proceso de selección.

En el momento de la suscripción se indicaran al contratista, los requisitos de ejecución de la misma (pólizas) cuando a ello haya lugar.

Las pólizas se entregarán o enviarán por correo electrónico a la Secretaría General para el trámite de aprobación. Una vez recibidas en la Entidad, se procederá con su aprobación, siempre que se ajusten a las condiciones de la contratación con la firma autógrafa del Secretario General o del Profesional Jurídico encargado del proceso. Si la garantía es incorrecta, el Profesional Jurídico solicita al interesado modificarla para continuar con el trámite.

En caso de ser necesaria una modificación posterior a su aprobación, se solicita al contratista un certificado de modificación a la garantía que haya constituido, volviendo al trámite de aprobación.

Para el caso de los contratos por prestación de servicios, deberá atender la afiliación a la ARL - riesgos laborales, de acuerdo con la Ley 1562 del 2012 y el de Decreto Reglamentario 0723 del 2013, en caso de estar obligado

Una vez cumplidos los requisitos de perfeccionamiento y ejecución y notificado en la misma orden de compra el supervisor designado por la entidad, podrá dar inicio a la ejecución real y efectiva del contrato, siempre y cuando se encuentren debidamente aprobada las garantías exigidas.

#### 4.1 Generalidades

Previo perfeccionamiento, legalización del contrato y aprobación de las garantías, se dará inicio a la ejecución del mismo, dentro de la misma deberá tenerse presente:

- a. Cuando se compran bienes el supervisor del contrato anexará a la factura el formato FO-P20-S1-10 SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN DE GASTOS, soporte necesario para el pago. Cuando sean varias las facturas, el supervisor podrá elaborar un solo formato dejando constancia de cada una de ellas.
- b. Al recibir la factura correspondiente a la compra, ésta se radica en el centro documental y es transferida al Técnico Administrativo de Logística quien la remite al supervisor del contrato para su visto bueno y luego la pasa al Director o Coordinador del Área, quien la autoriza, dando inicio al proceso de pago.
- c. Cuando la orden de compra de bienes y servicios se realiza en moneda extranjera, la factura o documento equivalente, en general se debe liquidar a la TRM (Tasa Representativa del Mercado) del día del pago, salvo que exista otro tipo de negociación.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

## 5. BANCO DE PROVEEDORES

Teleantioquia con el propósito de estructurar, actualizar y disponer de una base de proveedores de los servicios y bienes que requiere la Entidad, y promover la ejecución idónea y calificación del proveedor, deberá contar con un “Banco de proveedores”. Dicho banco deberá actualizarse y tenerse presente dentro del proceso de evaluación y selección del proveedor.

## 6. FLUJOGRAMA

No	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
1	Identificar la necesidad y estudio de mercado	Determinar el bien, servicio u obra que se requiere y hacer el respectivo estudio de mercado.	Dirección	Formato estudio de mercado
2	Dirección gestiona disponibilidad presupuestal	Se asigna número y rubro presupuestal. Aprobación el Director de Operaciones	Coordinador Profesional designado en cada Dirección	Certificado de Disponibilidad Presupuestal
3	Elaborar términos de referencia	Se elabora el documento con las condiciones requeridas por la Dirección	Dirección/ Secretaría General	Términos de Referencia
4	Revisión y/o aprobación	La Dirección respectiva revisará y/o aprobará los términos de referencia	Unidad de Negocio / Secretaría General	N A
5	Publicación términos de referencia	Opcional invitar 3 proveedores o publican en la página Web del Canal los términos de referencia.	Secretaría General	Términos de referencia o solicitud de cotización
6	Observaciones	Se dará respuesta a las inquietudes u observaciones que presenten los interesados en presentar sus propuestas	Dirección Secretaría General (Jurídica)	Adendas o comunicación (física o email)

No	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
7	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Recepción de propuestas o cotizaciones</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	Dentro del plazo establecido se recibirán las propuestas o cotizaciones	Gestión Documental  Remitirá a la Secretaría General.	Radicación
8	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Check List Jurídico</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	Se comprueba la presentación de la totalidad de los documentos exigidos en los términos de referencia y se remite a la Dirección respectiva.	Profesional Jurídico	Formato Check List
9	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Calificación, evaluación, selección, gestión de la orden y designación del supervisor</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	Se calificará y evaluará de acuerdo a los criterios establecidos en los términos de referencia, se gestionará la orden de compra y se designará al supervisor de la misma.	Dirección de Operaciones, Secretaría General y Dirección responsable del proceso	Orden de compra
10	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Anexos, formalización del contrato, aprobación pólizas, remisión de carpeta</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	Se elabora el anexo de condiciones, se formaliza el contrato, se aprueban las pólizas, si cumplen con lo señalado en las cláusulas contractuales, se remite la carpeta con los documentos completos a Gestión Documental y se comunica al supervisor de la orden.	Secretaría General - Supervisor	Anexos - pólizas Aprobadas
11	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Recepción de factura</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	Radical la factura en la oficina de administración de documentos y se debe transferir al supervisor del contrato.	Proveedor	Factura
12	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Verificar prestación del servicio</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	Verificar la prestación del servicio o el ingreso del bien al almacén del Canal.	Supervisor	Informe de Supervisión

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

No	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
13	Evaluación del proveedor	Ver procedimiento Evaluación y Selección de Proveedores	Supervisor	Evaluación del Proveedor

## CAPITULO II: PROCEDIMIENTOS DE SELECCIÓN

### 1. CUANTÍAS Y CARACTERÍSTICAS DE LA SOLICITUD

Previo el procedimiento de selección y de acuerdo a la cuantía el procedimiento contractual deberá contar con:

CUANTÍA (smlmv)	CARACTERÍSTICAS DE LA SOLICITUD
Inferior o igual a veinte (20)	<p>Emplear el formato: FO-P20-S1-04 SOLICITUD INFORMAL DE COTIZACIÓN, donde se detallan los requisitos de participación y las condiciones para la contratación.</p> <p>Para los procesos cuya cuantía sea igual o inferior a veinte (20) SMLMV será discrecional de cada Dirección invitar a uno o varios proveedores a cotizar, pero siempre deberá estar precedida de un estudio de mercado con al menos tres (3) cotizaciones.</p> <p>La solicitud de cotizaciones se realizará de manera escrita por correo electrónico dirigido a la persona natural o jurídica que pueda satisfacer la necesidad de la entidad, de lo cual se deberá dejar evidencia.</p> <p>La solicitud de cotización debe ser remitida en un tiempo prudente y bajo los principios de igualdad y economía a todos los proveedores que sean invitados a cotizar.</p>



CUANTÍA (smlmv)	CARACTERÍSTICAS DE LA SOLICITUD
Superior a veinte (20) e inferior o igual a cien (100)	<p>Para procesos cuya cuantía sea igual o superior a veinte (20) o igual a cien (100) SMLMV, según lo justifique cada director, se deberá publicar el proceso en la página web de la Entidad (<a href="http://www.teleantioquia.co">www.teleantioquia.co</a>) o invitar a cotizar a mínimo tres (3) interesados y deberá contar con el estudio de mercado (el estudio de mercado se debe de hacer con mínimo 3 cotizaciones) que soporte el presupuesto y las condiciones para la negociación, salvo que se trate de las excepciones de que trate el numeral 2° del capítulo II Procedimiento de selección del presente manual.</p> <p>Para publicar el proceso se deberá emplear el formato: FO-P20-S1-05 TÉRMINOS DE REFERENCIA, donde se especifica como mínimo: objeto, condiciones comerciales, documentos de la propuesta, requisitos para participar, factores de evaluación, criterios de calificación, selección, condiciones contractuales, garantías, lugar y plazo para presentar la cotización, consultas, entre otros. Exigir garantía de seriedad de la oferta en cuantía igual a cien (100) smlmv.</p>
Superior a cien (100)	<p>Emplear el formato: FO-P20-S1-05 TÉRMINOS DE REFERENCIA, donde se especifica como mínimo: objeto, condiciones comerciales, documentos de la propuesta, requisitos para participar en materia jurídica y cuando la Entidad lo considere necesario en materia financiera, factores de evaluación, criterios de calificación, selección, condiciones contractuales, garantías, lugar y plazo para presentar la cotización, consultas, entre otros.</p> <p>Se deberá exigir garantía de seriedad de la oferta.</p> <p>Publicar en la página Web (<a href="http://www.teleantioquia.co">www.teleantioquia.co</a>), Link de contratación, opcional publicar un aviso a través del Canal.</p> <p>En el expediente del proceso deberá quedar constancia del estudio de mercado elaborado por cada dirección.</p>

Elaborado el proyecto de términos de referencia, el Gerente o su delegado, informará al público acerca del objeto y demás condiciones de la invitación, anunciando la apertura de este proceso de contratación a través de su publicación en la página de la Entidad.

En todos los procesos se deberá garantizar previamente a la fecha de recepción de cotizaciones, la oportunidad de que los interesados realicen consultas o presenten observaciones a los términos de referencia y dependiendo del contenido de éstas será la Dirección encargada del proceso la responsable de emitir la respectiva respuesta o modificación a través de la Secretaría General.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

En contratación de valor inferior o igual a veinte (20) smlmv, la cotización puede ser recibida por correo electrónico y se radica en el centro documental.

En contratación superior a veinte (20) smlmv, la cotización debe presentarse por escrito y dentro del plazo señalado en la solicitud, se radica en el centro documental y hasta tanto no se cierre el proceso, la propuesta deberá permanecer en custodia del centro documental. Una vez cerrado el proceso las propuestas se indexan en el sistema de información Document para que quede a disposición de los responsables del proceso de contratación, luego se transfiere a la Secretaría General, donde se verificará el cumplimiento de los requisitos de participación jurídicos; la coordinación financiera verificará el cumplimiento de los requisitos financieros, cuando sea necesario y el área responsable del proceso verificará los demás aspectos, no obstante sí se requiere el apoyo de otra u otras áreas, se convocarán para que participen del proceso

La Secretaría General, verifica mediante lista de chequeo jurídica la presentación de la totalidad de los documentos exigidos en el proceso.

La verificación de la información contenida en los documentos presentados será responsabilidad de la Unidad de Negocio respectiva.

#### 1.1. Evaluación y Selección de Contratista

Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha límite del recibo de la cotización, previa verificación de los requisitos de participación jurídicos y financieros, el área de negocio evalúa y analiza las propuestas para determinar la selección del contratista, de acuerdo con el o los criterios prefijados, por ejemplo: cantidad, calidad, precio, impuestos y/o deducciones, plazo, condiciones, soporte técnico, experiencia de la empresa, entre otros.

Cuando las cotizaciones presentan información contradictoria, ambigua o confusa, se envía una comunicación al proveedor indicando los aspectos por aclarar y el plazo para ello. Se debe advertir que no responder o hacerlo fuera del plazo, elimina la propuesta.

Se podrá requerir a los participantes para subsanar únicamente requisitos de aquellos que no sean objeto de calificación. En la solicitud para subsanar se informará el plazo dentro del cual se deberá atender el requerimiento pues de lo contrario no continuará la evaluación de la oferta.

No serán evaluados quienes tengan alguna inhabilidad e incompatibilidad, para contratar con Teleantioquia como entidad pública, contemplada en la Constitución Política y la ley.

El precio indicado en la cotización solo debe expresar el valor correspondiente a la contraprestación por el suministro del bien y/o la prestación del servicio, junto con sus correspondientes impuestos y demás.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

TELEANTIOQUIA podrá desarrollar una etapa de ajuste económico o de negociación con el proveedor y/o los proveedores seleccionados, en la cual se le invitará a presentar ajustes a su cotización en los aspectos que la empresa considere deban ser objeto de ella.

La selección del contratista deberá ser oficializada dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la evaluación para lo cual se deberá tener en cuenta:

<b>CUANTÍA (smlmv)</b>	<b>SELECCIÓN DE CONTRATISTA</b>
Inferior o igual a cien (100)	Selección por parte del Coordinador responsable de área y el Director del Área.
Superior a cien (100)	Previa recomendación escrita del Director del área, el Gerente avalará el procedimiento realizado.

La recomendación escrita se puede establecer en el acta donde se evalúa la propuesta o mediante una comunicación interna. La constancia por parte de la Gerente se podrá hacer bajo los siguientes mecanismos: visto bueno al acta de recomendación, visto bueno en la comunicación interna o dando respuesta por escrito.

Una vez cumplida la fase de calificación y selección, se traslada ese informe a la Secretaría General donde se deja constancia de la verificación y análisis de las fases cumplidas frente a las cotizaciones presentadas.

Los plazos de evaluación y selección podrán ser ajustados de acuerdo a las necesidades de la contratación siempre y cuando garanticen la participación en términos de igualdad para todos los interesados y la transparencia en el proceso. En caso de ampliarse el plazo para la selección, deberá comunicarse a quienes presentaron las propuestas, mediante correo electrónico o aviso en la Web.

## 2. EXCEPCIONES PARA CONTRATAR CON UNA SOLA COTIZACIÓN

Podrá contratarse sin que sea obligatorio obtener varias ofertas, en los siguientes eventos:

- a. Cuando se trate de adquisición de bienes o servicios que solo determinada persona pueda suministrar por ser el titular de los derechos de propiedad, o de los derechos de autor o por ser proveedor exclusivo. En este evento se debe dejar constancia con la debida motivación y existir el documento de exclusividad que así lo demuestre.
- b. Cuando se trate de contratos de prestación de servicios, personales profesionales y/o artísticos (actores, intérpretes y/o arreglistas musicales y extras, entre otros), técnicos o de apoyo a la gestión de la entidad, que sólo puedan encomendarse a determinadas personas que estén en capacidad de ejecutar el objeto y que hayan demostrado idoneidad y experiencia directamente relacionada con el área de que

- se trate, siempre y cuando no hubiere personal de planta suficiente para prestar este servicio (intuito persona).
- c. Cuando la necesidad inminente del bien o servicio no permita adelantar el trámite de la solicitud de ofertas para lo cual deberá dejarse constancia escrita, con la debida motivación y suscrita por el Director del área.
  - d. Cuando se celebren contratos de cesión de derechos de emisión de programas extranjeros, de programas culturales y cuando se suscriban contratos a título gratuito.
  - e. Cuando se hayan solicitado las cotizaciones y no se presente ninguna o las que se hayan presentado no cumplan con las exigencias de la solicitud. Ante esta situación se puede solicitar cotización de manera directa a otro proveedor.
  - f. Contratos de medios, comercialización, mercadeo, publicidad o pauta
  - g. Contratos de arrendamiento o adquisición de inmuebles: con una sola cotización o soporte de conocimiento por periódico, aviso, etc. La adquisición de inmuebles requiere avalúo técnico, aprobación de la Junta Administradora Regional, escritura pública e inscripción ante la oficina de registro de instrumentos públicos.
  - h. Contratos de seguro y de corretaje: el seguro se formaliza con la póliza o certificado que expide la aseguradora y el corretaje mediante el cruce de comunicaciones entre el corredor y la empresa.
  - i. Contratos para capacitación del personal.
  - j. Cuando se considere conveniente por razones tecnológicas, telecomunicaciones, licenciamiento de software y/o económicas, como la adquisición de equipos de la misma marca o licenciamiento de software si no es aconsejable el cambio del sistema utilizado o la adquisición de equipos o repuestos. En estos casos debe quedar constancia escrita.
  - k. Contratos de administración de cesantías, patrimonio autónomo y archivos.
  - l. Contratos o convenios interadministrativos de colaboración o asociación.

En todo caso, y antes de iniciar el proceso de contratación, el Director deberá justificar la decisión, dejando constancia en acta elaborada en conjunto con el Coordinador del proceso, en la misma deberán especificarse las razones claras y precisas que permitan establecer la conveniencia técnica o de precio que llevará a tomar la determinación de contratar con una sola cotización.

### 3. CONTRATOS EXCEPTUADOS

Como excepciones a gestionar por éste procedimiento se contemplan las siguientes

- a. Compras por caja menor, fondos rotativos y anticipos para gastos extraordinarios (ver estos procedimientos).
- b. Contratación de los programas informativos noticieros y de opinión (ver Procedimiento PR-M6-P15-S3-01 V04 Convocatoria Pública de Programas Informativos).

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

- c. Pago de extras o servicios free lance siempre y cuando cada Dirección haya previamente garantizado:
- d. 1) La ampliación a la cobertura de la póliza de responsabilidad civil del Canal, cubriendo situaciones que puedan presentarse durante la producción del proyecto.
- e. 2) Que las personas que participen como extras o free lance se encuentren afiliadas al sistema de salud (régimen subsidiado o contributivo)
- f. 3) Si la actividad a desarrollar se encuentra clasificada en un nivel de riesgo IV o V, deberá afiliarse a riesgos laborales, por cuenta de la Entidad.
- g. Pago de servicios públicos domiciliarios, administración de la copropiedad, servicios de telecomunicaciones y suscripciones, las que se controlarán, previa disponibilidad presupuestal, con la facturación y el informe de seguimiento de control de gastos FO-P20-S1-10.
- h. Compras por internet y con extranjeros, de conformidad con las reglas del comercio electrónico.

El Gerente previa motivación escrita del Director y en casos excepcionales podrá simplificar el procedimiento, igualmente podrá autorizar el proceso de contratación cuando falten documentos no indispensables, siempre y cuando no se vulneren los principios de la función administrativa, de la gestión fiscal y el régimen de inhabilidades e incompatibilidades previstos por la Constitución Nacional y la Ley.

Este procedimiento finaliza con la recepción del bien y/o servicio y la evaluación en el listado de proveedores.

### **TITULO III: CONTRATACIÓN DE GASTOS - CENTRAL DE MEDIOS**

#### **CAPÍTULO ÚNICO**

##### **1. GENERALIDADES**

Central de Medios es la unidad de negocio que gestiona la compra de bienes y servicios de espacios de medios tradicionales (prensa, radio, televisión) o en alternativos (Internet, vía pública, punto de venta, entre otros), generando volúmenes que permiten tener un mejor poder de negociación por conseguir mejores costos para el cliente.

Entre las actividades que comercializa la Central de Medios, podemos encontrar:

- Televisión: Se compran segundos.
- Prensa: Se compran columnas por centímetros.
- Revistas: Se compran páginas o porciones de las mismas.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

- Radio: Aquí se pueden comprar espacios (cuñas), contratar "chivos" y patrocinar programas.
- Exterior: Se compran circuitos, es decir, conjuntos de soportes (kioscos, marquesinas, carteleras, lonas, vallas, mupis etc) distribuidos por las ciudades.
- Alternativos o no convencionales: Marketing directo, marketing telefónico, buzoneo y folletos, eventos, ferias y exposiciones, PLV, señalización y rótulos, regalos publicitarios (merchandising), anuarios y guías, mecenazgo patrocinio deportivo, internet, entre otros.
- Internet: Existen varias modalidades de compra, las más extendidas son:
  - Se compran impresiones (CPM), cada vez que algún internauta descarga y ve el anuncio.
  - Se compran clics (CPC), cada vez que algún internauta hace clic con el ratón sobre el anuncio.
  - Se compra a porcentaje (CPA), en éste caso se busca la venta de un producto y el anunciante paga a la agencia una cantidad por cada venta del producto que se consiga de un internauta que llegó a través de la publicidad online.

## 2. PROCESO DE TRABAJO

Una vez efectuado el contacto con el cliente y suscrito el contrato, el profesional o planificador de la Central de Medios le remite la propuesta de estrategia y planificación al cliente, la que una vez se encuentre aprobada, debe ser implementada:

- a. Realización del FlowChart (representación gráfica del proceso) la que puede ser anual o de campaña.
- b. Armado de las pautas mensuales y semanales, y las características de las mismas.
- c. La ordenación y control de los medios

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

### 3. ORDENACIÓN Y CONTROL DE MEDIOS

<b>CUANTÍA (smlmv)</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA SOLICITUD</b>
Inferior o igual a diez (10)	<p>Determinados los medios en el flowchart y aprobados por el cliente, se hará la respectiva ordenación sin que medio solicitud o proceso de selección.</p> <p>Para el archivo documental deberá soportarse con la respectiva orden de compra, con los documentos soportes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Fotocopia del RUT, con código de barras, en el que se identifique la actividad en relación con el objeto contractual a contratar y actualizado conforme a la normatividad vigente.</li> <li>*Fotocopia del documento de identidad</li> <li>*Último pago y/o afiliación al sistema de seguridad social en salud y pensiones, cuando así corresponda.</li> </ul> <p>Queda a criterio del ordenador del gasto, hacer firmar la orden por las partes, teniendo en cuenta criterios topográficos, de cuantía, medios de comunicación y tecnológicos, de conformidad con la costumbre mercantil.</p>
Superior a diez (10) e inferior o igual a veinte (20)	<p>Cuando el proceso se encuentre dentro de la cuantía estimada, deberá realizar proceso simplificado de contratación en el que se identifique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Formato: FO-P20-S1-04 SOLICITUD INFORMAL DE COTIZACIÓN.</li> <li>*Podrá optar por la invitación a uno o varios interesados en cotizar, de manera escrita por correo electrónico, respetando los principios generales.</li> <li>*Tratándose de personas naturales o jurídicas la cotización deberá contener los documentos descritos en el numeral 2 del Capítulo I del Título II de éste procedimiento</li> </ul>

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

<b>CUANTÍA (smlmv)</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA SOLICITUD</b>
Superior a veinte (20) e inferior o igual a cien (100)	<p>Emplear el formato: FO-P20-S1-05 TÉRMINOS DE REFERENCIA, donde se especifica como mínimo: objeto, condiciones comerciales, documentos de la propuesta, requisitos para participar, factores de evaluación, criterios de calificación, selección, condiciones contractuales, garantías, lugar y plazo para presentar la cotización, consultas, entre otros. Exigir garantía de seriedad de la oferta en cuantía igual a 100 smlmv.</p> <p>Solicitud de tres cotizaciones, y enviada vía fax o correo a los proveedores en un mismo periodo de tiempo, de modo tal que el envío entre uno y otro no supere los 20 minutos. Es una comunicación que remite la Unidad de Negocio, que invita a cotizar y señala un plazo para ello y remite por correo electrónico los términos de referencia.</p> <p>Opcional publicar en la página Web (<a href="http://www.teleantioquia.co">www.teleantioquia.co</a>), Link de contratación.</p> <p>*Tratándose de personas naturales o jurídicas la cotización deberá contener los documentos descritos en el numeral 2 del Capítulo I del Título II de éste procedimiento y todo lo referido al proceso de evaluación y selección</p>
Superior a cien (100)	<p>Emplear el formato: FO-P20-S1-05 TÉRMINOS DE REFERENCIA, donde se especifica como mínimo: objeto, condiciones comerciales, documentos de la propuesta, requisitos para participar, factores de evaluación, criterios de calificación, selección, condiciones contractuales, garantías, lugar y plazo para presentar la cotización, consultas, entre otros. Exigir garantía de seriedad de la oferta en cuantía superior a 100 smlmv.</p> <p>Publicar en la página Web (<a href="http://www.teleantioquia.co">www.teleantioquia.co</a>), Link de contratación, opcional publicar un aviso a través del Canal.</p> <p>*Tratándose de personas naturales o jurídicas la cotización deberá contener los documentos descritos en el numeral 2 del Capítulo I del Título II de éste procedimiento</p>



<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

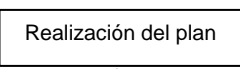
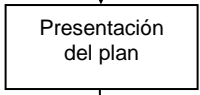
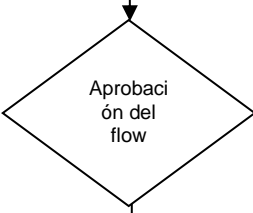
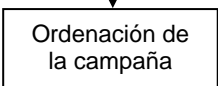
#### 4. OTRAS DISPOSICIONES

- a. La unidad Central de Medios de Teleantioquia verificará en el Boletín de Responsables Fiscales que expide la Contraloría General de la República y en el Certificado de Antecedentes Disciplinarios, que expide la Procuraduría General de la Nación, que el proveedor no se encuentre incluido en dicho boletín o se encuentre sancionado disciplinariamente; en caso afirmativo, no será evaluado y por consiguiente no será posible contratarlo. Debe dejarse el registro de la verificación dentro de la carpeta donde se archive la documentación. Estos documentos deberán reposar dentro del expediente contractual.
- b. Para la contratación de planes de medios, la negociación se hace con tarifario publicado o negociado al principio de cada año; si cambian las condiciones se hace una nueva negociación y se soporta con un correo electrónico, que evidencia las condiciones negociadas.
- c. El proceso contractual deberá estar acorde al artículo 13 de la Ley 1150 de 2007, dando aplicación a los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal, de que tratan los artículos 209 y 267 de la Constitución Política, respectivamente, y con sujeción al régimen de inhabilidades e incompatibilidades previsto legalmente para la contratación estatal, y aquellas estimaciones que en este procedimiento apliquen como: la supervisión, proceso de evaluación y selección, verificación de requisitos, entre otros.
- d. Cuando se contrate con personas naturales o jurídicas, sin residencia o domicilio en el territorio Colombiano, no se exigirán afiliaciones a la seguridad social integral, ni parafiscales.
- e. La responsabilidad del proceso contractual de la Unidad de Central de Medios estará a cargo del Director de Mercadeo y Comercialización.
- f. La supervisión deberá designarse en la orden y la persona responsable deberá dar cumplimiento a lo dispuesto en el numeral 2 del Título I: Generalidades Capítulo III: vigilancia y control en la supervisión.
- g. Estará a criterio del ordenador del gasto, para el seguimiento contractual, en razón al objeto y cuantía, la utilización de un sello de autorización y verificación de la ejecución contractual, o la elaboración del informe de supervisión.

**5. FLUJOGRAMA**

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
1	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Realizar búsqueda de clientes</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	P	<p>El proceso inicia a través de la captura de clientes:</p> <p>Propuesta Central de Medios: Se construye una propuesta por iniciativa propia con base en el conocimiento investigado sobre el cliente.</p> <p>Iniciativa del cliente: El cliente solicita los servicios de la Central de Medios para la administración de sus recursos y recomendación para su estrategia de comunicación.</p>	Coordinador Central de Medios y Profesional de Medios o el cliente	N.A
2	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Contactar al cliente</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Reunión con el cliente para presentación de propuesta y entrega de información sobre la gestión, los resultados, beneficios, ventajas, fortalezas y diferenciación de la CDMPTA.	Coordinador Central de Medios y Profesional de medios	Comunicación escrita (correo electrónico, comunicación externa)
3	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Iniciar negociación</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Proceso de negociación y aceptación de propuesta por parte del cliente y estudios previos.	Coordinador Central de Medios	N/A
4	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Elaborar y aprobar el contrato</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Se elabora el contrato con los insumos entregados por Teleantioquia y el cliente.	Profesional de Medios y cliente	Contrato
5	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Definición de presupuestos por campañas</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	P	El profesional de medios en compañía del cliente identifica el número de campañas necesarias y el presupuesto equivalente a cada una.	Profesional de Medios y cliente	Remisión escrita de la propuesta

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
6	Realizar con el cliente para realizar la planeación estratégica	P	El profesional de medios y el cliente definen la trazabilidad de la gestión para la ejecución del contrato.	Profesional de medios y cliente	N/A
7	Definir el objetivo de medios	P	Definir qué se quiere lograr con la campaña en relación con: Recordación, alcance, frecuencia, permanencia y presión publicitaria, entre otros.	Profesional de Medios	N/A
8	Definir estrategia	P	Definir estrategia de medios y/o de producción, cómo se va a lograr que se cumpla ese objetivo.	Profesional de Medios	N/A
9	Definir tácticas	P	A través de los medios y proveedores se definen: Para medios: publico objetivo, presupuesto, alcance, alcance y penetración.  Para producción: público objetivo, presupuesto, formato, materiales, aplicación, uso, cantidades, destinación, entre otros.	Profesional de Medios y/o Técnico de Medios	N/A
10	Realizar negociación con proveedores	H	La negociación inicial para el año de los descuentos e inventivos la realiza el coordinador comercial.  Para las negociaciones específicas que se deban contratar proveedores de servicios de producción los técnicos de medios se encargarán del proceso y para el resto de los servicios serán los profesionales de medios	Coordinador Central de Medios, Profesional de Medios o Técnicos de Medios	N.A

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
11	 <p>Realización del plan</p>	H	Se diseña un flow chart que contiene la información detallada de la inversión, frecuencia y periodo de tiempo en el que estará expuesto el mensaje para medios y producciones	Profesional de Medios	Remisión escrita del FlowChart
12	 <p>Presentación del plan</p>	H	Se realiza la presentación y sustentación del plan de Medios al cliente. Para el caso de producciones el técnico de medios asesora al cliente de acuerdo con la necesidad planteada para los diferentes materiales	Profesional de Medios Técnico de medios	Plan de medios
13	 <p>Aprobación del flow</p>	V	Si el cliente está de acuerdo con plan de medios este es aprobado y se sigue con el siguiente paso y en caso contrario se realiza ajuste o de ser necesario se vuelve a hacer el plan	Profesional de Medios Cliente	Aprobación escrita del plan (correo electrónico, comunicación)
14	 <p>Ordenación de la campaña</p>	A	Para medios: Se solicita la disponibilidad presupuestal y se realiza la orden de compra a través del DHS, se imprime y se anexa el RUT, Lista de Chequeo Proceso de Compras, certificado de la contraloría.  Para producción: se realiza de acuerdo al procedimiento de compras de Teleantioquia, la diferencia es que la orden de compra se hace a través del software DHS y no del DMS y lo hace directamente la CDMPTA y no la secretaría general.	Técnico de Medios y asistente de medios	Certificado de disponibilidad presupuestal y orden de compra

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
15	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     Verificar la recepción de la orden                 </div>	V	Este paso se hace a través de llamadas telefónicas y/o correo electrónico.	Técnico de medios y asistente de medios	N.A
16	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     Generación de informes                 </div>	H	Realizar informe con los resultados de campaña con el objeto de mostrar la gestión del plan de medios ejecutado.	Profesional de Medios	Informes remitidos
17	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     Certificación de facturas                 </div>	V	Ingresa la factura al archivo de Teleantioquia y la CDMPTA verifica que el valor facturado se a igual al valor ordenado y que cuente con los soportes, luego se entrega al coordinador comercial para firmar todas las facturas y por último se entrega al área financiera para su respectiva causación	Coordinador Central de Medios Profesional de medios Técnico de medios y asistente de medios	Sello de aprobación por parte del supervisor
18	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     Realizar cobro de campaña                 </div>	A	Se elabora informe de acuerdo a lo estipulado en el contrato y se envía al área financiera para que realicen los cobros.	Profesional de medios	Factura o documento equivalente de cobro
19	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     Liquidación                 </div>	A	Se recopila los anexos e informes correspondientes para remitir al cliente y liquidar el contrato.	Profesional de medios/ Supervisor	Acta de Liquidación

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

## TITULO IV: CANJE

### CAPÍTULO ÚNICO

#### 1. GENERALIDADES

El canje, es la entrega que hace un proveedor de un servicio o un bien, a cambio de la entrega por parte de TELEANTIOQUIA de un servicio de publicidad. En el lenguaje contable y tributario es simplemente una contraprestación de bienes o servicios.

Desde el punto de vista contractual, en nada difiere a seguir los procedimientos de contratación establecidos en los Títulos I y II, puesto que lo único que varía en la negociación es la forma de pago.

##### 1.1. Finalidad

El Canje se hace principalmente por razones financieras, porque así no se afecta la liquidez de la empresa. Ello no sólo beneficia al Canal, también beneficia el contratista porque le permite acceder a la publicidad sin afectar su liquidez, la cual es el mecanismo para que pueda dar a conocer los bienes o servicios que tiene para la venta.

#### 2. POLÍTICAS A SEGUIR PARA LA NEGOCIACIÓN DEL CANJE

- a. El canje sólo se hace con servicios de publicidad.
- b. La negociación que se haga por canje debe ser facturada tanto por TELEANTIOQUIA como por el proveedor.
- c. La necesidad del bien o servicio debe estar debidamente presupuestada (CDP).
- d. El que define si necesita un canje es el Director de la Unidad de Gestión, quien es el responsable de la viabilidad del mismo y del proceso.
- e. La Dirección que tiene la necesidad del canje debe seguir íntegramente el procedimiento de contratación de los Títulos I y II.
- f. Las tarifas de publicidad son las establecidas para las negociaciones por canje publicitario.
- g. La negociación se hace hasta diciembre 31 de la vigencia y se puede prorrogar máximo por dos meses, es decir, hasta el 28 de febrero del año siguiente.
- h. No se puede hacer un nuevo canje con el mismo proveedor hasta no terminar el anterior. Esto amerita tener una planeación tanto del Canal como del proveedor sobre las necesidades de cada uno.
- i. No se puede ceder el derecho, es decir, la publicidad no la puede utilizar un tercero ajeno a la negociación.
- j. La publicidad que se pretenda emitir del proveedor debe cumplir con las disposiciones legales y normas internas para la emisión.
- k. Si el proveedor o el Canal no utiliza la publicidad o los bienes y servicios en el tiempo estipulado en la negociación, se pierde el derecho. Esto debe quedar

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

estipulado por escrito desde cuando se concretan los términos de la negociación.

- I. Evitar en lo posible, hacer canjes con persona natural, sólo si es autorizado por el Director de la Unidad de Gestión.

## 2. MODALIDADES

La negociación por canje se puede dar por dos vías:

- a. El Canal a través de sus Direcciones tenga una necesidad de un bien o servicio
  - Cuando se establece la necesidad, se solicita a la Dirección de Mercadeo y Comercialización la información acerca de los programas donde se puede emitir la publicidad y las tarifas para la negociación.
  - Una vez se conozcan los programas y las tarifas se hace un sondeo con proveedores que están en capacidad de prestar el servicio, sobre el interés de iniciar una negociación por canje.
  - Si existe interés de uno o varios proveedores, se procede a dar cumplimiento al procedimiento de compras.
  - En la solicitud de cotización se seguirá el procedimiento de contratación de conformidad con el título II: Contratación de Gastos – Teleantioquia, con la diferencia de que en su forma de pago el Canal pagará los bienes o servicios por contraprestación de servicio, es decir, con servicios de publicidad. Si el proveedor acepta se configura la negociación por canje.
  - En la solicitud de cotización hay que fijar las condiciones, entre ellas, el plazo para utilizar la publicidad, que es hasta el 31 de diciembre del año en el cual se formaliza el canje.
  - Agotada la etapa anterior, se procede a la elaboración de la orden de compra de bienes o servicios que incluye un anexo con el acuerdo de la negociación por contraprestación de servicios, firmado por el ordenador del gasto de la Dirección responsable del Canal y el representante del proveedor.
  - Una vez elaborados los documentos, el Director que hizo la negociación pondrá en contacto al proveedor con la Dirección de Mercadeo y Comercialización para la emisión de la pauta publicitaria.
  - La Dirección donde se generó la necesidad será la responsable de la ejecución y seguimiento del canje, es decir, que el Canal haya recibido el bien y que el proveedor facture el servicio o bien prestado.
  - La factura del proveedor, una vez autorizada por el Canal, debe pasar a la Dirección de Operaciones para proceder a su contabilización. Si la factura no cumple con las condiciones de la negociación debe ser devuelta <sup>1</sup>al

<sup>1</sup> El encargado de devolver la factura es el Director que hizo la negociación.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

proveedor informando las novedades por escrito para que haga las correcciones pertinentes.

- Una vez terminada la negociación, el Director u ordenador del gasto donde se generó la necesidad, con el apoyo de la Dirección de Operaciones, debe verificar que no existen saldos por cobrar ni por pagar, de lo contrario, debe sanearse la situación dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes.
- Se recomienda generar una comunicación donde se informe que ambos están a paz y salvo, agradeciendo los servicios prestados e invitando a continuar empleando la modalidad de canje si el Canal lo requiere, esto es responsabilidad de la Dirección en la cual se generó la necesidad.
- La Secretaría General, al momento de formalizar la orden, llevará un registro de los canjes que suscriba el Canal.

b. Proveedor ofrezca un bien o servicio a la Dirección de Mercadeo y Comercialización.

- Si el proveedor hace el ofrecimiento a la Dirección de Mercadeo y Comercialización, ésta deberá indicar al proveedor que remita por escrito su solicitud al Director encargado o dueño del proceso, por ejemplo, si están ofreciendo servicios de recreación, la comunicación del proveedor debe ser enviada al Director de Operaciones.
- Una vez recibida la comunicación del proveedor, el Director encargado del proceso es quien define la viabilidad y, en caso de estar interesado, deberá seguir el procedimiento de la primera situación.

### 3. RESPONSABILIDADES

3.1 El Director: Será responsable del cumplimiento del procedimiento de contratación y de verificar que se está desarrollando la negociación de acuerdo a las condiciones establecidas en el contrato y en el anexo de negociación por contraprestación de servicios.

3.2 La Dirección de Mercadeo y Comercialización: Por brindar apoyo en la negociación, el informe de tarifas y programas y de la emisión de publicidad.

3.3 La Coordinación Financiera: Por los cruces de facturas y apoyo en cuanto ocurran diferencias contables y tributarias de la negociación.

Si el proveedor dentro del término acordado en el contrato, no utiliza el servicio pierde el derecho a utilizarlo, lo mismo ocurre si el Canal no hace uso del servicio o del bien, para este caso se puede configurar una responsabilidad por parte del ordenador del gasto. Para evitar esto se requiere una adecuada planeación y seguimiento a la ejecución del contrato lo cual es responsabilidad de la Dirección en la cual se generó la necesidad.



**4. FLUJOGRAMA**

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTROS
1	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Identificar la necesidad</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	<p>Se identifica la necesidad así:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Si la necesidad es del cliente, el mismo hace el ofrecimiento de un bien o servicio a cambio de publicidad</li> <li>- Si la necesidad es del Canal hace una revisión de posibles interesados en el canje y posterior se realiza un ofrecimiento de publicidad a cambio de un bien o servicio.</li> </ul>	Dirección donde la necesidad y/o Dirección donde se presentó el ofrecimiento	Formato estudio de mercado
2	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Estudio de la solicitud</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	<p>Solicitar el apoyo a la Dirección de Mercadeo y Comercialización para elaborar el plan de pauta con el que se reconoce el valor del canje (se debe tener en cuenta el estatuto tarifario y los programas en los que se puede emitir la publicidad del interesado en el canje)</p> <p>Tener en cuenta el área Financiera para incluir retenciones, IVA y que el cruce en el valor del contrato quede en cero</p>	<p>Dirección de Mercadeo y Comercialización</p> <p>Dirección donde la necesidad y/o Dirección donde se presentó el ofrecimiento</p> <p>Dirección de Operaciones</p>	Soporte escrito por parte de la Dirección de Mercadeo y Comercialización de los espacios y tarifas disponibles
3	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Dirección gestiona Disponibilidad presupuestal</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Se asigna número y rubro presupuestal. Aprobación el Director de Operaciones	Coordinador Profesional designado en cada Dirección	Certificado Disponibilidad Presupuestal
4	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Elaborar términos de referencia</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	<p>Se elabora el documento con las condiciones requeridas por la Dirección.</p> <p>Cuando aplique una excepción para contratar con una sola oferta conforme al <b>numeral 2 capítulo II título II</b> del presente manual, se</p>	Dirección/ Secretaría General	Borrador términos de referencia

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTROS
			hará un comunicado más simplificado.		
5	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Revisión y/o aprobación</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V A	La Dirección respectiva revisará y/o aprobará los términos de referencia	Unidad de Negocio / Secretaría General	N A
6	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Publicación términos de</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Se publican en la página Web del Canal los términos de referencia o invitar a 3 proveedores a criterio del ordenador del gasto.	Secretaría General	Términos de referencia o solicitud de cotización
7	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Observaciones</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Se dará respuesta a las inquietudes u observaciones que presenten los interesados en presentar sus propuestas	Dirección Secretaría General	Adendas o comunicación  (física o email)
8	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Recepción de propuestas o cotizaciones</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Dentro del plazo establecido se recibirán las propuestas o cotizaciones	Gestión Documental  Remitirá a la Secretaría General.	Radicación
9	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Check List Jurídico</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	Se comprueba la presentación de la totalidad de los documentos exigidos en los términos de referencia y se remite a la Dirección respectiva.	Profesional Jurídico	Formato Check List
10	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Calificación, evaluación, selección, gestión de la orden y designación del supervisor</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	Se calificará y evaluará de acuerdo a los criterios establecidos en los términos de referencia, se gestionará la orden de compra y se designará al supervisor de la misma.	Dirección	Orden de compra

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTROS
11	Anexos, formalización del contrato, aprobación pólizas, remisión de	H	Se elabora el anexo de condiciones, se formaliza el contrato, se aprueban las pólizas, si cumplen con lo señalado en las cláusulas contractuales, se remite la carpeta con los documentos completos a Gestión Documental y se comunica al supervisor de la orden.	Secretaría General - Supervisor	Anexos - pólizas Aprobadas
12	Recepción de factura	H	Radicar la factura en la oficina de administración de documentos y se debe transferir al Técnico Administrativo de Logística.	Proveedor	Factura
13	Verificar prestación del servicio	V	Verificar la prestación del servicio o el ingreso del bien al almacén del Canal.	Supervisor	Informe de Supervisión
14	Evaluación del proveedor	V	Ver procedimiento Evaluación y Selección de Proveedores	Supervisor	Evaluación del Proveedor

## TITULO V: INGRESOS

### CAPÍTULO I: CESION DE DERECHOS DE EMISIÓN

La Cesión de Derechos de Emisión se materializa en un contrato suscrito entre una persona natural<sup>2</sup> o jurídica con Teleantioquia para la emisión de contenidos que genera un ingreso para la Entidad.

Los espacios de los cesionarios que cuenten con otros servicios adicionales como producción y pauta comercial, las coproducciones, además de los programas especiales no habituales son gestionados por la Coordinación Comercial del Canal.

<sup>2</sup> Con Registro Mercantil vigente.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

El proceso contractual deberá estar acorde al artículo 13 de la Ley 1150 de 2007, dando aplicación a los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal, de que tratan los artículos 209 y 267 de la Constitución Política, respectivamente, y con sujeción al régimen de inhabilidades e incompatibilidades previsto legalmente para la contratación estatal, y aquellas estimaciones que en este procedimiento apliquen como: la supervisión, proceso de evaluación y selección, verificación de requisitos, entre otros

## 1. PLANEACIÓN

La Dirección de Innovación y Contenidos con el acompañamiento de la Dirección de Mercadeo y Comercialización, cuando así lo determine y teniendo en cuenta la rejilla de emisión, los espacios y los intereses por parte de Teleantioquia, hará invitaciones públicas en la que deja claro los términos y condiciones para que los interesados presenten propuestas e inicia un proceso de análisis y selección de contenidos<sup>3</sup>:

No obstante, puede presentarse proyectos audiovisuales de personas naturales o jurídicas que a lo largo del tiempo, han suscrito contratos de cesión de derechos de emisión para programas que ya hacen parte de la parrilla del Canal y por tal motivo no se encuentran ofertados en la convocatoria pública.

### a. Presentación del proyecto audiovisual:

Atendiendo los requisitos y condiciones dispuestos en la invitación pública, el interesado deberá presentar el proyecto audiovisual debidamente radicado en Gestión Documental y anexa copia del contenido.

### b. Análisis del proyecto audiovisual

#### I. Clientes antiguos:

Si el cliente tiene o ha tenido contrato con el Canal, se hace el análisis teniendo en cuenta que el contenido del programa esté acorde con la visión, la misión y que se ajuste a la propuesta de valor de la programación de Teleantioquia. De igual forma se analiza la cartera del cliente en Teleantioquia para definir la forma de pago y requisitos que se exigirán en el nuevo contrato.

El cliente, al presentar su solicitud deberá anexar:

- Solicitud de renovación del contrato.
- Certificado de Existencia y Representación Legal con 30 de días de expedición.

<sup>3</sup> Teleantioquia podrá contratar la cesión de derechos de emisión, producción o coproducción de los programas informativos noticieros y los programas informativos de opinión, por convocatoria pública de modo que se garantice la imparcialidad, la igualdad de oportunidades y la escogencia objetiva de los contratistas. Para ello, desarrollará el flujograma para convocatorias públicas de contenidos.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

- Fotocopia del RUT, con código de barras, en el que se identifique la actividad en relación con el objeto contractual a contratar y actualizado conforme a la normatividad vigente
- Fotocopia del documento de identidad del Representante Legal.
- Paz y salvo del Canal o estado de cartera con un acuerdo de pago aprobado por la Gerencia.
- Póliza de garantía.
- Paz y salvo de todas las Sociedades de Gestión Colectivas (Sayco, Acinpro, Acodem, entre otros). Solo procede una vez legalizado el contrato, previo al inicio de la ejecución del mismo

## II. Clientes nuevos:

Si el cliente es nuevo se presenta proyecto audiovisual bien sea en forma escrita con piloto (la presentación en video) o el guión (estructura escrita) formato FO-P20-S1-13 ante la Coordinación de Contenidos quien hace el análisis teniendo en cuenta que el contenido del programa esté acorde con la visión, la misión y que se ajuste a la programación del Canal, luego se evalúa conjuntamente por el Gerente o quien éste delegue y el Coordinador de Contenidos.

El cliente, al presentar su solicitud deberá anexar:

- Solicitud del servicio por escrito.
- Documento en el que se registre la información de la empresa.
- Certificado de Existencia y Representación Legal con máximo 30 de días de expedición.
- Fotocopia del RUT, con código de barras, en el que se identifique la actividad en relación con el objeto contractual a contratar y actualizado conforme a la normatividad vigente.
- Fotocopia del documento de identidad del Representante Legal.
- Paz y salvo del Canal o estado de cartera con un acuerdo de pago aprobado por la Gerencia.

Una vez analizado el proyecto audiovisual y aprobado por la Coordinación de Contenidos previo visto bueno del Gerente, se debe realizar una comunicación en donde se le notifica al cliente las condiciones bajo las cuales queda aprobada la solicitud. Esta comunicación se radica en la oficina de administración de documentos y de allí se envía al cliente.

Si el cliente es nuevo se debe realizar el pago por anticipado. Para todas las negociaciones se aplica el estatuto tarifario vigente en Teleantioquia. La aplicación de descuentos o tarifas especiales únicamente es autorizada por la Gerencia.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

La aprobación del proyecto audiovisual no quiere decir que definitivamente se realizará la contratación, ya que está sujeta a que el cliente cumpla con los requisitos de contratación establecidos por el Canal.

Si el cliente lo requiere puede proceder a realizar una solicitud de crédito ante la Dirección de Operaciones del Canal. Dicho crédito deberá cumplir con las políticas de la Entidad y podrá solicitarse además de los documentos anexos a la solicitud, otros documentos para el respectivo estudio de crédito.

Se solicite o no el crédito, el cliente deberá encontrarse a paz y salvo por todo concepto con el Canal.

## 2. ELABORACIÓN DEL CONTRATO

Previo el cumplimiento de los requisitos del numeral anterior, se procede con la elaboración del contrato, en el que debe especificar:

- Cedente.
- Cesionario.
- El objeto del contrato.
- Programa: carácter, modalidad, origen, estándares de calidad, día, hora, fechas y número de emisiones.
- Valor total y por emisión.
- Las tarifas y los plazos
- Forma de pago, especificando el responsable de las ventas, de la facturación a los clientes y del recaudo de la cartera (en el caso los de riesgo compartido).
- Solicitud de pólizas (cuando así lo requieran).
- El proyecto donde se especifica el contenido audiovisual hace parte del contrato.
- Supervisor del contrato

Otros aspectos diferentes a estos podrán ser incluidos en el contrato, si así se requiere por el cliente, el Canal o la normatividad vigente.

Proyectado y revisado el contrato por Teleantioquia, se le remite al cliente para la firma quedando ésta como registro de aceptación.

En la remisión del contrato, deberá establecerse la obligación de expedir y entregar las garantías en el término máximo de cinco (5) días hábiles a partir del día hábil siguientes a la notificación.

A las entidades públicas no se les exige garantías, sólo se les exige el certificado de reserva presupuestal.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

El contrato no podrá ejecutarse sin estar previamente aprobadas las garantías por la Secretaria General de Teleantioquia.

Cuando se haya aprobado crédito, deberá suscribir pagaré en blanco y cumplir con todos los requisitos establecidos en las políticas de cartera del Canal.

Una vez suscrito y legalizado el contrato, el profesional de programación o profesional de comercial encargado, deberá surtir las copias necesarias para los trámites pertinentes del Cliente y de Teleantioquia.

Será responsable de todo el proceso de selección, negociación, perfeccionamiento, legalización y seguimiento a la ejecución del contrato de cesión de derechos de emisión la Dirección de Innovación y Contenidos o el Director de Mercadeo y Comercialización, según corresponda.

## 2.1 Modificación del Contrato

La modificación puede hacerse por solicitud del cliente, quien mediante comunicación escrita dirigida al Director de Innovación y Contenidos, Director de Mercadeo y Comercialización, al Coordinador de Contenidos o al Gerente, expone las razones y las especificaciones de dicha modificación, así mismo, Teleantioquia, de manera unilateral puede realizar cambios en las condiciones del contrato, que pueden tener origen en distintas razones, entre ellas, la imposibilidad de emitir el programa a la hora convenida. Esto se deberá dejarse claramente estimado en el contrato.

Las modificaciones dispuestas por Teleantioquia, serán informadas al cliente primero mediante comunicación telefónica y luego mediante comunicación escrita.

Cuando se hagan modificaciones al contrato las garantías también deberán modificarse en su proporción.

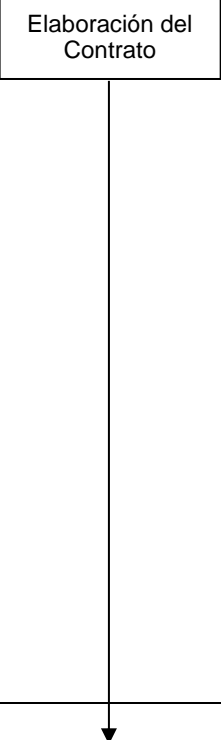
Las actas de adición o modificación son revisadas por la Secretaría General, que le da el visto bueno y la devuelve a la Coordinación de Contenidos o al Coordinador Comercial para gestionar las firmas de las partes. Una vez firmada, la auxiliar administrativa o persona responsable entrega el original al archivo y las copias se envían a la Dirección de Operaciones.

Para la terminación de los contratos, deberá contarse con los respectivos paz y salvos por parte de Teleantioquia.

**3. FLUJOGRAMA**

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
1	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Solicitud de Derechos de Emisión o convocatoria pública</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	Existen varias formas de recepción de propuestas: por convocatoria abierta, por entrega de propuestas a la Coordinación de Innovación y Contenidos de Aliados o a través de otras dependencias las cuales siempre deben remitirlas a la Coordinación de Innovación y Contenido y siguen el proceso habitual.	Cliente	N.A
2	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Análisis de la Propuesta</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	Considerando la disponibilidad y el horario, se debe evaluar conjuntamente con la Gerencia los servicios que solicita el cliente.	Coordinador de Innovación y Contenido	N.A
3	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Aprobación y Aceptación de la Propuesta</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	A	Una vez aprobada la propuesta la Coordinadora de Innovación y Contenido se pone en contacto con el cliente para acordar las condiciones del contrato.	Coordinador de Innovación y Contenido	N.A
4	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Solicitud del Crédito</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	Una vez analizada la solicitud de crédito se remite a la Profesional de Programación o Profesional Comercial para que sirva como soporte en la elaboración del contrato.	Director de Operaciones	N.A



No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
5	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Elaboración del Contrato</div> 	H	<p>La Profesional de Programación con las condiciones ya establecidas, elabora el contrato de acuerdo con el tipo de negociación a la que llegaron las partes</p> <p>Si el cliente acepta la negociación del servicio en las condiciones indicadas, debe enviar a través de comunicación escrita la aceptación firmada, bien sea por correo electrónico o directamente a la oficina de administración de documentos.</p> <p>Cuando se tiene la carta de aceptación por parte del cliente, el Coordinador de Innovación y Contenidos ó la Profesional de Programación procede a la legalización del contrato con el cliente, de acuerdo con las condiciones establecidas</p>	Coordinador de Innovación y Contenidos, Coordinador Comercial y Profesional del Área	N.A
6	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Revisión del Contrato</div>	V	<p><i>Contrato</i></p> <p>Se debe enviar a la Asesoría Jurídica para que revise que cumple con las condiciones establecidas por las partes en la contratación, una vez revisado el documento es devuelto con el visto bueno a la Coordinación de Innovación y Contenido o Coordinación Comercial.</p> <p>Se debe tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La Profesional de Innovación y Contenido debe enviar el contrato al cliente por correo electrónico para que lo revise y le haga observaciones.</li> </ul>	Coordinación de Innovación y Contenido o Coordinación Comercial	N.A

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
7	Seguimiento al Contrato	V	<p>Cesión de Derechos de Emisión: El seguimiento lo lleva a cabo la Profesional de Innovación y Contenidos y la Profesional Comercial, quien verifica permanentemente su vencimiento para realizar un nuevo contrato o la terminación del mismo.</p> <p>Para la facturación, la Profesional de Innovación y Contenidos y la Profesional Comercial, envía copia del contrato al Técnico de Facturación para que facture teniendo en cuenta las condiciones del contrato y los registros de emisión.</p>	Director de Innovación y Contenidos o Director Comercial	N.A

## CAPÍTULO II: CONVENIOS Y CONTRATOS INTERADMINISTRATIVOS

El manejo de los convenios y contratos interadministrativos, reviste gran importancia, pues a través de estos se consolidan alianzas con otras entidades públicas que les permiten a aquellas cumplir sus funciones y alcanzar los fines del Estado.

Cabe rescatar que jurisprudencial y doctrinariamente existe diferencia entre el contrato y el convenio interadministrativo. En el contrato existen prestaciones recíprocas, pues cada una de las partes asume una obligación a favor de la otra que para una será la prestación de un servicio, la transferencia de un bien, etc. y para la otra será el pago de una remuneración lo que además implica que existe un precio como elemento esencial del contrato; en el convenio no existen prestaciones recíprocas pues ninguna de las partes le brinda un servicio a la otra, ya que lo que existe en el fondo es la distribución de actividades entre las partes interesadas con el fin de desarrollar un objetivo común, pudiendo incluso existir aportes en dinero de una parte y aportes de trabajo por la otra parte.

Por esta razón, es fundamental que para la elaboración, ejecución y liquidación de los convenios y contratos, se tenga presente el concepto y las obligaciones que Teleantioquia debe asumir.

### 1. TIPOS DE CONVENIOS

#### a. Convenios de Asociación:

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

Pueden ser celebrados por las entidades estatales, cualquiera sea su naturaleza y orden administrativo, con la observación de los principios señalados en el artículo 209 de la Constitución, con personas jurídicas particulares mediante la celebración de convenios de asociación o la creación de personas jurídicas, para el desarrollo conjunto de actividades en relación con los cometidos y funciones que les asigna a aquéllas la ley.

Su fundamento legal se ciñe a lo establecido en el Artículo 96 de la Ley 489 de 1998, el cual establece: *“Las entidades estatales, cualquiera sea su naturaleza y orden administrativo podrán, con la observancia de los principios señalados en el artículo 209 de la Constitución, asociarse con personas jurídicas particulares, mediante la celebración de convenios de asociación o la creación de personas jurídicas, para el desarrollo conjunto de actividades en relación con los cometidos y funciones que les asigna a aquéllas la ley.”*

De lo anterior, se tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- Los convenios deberán estar sujetos a los principios de la función administrativa consagrados en el artículo 209 de la Constitución Nacional.
  - No podrán contratarse con personas naturales.
  - El objeto contractual debe versar sobre el objeto que desarrolla la entidad.
- b. Convenios Interadministrativos.

En ellos interviene de manera exclusiva las entidades estatales.

## 2. REQUISITOS GENERALES PARA EL TRÁMITE Y SUSCRIPCIÓN DE CONVENIOS

Los requisitos legales que permiten elaborar un convenio, la elaboración de nuevos convenios o la modificación de los ya existentes deberán cumplir con lo que se establece a continuación:

- a) Toda institución que pretenda suscribir un convenio con Teleantioquia, debe encontrarse a paz y salvo con el Canal por todo concepto. Lo anterior debe ser verificado y certificado por la Dirección de Operaciones.
- b) Para la celebración de todos los convenios, se requiere previa revisión por la Secretaría General y el Director de Mercadeo y Comercialización.
- c) Todo convenio debe contar con los planes de operación y supervisión por parte de Teleantioquia.
- d) Desde la Secretaría General se manejará una base de datos en la cual se relacione los convenios que suscriba el Canal con otras Entidades.

## 3. SUPERVISIÓN

Dentro del conjunto de las funciones o actividades de los supervisores las relacionadas con la vigilancia y control presupuestal son de vital importancia en cuanto

se dirigen a proteger la ejecución idónea, la verificación de la correcta inversión y manejo de los recursos destinados para la ejecución de los convenios.

El supervisor deberá rendir informes periódicos conforme lo requieran las partes que allí intervienen. De igual forma mantener archivados y documentados todos los soportes que evidencien la correcta y eficiente ejecución del objeto convenido.

**4. LIQUIDACIÓN**

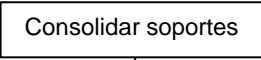
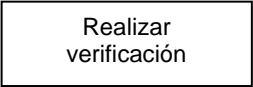
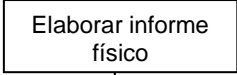
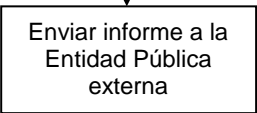
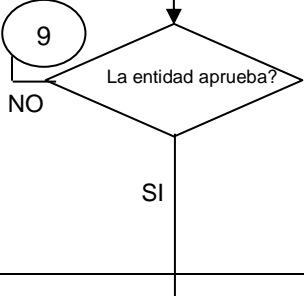
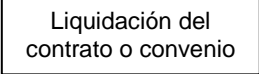
Para la liquidación de los convenios o contratos de ingreso, Teleantioquia cumplirá con los requerimientos de la otra Entidad, en razón de ello deberán anexar soportes y seguimientos propios del Estatuto General de Contratación y de su manual de contratación. Dentro del mes siguiente a la finalización de la ejecución del contrato o convenio, entregará la siguiente información:

- Relación financiera de ejecución del convenio o contrato.
- Soportes que avalen la ejecución del objeto del convenio o del contrato.
- Paz y salvo de seguridad social y parafiscales.
- Informes que Teleantioquia esté obligado a entregar.
- Los demás que sean requeridos por la Entidad.

**5. FLUJOGRAMA**

No	ACTIVIDAD	CICLO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTROS
1	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Identificar la necesidad</div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">↓</div>	H	Se identifica la necesidad por parte de la entidad externa o del Canal	Entidad externa Dirección responsable (Teleantioquia)	N.A
2	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Formalizar la propuesta y CDP</div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">↓</div>	H	La formalización de la propuesta debe contener el objeto del convenio, obligaciones, aportes, CDP (cuando sea necesario), asignar el supervisor por parte del Canal y documentos previos a la suscripción de contrato o convenio.	Entidad externa Dirección responsable (Teleantioquia)	Propuesta
3	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Suscribir el convenio o contrato</div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">↓</div>	H	Se debe suscribir el convenio por las entidades estatales participantes.	Entidad externa Dirección responsable (Teleantioquia)	Convenio o Contrato

4	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Ejecución y seguimiento</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	Ejecución y seguimiento a las obligaciones pactadas en el convenio o contrato suscrito, presentación de informes por parte del supervisor, y cuando se requiera envío de los soportes de la ejecución del contrato o convenio a la entidad estatal.	Dirección responsable Teleantioquia	Informes
5	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Identificar requisitos mínimos de cada entidad para liquidación</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	H	<p>Se deben identificar los requisitos mínimos requeridos por la entidad contratante para la liquidación del contrato.</p> <p>Nota: se debe tener en cuenta que como mínimo Teleantioquia debe realizar el informe financiero e informe cualitativo.</p>	Coordinador y/o Supervisor del Contrato  Coordinador Financiero	N.A
6	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Identificar órdenes</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	<p>Se identifican las órdenes asociadas al contrato principal y se verifica la ejecución de las mismas (revisar facturación vs soporte del servicio prestado)</p> <p>Nota 1: el CPTV realiza informe sobre los servicios prestados a la Gobernación de Antioquia.</p> <p>Nota 2: En caso de ser contratos del CPTV se pasa a la actividad 8</p>	Coordinador y/o Supervisor del Contrato	N.A
7	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Solicitar los comprobantes de las ejecuciones pendientes</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	V	<p>Se solicitan los comprobantes (facturas y certificaciones) de las órdenes pendientes.</p> <p>Nota: luego de la verificación se realiza la causación y pago de facturas.</p>	Coordinador y/o Supervisor del Contrato	Comprobantes de ejecuciones

8		H	Se consolidan los soportes y se envían a la Coordinación Financiera.	Coordinador y/o Supervisor del Contrato	Soportes
9		V	Se realiza la verificación presupuestal (informe financiero).	Coordinador Financiero	Informe financiero
10		H	Se organizan todas las órdenes con sus respectivos soportes, de acuerdo al informe financiero. Si el cliente lo requiere se anexa el informe cualitativo.	Coordinador y/o Supervisor del Contrato	Informe financiero Informe cualitativo
11		H	El informe se debe entregar en el archivo de la entidad contratante para su respectiva radicación. En el caso CPTV se envía la factura a la Gobernación.	Coordinador y/o Supervisor del Contrato Dirección de Operaciones	Informe financiero
12		V	El cliente revisa el informe y decide si aprueba o no la liquidación del contrato. Si no aprueba se devuelve a la actividad 9.  Si el cliente aprueba realiza el desembolso del dinero y continúa con la actividad 13.	Cliente	N.A
13		A	La entidad pública externa elabora el acta de la liquidación del contrato y lo remite al Canal.	Entidad pública externa	Acta de Liquidación

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

		<p>El acta de liquidación es revisada por el área financiera, el área jurídica y el supervisor del contrato.</p> <p>Si no tienen ninguna observación se pasa para la firma de la Gerente y se envía a la entidad contratante.</p> <p>Nota. El acta de liquidación debe ser enviada a al área de archivo para que sea digitalizada y archivada en su respectivo expediente.</p>	Coordinador responsable del contrato	
--	--	--	--------------------------------------	--

Para la ordenación de la pauta publicitaria, se deberán seguir los lineamientos, políticas de comercialización y crédito adoptados por el Canal.

## TITULO VI: DISPOSICIONES FINALES

### 1. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

NOMBRE DEL DOCUMENTO	INTERNO	EXTERNO
Constitución Política, artículo 83: las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas.		X
Ley 80 de 1993, artículos 8 al 10: establece inhabilidades e incompatibilidades para contratar con las entidades públicas, adicionada por la Ley 1474 de 2011.		X
Ley 87 de 1993, artículo 6: asigna la responsabilidad y desarrollo del sistema de control interno en las entidades públicas, al representante legal o máximo directivo correspondiente. La aplicación de los métodos y procedimientos al igual que la calidad, eficiencia y eficacia del control interno, también es responsabilidad de los jefes de cada una de las dependencias.		X
Ley 182 de 1995, reglamenta el servicio de la televisión y formula políticas para su desarrollo, reglamenta la Comisión Nacional de Televisión, establece los parámetros para ejercer el derecho a la rectificación y fija las reglas para la prestación del servicio público de		X

NOMBRE DEL DOCUMENTO	INTERNO	EXTERNO
televisión en el nivel regional.		
Ley 335 de 1996 (televisión) Artículo 6: define el concepto de producción nacional, para efecto de cumplir con el equilibrio de la programación.		X
Ley 489 de 1998, Capítulo II Principios Rectores del Sistema Presupuestal, artículo 3: enmarca el desarrollo de la función administrativa dentro de los principios constitucionales de buena fe, igualdad, moralidad, celeridad, economía, imparcialidad, eficiencia, eficacia, participación, responsabilidad, publicidad y transparencia.		X
Ley 610 de 2000, artículo 60: prohíbe celebrar contratos con personas naturales o jurídicas a quienes las Contralorías hayan proferido fallos de responsabilidad fiscal pendientes de pago al tesoro público. Los datos de estas personas aparecen en el Boletín de Responsables Fiscales.		X
Ley 734 de 2002 (Código Disciplinario Único): <ul style="list-style-type: none"> <li>– Artículo 35, numeral 15: prohíbe ordenar el pago o percibir remuneración oficial por servicios no prestados, o por cuantía superior a la legal o efectuar avances prohibidos por la ley o los reglamentos.</li> <li>– Artículo 35, numeral 16: prohíbe asumir obligaciones o compromisos de pago que superen la cuantía de los montos aprobados.</li> <li>– Artículo 41: extiende incompatibilidades, inhabilidades e impedimentos de ley del nivel nacional al nivel territorial.</li> <li>– Artículo 48, numeral 22: constituye falta gravísima asumir compromisos sobre apropiaciones presupuestales inexistentes o en exceso del saldo disponible o que afecten vigencias futuras sin contar con las autorizaciones pertinentes.</li> </ul>		X
Ley 789 de 2002, artículo 50: define el requisito de cumplimiento por parte del contratista de sus obligaciones con los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje, cuando a ello haya lugar.		X
Ley 828 de 2003, artículo 1: el cual modifica el párrafo 2 del artículo 50 de la Ley 789 de 2002, obligando a las entidades estatales a incorporar en los contratos que celebren, como obligación contractual, el cumplimiento por parte del contratista de sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral, parafiscales (Cajas de Compensación Familiar, Sena e ICBF).		X
Ley 1150 de 2007, artículo 14, modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 del 2011 que fija el régimen de contratación de las empresas industriales y comerciales del Estado que se encuentren en competencia con el sector privado nacional o internacional, para regirse por las disposiciones legales y reglamentarias propias de sus actividades		X



NOMBRE DEL DOCUMENTO	INTERNO	EXTERNO
económicas y comerciales. Sin perjuicio de lo consagrado en el artículo 13 de la misma Ley, respecto de la obligatoriedad en la aplicación de los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal y del régimen de inhabilidades e incompatibilidades previsto para la contratación estatal.		
Ley 1341 de 2009 “Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones”		X
Ley 1393 de 2010, artículo 26. Establece que la celebración y cumplimiento de las obligaciones derivadas de contratos de prestación de servicios estará condicionada a la verificación por parte del contratante de la afiliación y pago de los aportes al sistema de protección social.		X
Ley 1474 de 2011 Estatuto anticorrupción		X
Decreto 19 de 2012 (Estatuto Antitrámites) - Artículo 9: prohíbe exigir documentos que reposen en la entidad.		X
Acuerdo 02 de la CNTV Código de autorregulación		X
Ordenanza 34 de 2011 (Estatuto Orgánico de Presupuesto del Departamento de Antioquia y sus Entidades Descentralizadas).		X
Ordenanza 62 de 2014 Estatuto de rentas de departamento de Antioquia		X
Estatutos de Teleantioquia	X	
Resolución de Gerencia 019 de 2009: por la cual se delega el trámite de aprobación de las pólizas de garantía en el Secretario General, en el Profesional Jurídico II y en el Profesional Jurídico I	X	
Resolución de Gerencia 013 de 2015 por medio del cual se actualiza la delegación de unas competencias.	X	
Procedimiento de pagos por caja general	X	
Constancia de los estudios o soporte documental (en los proyectos de inversión y obras de infraestructura en cuantía superior a 2.500 salarios mínimos).	X	
Las autorizaciones o permisos que deban expedir otras autoridades cuando éstos sean necesarios para adelantar el respectivo proyecto, ejemplo: licencia ambiental, de funcionamiento y operación, permiso de construcción (en los proyectos de inversión y obras de infraestructura en cuantía superior a 2.500 salarios mínimos).	X	
ABC de comercialización	X	
Instructivo inhabilidades e incompatibilidades	X	
Instructivo codificación comerciales	X	

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO</b>	<b>INTERNO</b>	<b>EXTERNO</b>
Concepto de seguridad social.	X	
Anexo Técnico Contrato de Cesión de Derechos de Emisión	X	
Tarifas, descuentos negociados e incentivos por volumen	X	

## 2. DEFINICIONES Y TERMINOS

**Above The Line / ATL:** Locución inglesa que se utiliza para denominar las actividades propias de publicidad de una agencia. Son todas aquellas actividades en las que la agencia puede percibir una comisión de los medios de comunicación por la inserción de los anuncios.

**Activo fijo:** son bienes que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no están disponibles para la venta.

**Adendas:** en caso de ser necesario modificar los términos de referencia se elaboran adendas y son puestas en conocimiento de los interesados, dejando constancia de su envío, y se publican en la página web del canal. Las adendas deben hacerse con antelación a la fecha límite para entregar las propuestas.

**Adición:** La adición comprende todo tipo de incremento que se realice al valor de una orden de compra o contrato, por necesidad de bienes o servicios adicionales, o por un ajuste a los precios de éstos.

**Alcance neto** Parte del Grupo Objetivo alcanzado por lo menos una vez a través de un medio o mix de medios.

**Alcance neto útil/ efectivo:** porcentaje de personas alcanzadas a partir de la frecuencia efectiva.

**Alcance / Reach:** Porcentaje de hogares o personas contactadas, al menos una vez, por un mensaje publicitario en un período dado.

**Anexo de Condiciones:** Es el documento en el que se consignan las generalidades, especificaciones y demás circunstancias especiales de la orden de compra.

**Asesoría Técnica o Temática:** Persona o personas capaz de instruir en el tema o en el evento específico a los directores o realizadores para la formulación de una mejor propuesta.

**ATL:** son las siglas de "above the line", término publicitario usado para referirse a los medios de comunicación tradicionales, como: televisión, prensa y radio.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Audiencia:** Individuos que entran en contacto con un medio o vehículo en un periodo determinado se expresa en hogares o personas.

**Audiencia acumulada:** El total de número de personas que han visto uno o más programas de un cierto número total de programas. La tasa a que crece la audiencia con cada programa adicional es útil para ayudar a decidir cuántos programas deben utilizarse en la publicidad.

**Awareness:** Conocimiento, percepción, recuerdo total de marca, está conformada por la recordación en primer mención, recordación espontánea y recordación ayudada.

**Brand:** Marca.

**Brand Association:** Son todas las percepciones de marca, que hacen que una marca sea identificada no solo por su nombre, sino también por sus atributos, beneficios y valores.

**Brand Differentiation:** Diferenciación de marca. Grado en que una marca consigue establecer una imagen y atributos que la diferencia, positivamente, de las demás.

**Below The Line / BTL:** significa literalmente en castellano: bajo la línea— más conocida por su sigla BTL, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos. La BTL se conoce también como marketing de guerrilla.

**Brief:** Documento provisto por el cliente que sirve de soporte estratégico y que permite conocer objetivos de una campaña desde el punto de vista producto/marca/mercado/categoría y consumidor. Debe ser conciso y breve pero a la vez debe contener la información más importante sobre los planes y objetivos de La marca.

**Broker de medios:** Es un intermediario que se dedica a la compra y venta de espacios publicitarios, por cuenta propia o por cuenta y orden de terceros

**Cedente:** Persona que transfiere mediante la cesión, un derecho a otra persona denominada Cesionario.

**CDMTA:** Central de Medios Teleantioquia

**Central de Medios:** Son empresas especializadas en el manejo de medios que soportan su trabajo en investigaciones, herramientas y con profesionales conocedores del entorno de los medios, brindan soporte estratégico, de negociación, ordenación y control de planes de medios.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Certificado de Existencia y Representación Legal:** Es un documento que prueba la existencia de una persona jurídica y la representación de la misma. Éste es expedido por parte de la cámara de comercio del domicilio social de la persona natural o jurídica.

**Certificado de Registro Mercantil:** Es un documento que sirve como medio de identificación y prueba de existencia del comerciante y de su establecimiento de comercio, expedido por la Cámara de Comercio respectiva.

**Certificado Parafiscales:** Es el certificado emitido por el Revisor Fiscal o Representante Legal en el cual se acredita el cumplimiento por parte del contratista de sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral, al igual que los aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Sena e ICBF.

**Cesión de Derechos:** Es una negociación que se da entre un contratista y Teleantioquia cuyo objeto es la cesión de derechos de emisión para programas de televisión por parte de El Cedente, a cambio de la cesión de derechos de comercialización de Teleantioquia, entendiéndose que mediante este tipo de contratación el canal adquiere el derecho a emitir por las veces pactadas el programa adquirido o producido por el Cedente, sin que radique en cabeza del canal la propiedad del programa así contratado.

**Ciclo de vida:** Hace referencia al punto donde se encuentra el producto en su ciclo de vida: a) introducción, b) crecimiento, c) madurez, d) declinación.

**Circulación:** Es la cantidad de ejemplares de una determinada revista o diario que circulan en el mercado.

**Cláusula Penal Pecuniaria:** Avalúo anticipado de perjuicios que pueden resultar por la inejecución de una obligación, su ejecución defectuosa o el retardo en el cumplimiento de la misma. Busca garantizar el cumplimiento de la obligación.

**Comercialización:** La comercialización es la actividad conexas con el servicio público de televisión, tendiente a garantizar la emisión de la publicidad a través de los canales de televisión. Esta actividad podrá ser realizada por los operadores directamente, por intermedio de las empresas especializadas, o por los contratistas a quienes se les haya encargado.

**Composición de audiencia:** Es la cantidad de personas que se encuentran expuestas a un vehículo de comunicación, individualizadas y agrupadas por sexo, edad y nivel socioeconómico.

**Compromiso de Vigencia Futura:** Autorización emitida por la Junta Administradora Regional, cuando una obligación de pago afecta recursos del presupuesto de una vigencia del año siguiente y la ejecución se inicia con el presupuesto de la vigencia en curso.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Continuidad:** Período que cubre un plan de medios y su característica.

**Contratante:** Es la calidad contractual que ostentará TELEANTIOQUIA, al expedir una orden de compra o al suscribir un contrato para la adquisición de un bien y/o la prestación de un servicio

**Contratista:** Es la persona natural o jurídica que se obliga a suministrar un bien y/o prestar un servicio a TELEANTIOQUIA.

**Contrato de Cesión de Derechos de Emisión:** Mediante el contrato de cesión de derechos de emisión, el Canal adquiere el derecho a emitir, por las veces pactadas, uno o varios programas de televisión producidos o adquiridos por un cedente de derechos de emisión, sin que se radique en cabeza del Canal la propiedad de los programas así contratados.

**Contrato de Coproducción:** Mediante el contrato de coproducción, se acuerda la realización conjunta, en proporciones pactadas, de uno o varios programas de televisión entre el Canal y un coproductor.

La propiedad de los programas será conjunta del Canal y el contratista en la misma proporción de su respectiva participación en la realización. Dentro de esta modalidad se enmarca la asociación en riesgo compartido.

**Contrato de Obra:** Tiene por objeto la construcción, montaje, mantenimiento, instalación, mejoras, adiciones, conservación, restauración y, en general, la realización de cualquier otro trabajo material sobre bienes inmuebles.

Son bienes inmuebles las cosas que no pueden transportarse de un lugar a otro y las que adhieren permanentemente a ellas. Las cosas que se fijan o incrustan en las paredes o al suelo de manera que formen un mismo cuerpo, también son inmuebles.

No se consideran contratos de obra, aquellos en los cuales los bienes puedan retirarse fácilmente sin detrimento del inmueble.

**Contrato de Producción:** Mediante el contrato de producción, se encarga a un productor, la realización de uno o varios programas de televisión por cuenta y riesgo de éste. La propiedad de los programas será exclusiva del Canal.

**Convocatoria Pública:** Invitación que se hace a personas naturales o jurídicas indeterminadas, a través de mecanismos que garanticen su difusión, para que en igualdad de condiciones, los interesados presenten sus propuestas y seleccionar, entre ellas, la que obtenga el mayor puntaje

**Costo de espacio:** Tarifa que paga el anunciante al medio de comunicación para la reproducción de su aviso.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**CPA:** Costo por acción-> Con motivo de los numerosos clicks fraudulentos hechos por los dueños de Webs para aumentar sus ingresos los CPA se están poniendo de moda. El costo por acción es el que indica cuanto costo el que cada usuario que realizo una acción (como llenar un formulario) lo hiciera. Es decir la inversión dividida por la cantidad de usuarios que realizaron determinada acción. Esta suele ser más alta pero se basa en la efectividad.

**CPC:** Costo por Click -nos indica cual es el costo de hacer click en una página web. Se obtiene dividiendo la inversión total por la cantidad de clicks generados. EJ: Si con una inversión de \$100 obtenemos 100 clics el costo por clic fue de \$1.

**CPM:** Costo por Mil: El costo por mil es para campañas que no necesariamente están enfocadas a diferenciarnos a otro sitio, sino a generar conocimiento de marca y presencia en Internet, por lo tanto no se genera ningún clic, es por esto que se mide por impresiones (en realidad por mil impresiones). También es usado para cobrar y fijar tarifas en blogs o sitios donde fijan una tarifa fija por CPM mensual. Se calcula así:  $\text{Inversión total} / (\text{total impresiones} / \text{mil})$ . También existe el CPI que indica el costo por cada impresión individual.

**Costo por punto de rating:** Se obtiene de dividir el costo de un determinado espacio programa por el rating específico del mismo. El resultado (C.P.R.) nos permite evaluar el aspecto cuantitativo, seleccionando la compra más rentable. Equivale al costo de lograr el 1% de la audiencia.

**CPS:** Cost per Sale (Costo por venta) -> Este no es muy utilizado pero se refiere a los costos que tuvo atraer cada venta y se obtiene dividiendo la inversión por la cantidad de ventas realizadas.

**CTR:** Click-through rate-> Es una herramienta para evaluar la efectividad de la campaña realizada e indica la proporción entre clicks realizados e Impresiones obteniendo un porcentaje. En otras palabras nos muestra de cada cuantas impresiones obtuvimos un clic. EJ: Si en una campaña obtenemos 1000 impresiones y 100 clics tuvimos un CTR del 10%, lo que nos indica que de cada 10 personas que ve el anuncio una hacia click.

**Cotización:** Documento originado por el proveedor con especificaciones del bien, servicio u obra que ofrece, cantidad, calidad, valor, plazo y condiciones del negocio, entre otros.

**Cuantía:** Monto de la negociación en salarios mínimos legales mensuales (smlmv), sin incluir el IVA en la compra de bienes y servicios; cuando se adquieran activos fijos o bienes que se amorticen a más de un año, el IVA hace parte de la cuantía.

**Disponibilidad Presupuestal:** Documento que garantiza la existencia de la apropiación presupuestal suficiente para atender los gastos.

**Distribución de frecuencia:** Es el agrupamiento de los distintos individuos alcanzados en la Cobertura Neta, expresado en porcentaje, según la cantidad de mensajes recibidos.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

Mediante la distribución de frecuencia, se puede establecer qué porcentaje de nuestra audiencia objetiva fue cubierta, cuántos recibieron un aviso, dos, tres o más.

**Duplicación:** Cuando se efectúa la publicidad en más de un programa, se considera la duplicación al número de personas que se exponen al mensaje a través de diferentes medios en un período dado.

**Encendido:** Es el resultado de suma de ratings en una determinada plaza en un momento dado. HUT: Homes Using Television y PUT: People Using Television.

**Estrategia o plan de medios:** Documento preparado por cada producto o marca donde se define el cómo, cuándo, dónde y por qué de los medios que se recomiendan emplear en la publicidad para ese producto.

**Evaluación de pautas:** Sistema computacional a través del cual puede determinarse el alcance neto, frecuencia media y distribución de frecuencia de una programación de medios.

**Flow / Flow Chart:** Diagrama de flujo que muestra en descripción la distribución del presupuesto de medios especificando frecuencia, medio, tiempo, formato, valores brutos, descuentos y valores netos.

**Formato:** Diferentes opciones de pauta que ofrece un medio. En radio, por ejemplo, se pueden tener cuñas de diferentes duraciones, menciones, patrocinio de programas, entrevistas, entre otros. En televisión se puede tener: comercial de diferentes duraciones, cortinillas, congelados, menciones, product placement, entre otros. Los formatos van de acuerdo a la estrategia de medios y al presupuesto disponible.

**Frecuencia efectiva:** se definía como un número mínimo de veces que el mensaje debía contactar una persona para que éste cumpliera su objetivo (entienda el mensaje)

**Frecuencia / tasa de repetición-media:** Número de veces promedio que el grupo objetivo recibió el mensaje a través de una pauta de medios.

**Garantía:** Promesa en virtud de la cual el asegurado se obliga a hacer o no determinada cosa, o a cumplir determinada exigencia, o mediante la cual afirma o niega la existencia de determinada situación de hecho. La garantía deberá constar en la póliza o en los documentos accesorios a ella.

**G.R.P. Gross Rating Point:** Es la suma de los ratings de uno o más canales durante una semana o período determinado, no interesando cuánta gente se encuentra mirando cada aparato de TV.



<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Grupo objetivo:** Es el público al cual se debe dirigir la campaña y que es en última instancia el que decide la compra, el comprador y/o usuario de un determinado producto o servicio. Generalmente se lo agrupa por sexo, edad y nivel socioeconómico.

**Hora Legal Colombiana:** Es la que publica la Superintendencia de Industria y Comercio en el sitio: <http://horalegal.sic.gov.co/>

**Índice de afinidad:** Variable que permite identificar el nivel de concordancia que hay entre el programa y su audiencia.

**Impactos / contactos / impresiones / O.T.S. (Opportunity to see):** Número absoluto de audiencia hogares / personas de un medio o mix de medios que tiene probabilidades de ver u oír un mensaje.

**Impuestos:** Las sociedades y entidades nacionales son gravadas, tanto sobre sus rentas y ganancias ocasionales de fuente nacional, como las que se originen de fuente fuera de Colombia. Las sociedades y entidades extranjeras son gravadas únicamente sobre sus rentas y ganancias ocasionales de fuente nacional.

**Impuesto de Valor Agregado (IVA):** Tributo de orden nacional a los consumos, que se aplica en cada una de las etapas del proceso económico en proporción al valor agregado del producto y la prestación de servicios.

En los contratos de construcción de bien inmueble, este impuesto se genera sobre la parte de los ingresos correspondiente a los honorarios obtenidos por el constructor. Cuando no se pacten honorarios se causará sobre la remuneración del servicio que corresponda a la utilidad del constructor.

**Insight:** Verdad no dicha que puede ser útil a la hora de generar un concepto creativo o una estrategia de comunicación. Ejemplo, a las personas les gusta sentirse bien atendidas, el servicio al cliente es muy importante para la imagen de marca. En este punto es que la marca debe hacer el mayor esfuerzo tanto en la comunicación como en el POP.

**Lealtad a la marca:** El grado de consistencia de preferencia para, y en el uso, de una marca.

**Libreto de Pauta:** Es el soporte donde se organiza la secuencia para la emisión de los anuncios o mensajes comerciales y las promociones del programa. Indicará el número de cortes y la duración de cada comercial.

**Marca:** Una Marca es una huella imborrable, Hoy es la llave la diferenciación, son una serie de asociaciones que se hacen alrededor de un nombre, un producto, un servicio, una compañía, una marca NO ES un logotipo, un símbolo, un nombre; éstos solamente son sus identificadores, Es un compuesto mental formado a través de todos los sentidos.



<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Marketing:** "La realización de las actividades de comercialización que dirigen el flujo de los bienes y servicios del productor al consumidor o usuario" (American Marketing Association). "La función que a través de sus estudios e investigaciones establecerá para el ingeniero, el diseñador y el hombre de producción qué es lo que el cliente desea en un producto determinado, qué precio está dispuesto a pagar por él y dónde y cuándo lo necesitará..., esta función tendrá autoridad en la planeación del producto, programación de producto y control de inventarios, así como en las ventas, distribución y servicio del producto" (Peter F. Drucker)

**Marketing mix:** El marketing mix de un producto se compone de las variables controlables del marketing, más conocidas como las "6P" del marketing, a saber: Producto, Packaging, Precio, Publicidad, Promoción, Plaza (distribución).

**Mediciones de audiencia de TV:** O auditorías. Permiten conocer los hábitos del público con respecto a la forma en que ve televisión. Esta información permite observar el comportamiento de los distintos niveles socioeconómicos, la movilidad de la audiencia de un canal a otro, la audiencia de los diferentes programas y su composición respecto a las tres variables duras: sexo, edad y nivel socioeconómico. Hay distintas maneras de obtener datos para esta encuesta: sistema de cuadernillo, dispositivo electrónico (people meter) o sistema de consulta telefónica.

**Medios:** Son los canales de comunicación a través de los cuales se envían mensajes al público en forma masiva.

**Mensaje publicitario:** Es la comunicación publicitaria difundida a través de cualquier medio y en cualquier forma: aviso de prensa, comercial de radio, cine o televisión.

**Mercado:** Es donde confluye la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto.

**Muestra:** Individuos seleccionados de manera aleatoria o probabilística según su propósito del estudio a realizarse que cumpla las mismas condiciones que el universo al que quiere representar.

**Nicho de Mercado:** Segmento de mercado, con características y necesidades específicas, en el que se concentra la estrategia de una empresa.

**Objetivos de comunicación:** Son aquellos conceptos o nociones acerca del producto o la marca que se desea que la campaña transmita al público receptor.

**Objetivos de marketing:** Es el fin que se propone alcanzar una empresa para con determinado producto, en un determinado mercado, mediante la suma de todos los factores que contribuyen a la venta final del mismo.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Ocupación:** Nivel de saturación del medio, medido en espacio (impresos, web), tiempo (televisión, radio u otros dispositivos electrónicos).

**Orden de Compra:** Documento que informa sobre los contratantes, el objeto, el valor y los datos relativos a la negociación de bienes, servicios u obras.

**Orden de publicidad:** Documento vinculante entre el anunciante y el medio de comunicación, a través del cual se contratan y especifican las características de los avisos.

**Ordenador del Gasto:** Es el funcionario encargado de realizar la selección de la propuesta y de suscribir la orden de compra de bienes o servicios.

**Participación:** Es el porcentaje que le corresponde al rating de un canal, relacionando a éste con el encendido, también se le conoce con el nombre de share.

**Pauta:** Planificación estratégica que selecciona los medios adecuados para lograr los objetivos de comunicación planteados en la campaña.

**Penetración:** Número o porcentaje de hogares o personas que poseen un receptor o reciben un impreso, independiente de que esté prendido o apagado.

**People Meter:** aparato electrónico que va conectado al televisor; registra la sintonía minuto a minuto de cualquier miembro del hogar en los diferentes canales disponibles.

**Perfil de audiencia:** Conociendo la composición de audiencia de un determinado programa podemos establecer el perfil del mismo, esto es, definir sexo, edades y/o niveles socioeconómicos que predominan en él.

**Periodicidad:** Determina los esfuerzos publicitarios que se realizan en determinado período de tiempo. También se conoce como la estacionalidad, o el tiempo que determinada campaña se encuentra al aire, teniendo en cuenta vehículos, frecuencias y formatos.

**Permanencia:** Tiempo que dura la exposición efectiva de un mensaje a través de un medio.

**Pieza publicitaria:** Aviso realizado para ser reproducido según las técnicas de un medio de comunicación.

**Piloto:** Programa de prueba en el que se puede determinar la calidad de la propuesta tanto desde el punto de vista técnico como de contenido.

**Plan de Medios:** Es el informe que da solución a las necesidades del cliente. Soportado por estudios e investigación que describen 3 frentes: consumidor, categoría y marca;

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

basado en esto, se plantea la recomendación de medios, formatos, frecuencias y periodicidad.

**Plaza (o distribución):** Es una de las variables del marketing que se ocupa de la organización de la distribución física de los productos. Abarca un conjunto de operaciones necesarias para llevar los productos desde el lugar de fabricación hasta los lugares de consumo. Las funciones de la distribución son: acondicionamiento de productos, almacenamiento de productos, fraccionamiento por pedidos, transporte de productos. La distribución también puede ser entendida como una variable de comunicación.

**PLV:** Publicidad en el lugar de venta

**Posicionamiento:** La manera en que se quiere que un producto o servicio sea percibido por el consumidor o usuario. El posicionamiento comienza en un producto, que puede ser un artículo, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona. Pero el posicionamiento no se refiere al producto, sino a lo que hace con la mente de los probables clientes, es decir, cómo se ubica el producto en la mente de éstos.

**Prime Time:** Locución inglesa que se utiliza para designar las horas de mayor audiencia en la radio o en la televisión.

**Programa:** Es una unidad audiovisual televisiva que tiene como finalidad formar, educar, informar o recrear en forma sana, con una duración definida y que incluye un tiempo limitado para contenidos de publicidad.

**Propaganda:** Es el uso de técnicas de publicidad aplicadas a fines políticos. Se origina en la expresión propagar, que significa difundir.

**Prórroga:** Es una ampliación al plazo de cumplimiento del objeto contratado.

**Publicidad:** Es todo anuncio o aviso comercial, cuyo objetivo es dar a conocer las características, cualidades y atributos de un producto, nombre, marca, servicio, concepto o ideología, con el fin de generar presencia, recordación o aceptación, y de persuadir o influir en los hábitos o gustos del televidente.

**Publicidad sostenida:** El respaldo publicitario regular o normal que recibe una marca o producto durante un período continuado. (Un trimestre, un semestre, un año, etc.)

**Ranking:** Término inglés utilizado corrientemente para referirse a clasificaciones ordenadas, de mayor a menor, de variables de diverso tipo.

**Rating:** Es el porcentaje de un universo determinado (mujeres, hombre, hogares, etc.) que se encuentra sintonizando un programa con respecto al total del universo. Cuando se suman los ratings de todos los programas pautados durante una semana, se obtienen puntos brutos de rating (GRP). El GRP es útil para evaluar costos.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Readership (lecturabilidad):** Es la cantidad de lectores promedio por ejemplar de una revista o diario.

**Recordación espontánea:** Cuando se le pregunta a un encuestado cuáles son las marcas que recuerda de un producto genérico determinado, aquéllas que mencione sin haber sido inducido serán tomadas como las marcas de recordación espontánea.

**Recordación global (awareness):** La recordación global de una marca será la suma de la recordación espontánea más la recordación guiada.

**Recordación guiada:** Luego de haberles preguntado a los encuestados qué marcas recuerdan de un genérico y de haber nombrado ellos espontáneamente algunas, se les volverá a preguntar si recuerdan, o no, determinadas marcas de un listado. Aquéllas que manifiesten recordar después de ver el listado serán las de recordación guiada.

**Registro Presupuestal:** Anotación del compromiso que garantiza que los recursos no sean desviados a otro fin.

**Responsables Fiscales:** Personas inhabilitadas para contratar con las entidades públicas por tener en su contra, fallo de responsabilidad proferido por las Contralorías, pendiente de pago al Tesoro Público.

**Retenciones:** Son mecanismos tributarios que buscan recaudar un impuesto de forma anticipada.

**Rubro Presupuestal:** Es cada una de las categorías en que se divide el presupuesto, de acuerdo al tipo de gastos o ingresos.

**Saturación:** Es el resultado de dividir la ocupación entre el total de espacio disponible de soporte: medios electrónicos y medios impresos.

**Segmentación:** Es el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada característica, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento. La segmentación divide a un conjunto en una serie de subconjuntos. Así, el mercado se puede evaluar en porciones. Cada una de éstas constituye un grupo internamente homogéneo. Un segmento es aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos.

**Share:** Porcentaje de participación que corresponde a cada canal de TV o emisora de radio con respecto al total de la audiencia de TV o radio en un momento dado.

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

**Share of voice:** Es la participación de la marca dentro del total del ruido publicitario producido por todas las marcas del genérico.

**Simulación:** Es un proceso que se realiza por computadora, que permite evaluar planes de medios, con el fin de lograr la alternativa de programación más efectiva en Cobertura Neta y/ o Frecuencia.

**Sistema de Precio Global:** Sistema de contratación para la construcción de bienes inmuebles donde se encarga la ejecución de una obra específica por un precio global o suma total fija. En este valor deben incluirse la totalidad de costos directos e indirectos que sean necesarios. El costo real de la obra es el valor total determinado en el contrato. Este sistema se empleará de manera prioritaria en los contratos donde desde un comienzo se tenga certeza sobre el volumen o la cantidad de obra a ejecutar.

**Sistema de Precios Unitarios:** Sistema de contratación para la construcción, remodelación o adecuación de bienes inmuebles donde se determinan los precios de cada ítem de la obra, independientemente de su volumen o cantidad. El costo real de la obra es el resultado de multiplicar los precios unitarios pactados por los volúmenes o cantidades que se hayan realmente ejecutado en la construcción.

Se configura por tres elementos: una unidad de medida, el estimativo de la cantidad de cada medida y el precio por cada unidad, siendo probable que el monto del precio sea uno al momento de la celebración del contrato y otro cuando concluya la ejecución. Este sistema se empleará en los contratos donde sea previsible la variación del precio de acuerdo con las cantidades de obra a ejecutar.

**SOI:** Shared of investment, participación de la inversión publicitaria de la marca frente a la total inversión de la categoría.

**Solicitud de Cotización:** Es una invitación formal para presentar propuestas con el fin de proveer un bien y/o servicio, de acuerdo a unos términos y condiciones de participación.

**Soporte:** Cualquier vehículo que lleve un mensaje publicitario a las personas para quienes se destina dicho mensaje: periódicos, revistas, radioemisoras, canales de televisión, salas de cine, vallas, carteles, circulares, etc.

**T.G.R.P. Target Gross Rating Point:** Son los puntos acumulados de rating del grupo objetivo, obtenidos considerando sólo consumidores viendo el comercial de TV de una marca dada.

**Target:** Es el público objetivo al que va dirigida una campaña. Para definir un target dentro del universo se utilizan las mismas herramientas que se emplean en la segmentación, es decir, variables duras y variables blandas. Las mediciones de

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

audiencias definen un abanico de targets, solamente con las variables duras: edad, sexo, nivel socioeconómico. Cada target tiene distinta exposición a los diferentes medios.

**Tarifa:** El precio unitario o costo del tiempo que ha sido establecido por un medio.

**Tasa de repetición:** Indica la cantidad de veces que cada persona del target en cuestión está expuesta a un mismo mensaje. Representa un promedio. Es decir, que si la mitad del target vio el mensaje tres veces y la otra mitad lo vio cuatro veces, la tasa de repetición será de 3.5.

**Términos de Referencia:** Es un documento en el que se especifica la descripción del objeto, condiciones comerciales, documentos de la propuesta, requisitos para participar, factores de evaluación, criterios de selección, condiciones contractuales, garantías, lugar y plazo para presentar la cotización, consultas y la exigencia de garantías cuando se requieran, entre otros.

Según la complejidad del objeto a contratar se podrán establecer exigencias adicionales dentro de los términos y condiciones de participación.

**Tv Abierta (nacional):** Local o regional.

**Tv de Paga (cerrada):** Por región (cobertura a toda LA), por canal cobertura nacional y por cobertura local o cablero (MVS, Cablero, Telecable).

**Universo:** Total de población de individuos.

**Valla / Billboard / Hoarding:** Cartel publicitario de grandes dimensiones construido en madera, metal u otro material resistente, que se instala en lugares de elevado tránsito de personas. Constituye una modalidad de publicidad exterior.

**Variables sociodemográficas:** Sexo, edad, NSE Nivel Social Económico.

**Vehículo:** Son los lugares en los que se publica directamente la pauta, ya sea un periódico, una emisora o una revista. Ejemplo, Radio es el medio, Caracol Radio es la Cadena y Radioactiva es el vehículo

**Venta Neta Pagada:** ejemplares realmente vendidos.

### 3. REGISTROS:

Código	Nombre	Responsable	Almacenamiento	Tiempo de Retención Archivo de Gestión	Disposición Final		
					Destruir	Almacenar	
						AC	AH
N.A	Certificado de disponibilidad	Tecnólogo de Presupuesto	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	

Código	Nombre	Responsable	Almacenamiento	Tiempo de Retención Archivo de Gestión	Disposición Final		
					Destruir	Almacenar	
						AC	AH
	presupuestal.						
N.A	Verificación electrónica de Responsabilidad Fiscal y Consulta de Antecedentes ( <a href="http://www.contraloriagen.gov.co">www.contraloriagen.gov.co</a> ; <a href="http://www.procuraduria.gov.vo">www.procuraduria.gov.vo</a> ).	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Solicitud de cotizaciones o términos de referencia	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Listado de elementos	Responsable de Compras de la Dirección	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Cotizaciones, o propuestas	Responsable de Compras de la Dirección	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Registro Único Tributario –RUT	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Facturas del proveedor	Proveedor	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Comunicación de aprobación dirigida al Gerente	Dirección responsable de la compra	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Garantías	Profesional Jurídico II	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
N.A	Constancia de vigencias futuras	Dirección responsable de la compra	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
FO-P20-S1-01	Orden de compra de bienes y servicios	Dirección responsable de la compra	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
FO-P20-S1-02	Lista de chequeo proceso de compras	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
FO-P20-S1-03	Anexo de Condiciones Orden de Compra de Bienes y Servicios	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
FO-P20-S1-04	Solicitud Informal de Cotización	Encargado de la Dirección que realiza la compra	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	

<b>Teleantioquia</b>	<b>MANUAL DE CONTRATACIÓN</b>	Código: MA-P20-01
		Versión: 01

Código	Nombre	Responsable	Almacenamiento	Tiempo de Retención Archivo de Gestión	Disposición Final		
					Destruir	Almacenar	
						AC	AH
FO-P20-S1-05	Términos de Referencia Para Invitación Directa	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
FO-P20-S1-06	Solicitud de cotizaciones	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
FO-P20-S1-07	Justificación de modificación orden de compra o contrato	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	
FO-P20-S1-08	Términos de referencia	Secretaría General	Electrónico	1	10	9	N.A
			Físico		20	19	

#### Central de Medios

Código	Nombre	Responsable	Almacenamiento	Tiempo de Retención Archivo de Gestión	Disposición Final		
					Destruir	Almacenar	
						AC	AH
FO-P16-S3-01	Brief de Medios	Profesional de Medios	Magnético	2 años	X	N.A	N.A
FO-P16-S3-02	Monitoreo a Medios	Profesional de Medios	Magnético	2 años	X	N.A	N.A
FO-P16-S3-03	Control de Ordenación y Facturación	Técnico de Compras	Magnético	2 años	X	N.A	N.A
N.A	Plan de Medios	Profesional de Medios	Magnético	2 años	X	N.A	N.A

#### 4. CONTROL DE CAMBIOS:

VERSION	FECHA	RAZON DE LA ACTUALIZACION
12	13/11/2015	Necesidad de compilar los procedimientos de contratación de ingresos y gastos, dándole un alcance de manual para mejorar la operatividad y documentación en la contratación que adelanta el Canal.