

INVITACIÓN A PROPONER PARA CONTRATAR UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE REALICE LA ESTRATEGIA, LOS CONCEPTOS CREATIVOS, DISEÑE Y PRODUZCA LAS PIEZAS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS NECESARIAS PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ3000000242

OBJETO: Prestar, mediante un contrato de mandato, los servicios como Agencia de Publicidad para realizar la estrategia, los conceptos creativos, diseñar y producir las piezas y campañas publicitarias necesarias para divulgar y promocionar los productos y servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá.

APERTURA DE LA INVITACIÓN: 10 de noviembre de 2015

REUNIÓN DE ACLARACIONES: 17 de noviembre de 2015 a las 10:00 a.m., en el salón del piso 1° de la Sede Salitre de la Cámara de Comercio de Bogotá ubicado en la Avenida el Dorado No 68D – 35 de Bogotá D.C.

FECHA LÍMITE PARA PRESENTAR PREGUNTAS: 18 de noviembre de 2015 hasta las 12:00 medio día.

FECHA DE CIERRE DE LA INVITACIÓN: 23 de noviembre de 2015 hasta las 12:00 medio día.

VISITA A LAS INSTALACIONES (proponentes habilitados): 30 de Noviembre de 2015.

AVISO DE PARTICIPACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO: 1 de Diciembre de 2015. (Se dará aviso mediante el correo electrónico establecido en la oferta)

PRESENTACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO: 14 de diciembre de 2015.

ÁREA RESPONSABLE: Gerencia de Comunicaciones

COLABORADOR DE LA CCB CON QUIEN PUEDE ESTABLECERSE CONTACTO: Carlos Alberto Gutiérrez Fierro, teléfono: 5941000 ext. 3419, correo electrónico: carlos.gutierrez@ccb.org.co

SECCIÓN 1. GENERALIDADES DE LA ENTIDAD Y DE LA INVITACIÓN

1.1 NATURALEZA, FUNCIONES E INGRESOS DE LA CCB. La Cámara de Comercio de Bogotá – CCB-, es una persona jurídica sin ánimo de lucro, corporativa, gremial y privada, que cumple las funciones señaladas en los artículos 86 del Código de Comercio y 10 del Decreto Reglamentario 2042 de 2014 por medio del cual se reglamenta la Ley 1727 de 2014, el Título VI del Libro Primero del Código de Comercio y se dictan otras disposiciones.

1.2 RÉGIMEN LEGAL APLICABLE. Salvo que en este documento se establezca lo contrario, el derecho aplicable a esta invitación a proponer y al contrato que llegare a suscribirse será el consagrado en el ordenamiento jurídico colombiano.

El presente proceso de contratación y el contrato que se llegare a suscribir se sujetan a las disposiciones del derecho privado, salvo las excepciones estipuladas en el presente documento y en la ley. Especialmente, deberán cumplirse las disposiciones que se encuentran relacionadas en el documento ‘Código de Ética para Contratistas de la Cámara de Comercio de Bogotá’ referidas al régimen de inhabilidades, incompatibilidades y conflictos de interés.

1.3 NATURALEZA DEL ORIGEN DE LOS RECURSOS. Los recursos con los que la CCB pagará las obligaciones a su cargo, como consecuencia de la ejecución y cumplimiento del contrato objeto de esta invitación a ofrecer serán de origen público y privado. La CCB se reserva el derecho de modificar el origen de los recursos de manera unilateral, cuando se presenten circunstancias que a su juicio así lo ameriten, caso en el cual se le informará a los proponentes o al contratista seleccionado, según el caso.

- 1.4 NATURALEZA DE ESTA INVITACIÓN A PROPONER.** Este documento contiene exclusivamente una invitación a presentar ofertas a la CCB y en ningún caso podrá considerarse como una oferta o propuesta de contrato formulada por la CCB.

La CCB decidirá si acepta una propuesta según las reglas generales contenidas en el Código de Comercio. La CCB no estará obligada a contratar con ninguno de los proponentes que presenten propuestas en virtud de esta invitación a proponer.

No son aplicables a esta invitación a proponer los artículos 857 ni 860 del Código de Comercio.

La CCB podrá suspender o terminar en cualquier momento el presente proceso de contratación, pero informará de ello por el mismo medio en que publicó esta invitación a proponer a los posibles proponentes.

- 1.5 DOCUMENTOS Y PRELACIÓN.** Son documentos de la invitación a proponer todos sus anexos (si los hubiere) y todas las adendas que la CCB expida con posterioridad a la fecha de publicación del presente documento.

En caso de existir contradicciones entre los documentos mencionados se seguirán las siguientes reglas:

- a. Si existe contradicción entre un anexo y los términos de referencia, prevalecerá lo establecido en los términos.
- b. Siempre prevalecerá la última adenda publicada sobre cualquier otro documento.

- 1.6 ADENDAS** La CCB podrá adicionar, modificar o aclarar los presentes términos de referencia a través de adendas que publicará en la página web www.ccb.org.co/proveedores

- 1.7 EXCLUSIÓN Y LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD PRECONTRACTUAL.** La CCB no será responsable por ningún daño o perjuicio causado a los posibles proponentes durante la etapa precontractual.

- 1.8 CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN.** Los proponentes deberán destinar la información que conozcan en virtud del presente proceso de contratación única y exclusivamente para la presentación de la propuesta. Se considera información confidencial:

- a. Toda la información relacionada con la prestación de los servicios y el desarrollo de los fines de la CCB.
- b. Las características y especificaciones de los productos, servicios y programas de la CCB que no sean de público conocimiento.
- c. Todos los secretos empresariales que posea la CCB de conformidad con la legislación vigente.
- d. Todos los conocimientos y experiencias de orden técnico, comercial y de economía de empresa que le permiten a la CCB realizar sus actividades productivas, desarrollar su objeto social y actividades de organización y administración, usualmente conocidas como *know how*.
- e. Toda la información sobre políticas de ventas, precios, planes de distribución, métodos operativos y de trabajo, desarrollo de productos, políticas y prácticas comerciales.
- f. Toda la información sobre los clientes y potenciales clientes de la CCB, incluyendo pero sin limitarse a los datos personales de los mismos.
- g. Toda la información financiera de la CCB.
- h. Toda la documentación y demás información sobre el *hardware* y el *software* que utiliza la CCB.
- i. Toda la información que conozca en virtud o con ocasión de la presente invitación.

Las restricciones respecto de la confidencialidad de la información no se aplicarán a la información que se describe a continuación:

- a. Aquella que sea desarrollada independientemente por los proponentes o que sea recibida legalmente de otra fuente, libre de cualquier restricción.

- b. Aquella que esté disponible generalmente al público o sea de público conocimiento.

Quien incumpla sus obligaciones de reserva o sus obligaciones de garantizar la reserva de sus potenciales subcontratistas o empleados, pagará a la CCB una suma equivalente al 5% del valor estimado del contrato. La anterior suma se deberá como multa. Su pago no indemniza los perjuicios sufridos por la CCB ni limita en nada las posibilidades de reclamación de esta última por los daños padecidos.

1.9. CAMBIO DE REGULACIÓN. La normatividad aplicable a esta invitación será la que se encuentra vigente a la fecha de envío de la invitación, incluso si entre la fecha de la invitación y el plazo máximo señalado para recibir las propuestas se modifica o deroga alguna disposición normativa aplicable. Sólo se exceptúa de lo anterior aquello que por expresa e imperativa disposición de la ley nueva deba ser aplicado a las invitaciones en curso al momento de la entrada en vigencia de la nueva disposición. La Ley aplicable al contrato será la vigente al momento de su celebración.

1.10. LUGAR DE CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO: Bogotá D.C., y la jurisdicción de la CCB. (Art. 8° Decreto 622 de 2000)

1.11. ESTRUCTURA Y ETAPAS DEL PROCESO. El texto de esta invitación a proponer y de todas sus adendas está disponible en la página Web www.ccb.org.co/proveedores. Dentro del proceso se cumplirán las siguientes etapas:

- a. Apertura.
- b. Reunión de aclaraciones: Según la hora y lugar programado en la presente invitación a proponer.
- c. Etapa de observaciones: desde la fecha de apertura y hasta el cierre podrán los interesados formular preguntas por escrito a la CCB sobre esta invitación a proponer. La CCB dará respuesta antes del cierre por escrito y podrá publicar las preguntas y respuestas en la página Web.
- d. Cierre: momento límite de presentar propuesta.
- e. Evaluación de las propuestas.
- f. Visita a las instalaciones
- g. Aviso de participación para la presentación del plan estratégico
- h. Presentación del Plan Estratégico
- i. Adjudicación/Declaratoria de Desierta.

SECCIÓN 2 CONDICIONES GENERALES PARA PRESENTAR LA OFERTA

2.1. VIGENCIA DE LA OFERTA. Todas las propuestas deberán tener una vigencia mínima de 90 días contados a partir de la fecha de presentación.

2.2. OFRECIMIENTOS ADICIONALES. Sólo se tendrán en cuenta las variables técnicas indicadas en la presente invitación para la evaluación de las ofertas. Sin embargo, si se ofrecen otras ventajas técnicas del servicio y se suscribe contrato con el proponente respectivo, éste quedará obligado a cumplir con TODO lo ofrecido. Estos ofrecimientos adicionales no supondrán una modificación o alteración a los parámetros esenciales establecidos en la invitación a proponer y, principalmente, a los factores de ponderación y escogencia.

2.3. ACLARACIÓN Y SUBSANABILIDAD DE LA OFERTA. Los proponentes podrán modificar o aclarar su oferta como lo consideren pertinente en cualquier momento antes del cierre.

Luego de vencido el plazo para presentar propuestas, la CCB podrá pedir a los proponentes aclaraciones y/o documentos relativos a la propuesta, sin que con ello el proponente pueda modificar el alcance inicial de la misma, ni acreditar requisitos o condiciones adquiridas con posterioridad al cierre del proceso de selección. En el documento de solicitud de aclaraciones la CCB informará a cada proponente el plazo para subsanar lo solicitado. En caso de que el proponente no presente la aclaración en el plazo establecido, la CCB podrá descartar su propuesta y no tenerla en cuenta para ser evaluada.

- 2.4. **NEGOCIACIÓN.** Si lo considera conveniente, la CCB, podrá realizar una etapa de negociación con el fin de obtener las condiciones más favorables para la entidad. Se entenderá que es definitiva la última oferta que incorpore las condiciones más favorables para la CCB, en caso de no presentarse alguna contraoferta se entenderá como oferta la última presentada por el proponente.

En caso en que la CCB decida realizar la etapa de negociación, informará a los proponentes el procedimiento establecido para tal fin.

- 2.5. **INFORMACIÓN ENTREGADA POR EL PROPONENTE.** La CCB queda autorizada por el proponente para revisar y considerar toda la información recibida. El proponente acepta que la información que entregue a la CCB podrá ser conocida por sus colaboradores, por los asesores que ella contrate en relación con este proceso o por las autoridades judiciales o administrativas que la requieran.

- 2.6. **SUFICIENCIA DE LA INFORMACIÓN ENTREGADA.** El proponente declara que ha recibido toda la información necesaria para elaborar su propuesta y que asume las consecuencias negativas que puedan seguirse de no haber solicitado información complementaria a la CCB en las oportunidades señaladas en esta invitación. Esta declaración se entiende hecha por el solo hecho de presentar la respectiva propuesta.

- 2.7. **ACEPTACIÓN DE CONDICIONES.** Todos los proponentes o miembros de una unión temporal o consorcio deberán declarar que aceptan sin reservas todas las condiciones de esta invitación a ofrecer y las del contrato eventual. Esta manifestación se entenderá presentada bajo la gravedad de juramento.

- 2.8. **REVOCACIÓN DE LA OFERTA.** La revocación de la oferta por parte del proponente convertirá a este último en deudor de una suma equivalente al 10% del valor estimado del contrato / propuesta. La anterior suma se deberá si se revoca la oferta. Esta suma deberá ser pagada a la CCB sin necesidad de requerimiento judicial alguno, constituyendo título ejecutivo la revocación de la oferta.

El proponente que revoque su oferta y tenga contratos vigentes con la CCB, o créditos de alguna otra naturaleza, aceptará que la CCB descuenta de esos créditos el valor correspondiente por revocación de la oferta.

- 2.9. **PROPONENTES QUE NO PODRÁN PRESENTAR OFERTAS.** No podrán presentar ofertas quienes se encuentren en cualquiera de las hipótesis señaladas en el 'Código de Ética para Contratistas' o en cualquier otra hipótesis legal que determine la configuración de una inhabilidad, incompatibilidad o de un conflicto de interés.

- 2.10. **IDIOMA:** La oferta y todos sus documentos anexos deben presentarse en idioma español, los documentos presentados o aportados en cualquier otro idioma deberá presentarse con la respectiva traducción

- 2.11. **PRESENTACIÓN DE OFERTA:** Para presentar oferta no es necesario haber retirado formalmente esta invitación de ninguna dependencia.

SECCIÓN 3. DE LA OFERTA O PROPUESTA.

3.1. OBJETO DE LA OFERTA. Prestar, mediante un contrato de mandato, los servicios como Agencia de Publicidad para realizar la estrategia, los conceptos creativos, diseñar y producir las piezas y campañas publicitarias necesarias para divulgar y promocionar los productos y servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá

3.2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS EXIGIDAS. Los bienes y servicios a ofrecer serán en principio los relacionados en el **Anexo No. 1 (ESPECIFICACIONES TÉCNICAS)** el cual hace parte integral de la invitación y debe ser diligenciado y suscrito por el Representante Legal de la persona jurídica o su apoderado.

3.3. REQUISITOS JURÍDICOS MÍNIMOS PARA PRESENTAR LA OFERTA.

Además de los documentos que se mencionen en otros numerales de esta invitación y que se refieren a diferentes aspectos de la oferta o de la persona proponente, los interesados deberán anexar los siguientes documentos:

3.3.1 Capacidad para presentar ofertas. Podrá presentar oferta cualquier persona jurídica domiciliada en Bogotá D.C.

En los casos de representación legal, siempre que una persona vaya a actuar en nombre de otra, deberá anexar un poder expedido y autenticado de acuerdo con la ley del lugar de su otorgamiento y, cuando sea del caso, deberá anexarse la prueba de la existencia y representación legal de la persona poderdante.

En caso de que el representante legal o apoderado tenga limitaciones para presentar la oferta, el proponente deberá aportar copia o extracto del acta del órgano interno competente, donde conste la autorización para presentar la oferta.

No se aceptarán las propuestas presentadas por uniones temporales y consorcios, ni personas naturales.

3.3.2. Estar matriculados en la cámara de comercio del domicilio principal y estar al día con las renovaciones de sus matrículas mercantiles, cuando esté obligado legalmente a ello. A la oferta deberán anexar el certificado de existencia y representación legal y la constancia de renovación de la matrícula mercantil, si el registro de esas entidades es competencia de la CCB no será necesario aportar el certificado.

3.3.3. Las personas jurídicas extranjeras deberán acreditar su existencia y representación legal con los instrumentos que en cada caso procedan y sean necesarios. Si se presentan documentos públicos extranjeros, ellos deberán venir apostillados o legalizados de conformidad con el artículo 259 y 260 del Código de Procedimiento Civil, los que lo modifiquen o sustituyan.

3.3.4. Las entidades sin ánimo de lucro deberán acreditar su existencia y representación legal mediante el documento idóneo emitido por la autoridad administrativa competente, con una fecha de expedición no superior a 3 meses. Si el registro de esas entidades es competencia de la CCB no será necesario aportar el certificado.

3.3.5. No encontrarse reportados en el boletín de responsables fiscales expedido por la Contraloría, ni en el boletín de antecedentes disciplinarios de la Procuraduría. La CCB podrá verificar lo anterior con las respectivas entidades.

3.3.6 Carta de presentación de la oferta (ANEXO 2), diligenciada y suscrita por el representante legal de la persona jurídica o su apoderado, en la que deberá constar inequívocamente la aceptación de las condiciones de la invitación y las cláusulas generales del contrato eventual que se señalan en el (ANEXO 2).

3.3.7. Fotocopia del certificado actualizado del RUT del proveedor.

NOTA: si este documento ha sido remitido a la CCB durante el último año y no han cambiado su condición tributaria, absténgase de remitirlo nuevamente.

3.3.8. Original firmado del Formato de Registro de Proveedores Original firmado del Formato de Registro de Proveedores que se encuentra publicado en el link www.ccb.org.co/proveedores debidamente diligenciado y firmado. El proveedor deberá leer en su integridad el Código de Ética para contratistas y en este formato indicar que lo ha revisado y cumple con lo establecido en el.

NOTA: si este documento ha sido remitido a la CCB durante el último año, y no ha cambiado la información que en él se suministra, absténgase de remitirlo nuevamente.

3.3.9. Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal de la persona jurídica o su apoderado.

3.3.10. Póliza de seriedad de la oferta: Por el hecho de presentar oferta y de vencerse el plazo para su entrega, se entenderá que la propuesta es irrevocable y que el proponente mantiene vigentes todas las condiciones originales de su propuesta durante todo el tiempo que dure la Invitación a Proponer, incluidas las prórrogas de los plazos que llegaren a presentarse de acuerdo con estas bases:

El proponente debe constituir garantía de seriedad de la oferta con el fin de amparar la seriedad y validez de la oferta presentada, en los siguientes términos:

- **Objeto:** Amparar la seriedad y validez de la oferta presentada.
- **Asegurado y beneficiario:** CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
- **Tomador: Proponente.** Cuando la propuesta sea presentada por un consorcio o unión temporal, la póliza de garantía deberá ser tomada a nombre de todos los integrantes, tal como aparecen en el documento que acredite la existencia y representación legal de cada uno de ellos.
- **Valor Asegurado:** En cuantía equivalente al diez (10%) por ciento del valor de la oferta.
- **Vigencia de la Garantía:** Por el término de noventa (90) días, contados a partir del CIERRE de la presente invitación. En todo caso, la garantía de seriedad de la oferta debe estar vigente hasta el perfeccionamiento y legalización del contrato resultante del presente proceso de selección.

La garantía de seriedad de la oferta podrá ser una garantía bancaria o una póliza de seguros. Cuando se trate de una póliza, deberá estar acompañada del recibo o constancia del pago de la prima o constancia de que la póliza no expirará por falta de su pago o por revocación unilateral. La garantía deberá ser expedida por un Banco o Aseguradora, legalmente autorizado al efecto.

La CCB podrá solicitar aclaraciones y/o documentos relativos a la propuesta, sin que con ello el proponente pueda modificar el alcance inicial de la misma, ni acreditar requisitos o condiciones adquiridas con posterioridad al cierre del proceso de selección.

3.4. REQUISITOS FINANCIEROS MÍNIMOS PARA PRESENTAR LA OFERTA.

Los proponentes deberán presentar con su oferta los estados financieros con corte fiscal del año inmediatamente anterior, de interés general o particular que permitan la fácil consulta o determinación de las variables a tener en cuenta. Sólo se considerarán estados financieros certificados o dictaminados con corte al **31 de diciembre de 2014**.

La capacidad financiera exigida es la siguiente:

Índice	Mínimo requerido	Puntos
Capital de trabajo	>=\$90.000.000	20
Razón corriente	1,2	20
Endeudamiento	<=70%	20
Patrimonio	>=\$360.000.000	20
Utilidad Neta	Positiva	20
Total		100

Se considerará que cumple con la capacidad financiera requerida para asumir el contrato el proponente que obtenga mínimo 80 puntos de los 100 puntos discriminados en el cuadro antes citado.

La CCB podrá verificar la coherencia de la información financiera de los proponentes que se encuentren matriculados o inscritos en el registro mercantil o ESALES de la CCB.

La CCB verificará que el proponente no se encuentre en liquidación o bajo condiciones financieras o de cualquier otra índole que pudieran implicar un riesgo no admisible para la CCB.

La oferta que no cumpla con las condiciones financieras exigidas no será considerada.

La CCB podrá solicitar aclaraciones y/o documentos relativos a la propuesta, sin que con ello el proponente pueda modificar el alcance inicial de la misma, ni acreditar requisitos o condiciones adquiridas con posterioridad al cierre del proceso de selección.

3.5. REQUISITOS TÉCNICOS MÍNIMOS PARA PRESENTAR LA OFERTA:

Las condiciones enunciadas en el presente numeral son las mínimas necesarias para satisfacer los requerimientos de la CCB. El cumplimiento de estas condiciones mínimas no mejorará la calificación de la oferta y su incumplimiento impedirá tener en cuenta la propuesta para evaluación.

3.5.1. Aceptación del (ANEXO 1) Especificaciones técnicas: El proponente deberá allegar en su propuesta el **(ANEXO 1)** debidamente diligenciado y firmado por el representante legal de la persona jurídica o su apoderado, mediante el cual acepta y garantiza el cumplimiento de todas las características técnicas descritas en este, en caso de que llegue a adjudicársele el contrato respectivo.

Las condiciones enunciadas en el **(ANEXO 1)** son las mínimas necesarias para satisfacer los requerimientos de la CCB. El cumplimiento de estas condiciones mínimas no mejorará la calificación de la oferta y su incumplimiento o modificación impedirá tomar en cuenta la propuesta para evaluación.

3.5.2. La Agencia de Publicidad debe contar con una Agencia BTL propia o asociada a través de cualquier modalidad de colaboración empresarial o de contratación, o contar con personal de la organización interna con equipo diferente al de la Agencia, especializada en el desarrollo conceptual, estratégico y creativo de las piezas y campañas de publicidad requeridas, diferentes a las campañas ATL incluyendo mercadeo directo, activaciones de marca y programas promocionales que incluyen:

- a. Planear, ejecutar y controlar la elaboración de eventos propios, actividades promocionales y activaciones.
- b. Diseñar y elaborar los materiales necesarios para la participación exitosa en eventos, actividades promocionales y activaciones.
- c. Contratar la participación a nombre de la CCB en eventos de terceros, para los diferentes productos, servicios, mercados, negocios, segmentos o procesos de la CCB que sean asignados al contrato.
- d. Cotizar con mínimo tres (3) proveedores siempre que se requiera cualquier trabajo de producción externa orientado a cumplir los objetivos de los eventos, actividades promocionales y activaciones, sin perjuicio, que la CCB pueda solicitar mayor número de cotizaciones cuando considere que se pueden mejorar los precios del mercado.
- e. Obtener los permisos, licencias, autorizaciones, derechos y demás requerimientos que se necesiten para llevar a cabo exitosamente las actividades contratadas con terceros.
- f. Coordinar las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos de los eventos, actividades promocionales y activaciones.
- g. Supervisar la adecuada implementación de los eventos, actividades promocionales y activaciones desarrolladas.
- h. Presentar por cada actividad informes de resultados, asistencia, inversión, reportes fotográficos, y toda aquella información que la CCB solicite para evaluar el éxito de los eventos, actividades promocionales y activaciones.
- i. Hacer seguimiento y verificación de cada una de las actividades de BTL en el lugar de la prestación del servicio, buscando el mejoramiento de la actividad en beneficio de los intereses de la CCB.

El proponente deberá presentar junto con su propuesta las credenciales y hoja de vida de la Agencia BTL.

3.5.3. La Agencia de Publicidad deberá contar con los servicios de una Central de Medios Asociada, bajo cualquier modalidad de colaboración empresarial o de contratación, para la prestación de los siguientes servicios:

- Análisis competencia del mercado en la categoría y de categorías similares para digerir estrategias que se puedan comparar (por lo menos una vez al mes), análisis y presentación de estudios sobre consumo y uso de medios según perfiles y demás herramientas disponibles en el mercado.
- Asesoría y recomendación de medios basada en los estudios disponibles en el mercado – EGM – TGI – Ibope – Nielsen. ZEUS – RAC- Comscore; los cuales deben soportar la planificación estratégica realizada para la CCB.
- Planificación estratégica basada en el profundo conocimiento del consumidor y de los mercados.
- Búsqueda permanente de Insights del consumidor, investigación sindicada y propietaria.
- Contar con Red activa de información en otros mercados por si misma o por su red.
- Contar con procesos y herramientas que permiten sustentar sólidamente las estrategias de conexión.
- Diseño de estrategias, tácticas para la compra de medios de cada una de las piezas creativas, campañas o estrategias de comunicación.
- Debe contar con fortaleza en negociaciones. compra, ordenación y chequeo de la emisión de la pauta, revisión de las facturas emitidas por cada uno de los medios y pago directamente a los medios con soporte tecnológico de última generación auditable.
- Envío oportuno y supervisión a los medios de comunicación, de los materiales necesarios para la divulgación. Así como, la supervisión de la calidad del material pautado.
- Elaboración y presentación de flow charts y presupuestos con su respectivo análisis de efectividad, incluyendo el monitoreo del presupuesto global asignado por la CCB.
- Recepción, canalización, análisis y presentación de propuestas relevantes de medios tradicionales y no tradicionales al Cliente.
- Realizar seguimientos trimestrales del posicionamiento de la marca (TOM) y de los indicadores de comunicación, con el fin de medir el alcance de las campañas en empresarios y ciudadanos
- Los descuentos obtenidos en negociaciones cliente / medio y/o central de medios, deben ser trasladados al cliente y evidenciables en los presupuestos de pauta.

El proponente deberá presentar junto con su propuesta las credenciales y hoja de vida de la Central de Medios Asociada,

3.5.4. Organigrama: La agencia deberá presentar un organigrama que contenga las áreas principales que soportarán y apoyaran el desarrollo estratégico – planeación – creativo – producción interna y externa – medios – internet y cada una de las áreas soporte, para el efectivo desarrollo de campañas y actividades estratégicas de marca y producto.

3.5.5. Credenciales de la Agencia: El proponente debe presentar el documento correspondiente.

3.5.6. Equipo de Trabajo mínimo requerido: El proponente debe ofrecer un equipo de trabajo mínimo conformado como se describe a continuación, quienes serán responsables de las actividades descritas para cada rol y deberá ser asignados tiempo completo y de exclusividad para el manejo de la cuenta, en un 100%.

Para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos de cada miembro del equipo de trabajo, el proponente deberá presentar los siguientes documentos:

- Hojas de Vida de cada miembro del equipo propuesto
- Certificaciones de educación (título profesional y especializaciones)
- Certificaciones laborales que acrediten la experiencia solicitada en los temas enunciados.

Personal Requerido	Perfil	Funciones Principales
Director de Cuenta Senior	<ol style="list-style-type: none"> Profesional en mercadeo, publicidad, comunicación, carreras administrativas o afines Experiencia mínima de (6) años en dirección de cuentas nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios 	<ul style="list-style-type: none"> Ser el Gerente y planear todas las actividades relacionadas con la cuenta. Desarrollar estrategias creativas y tácticas de comunicación. Supervisar al ejecutivo de la cuenta. Supervisar y aportar a planes de medios. Desarrollar propuestas estratégicas 360 grados de comunicación, como promociones, internet etc. Realizar seguimiento y análisis del desempeño de la marca y sus productos. Realizar seguimiento y presentación de análisis de las tendencias de la competencia y el mercado. Analizar los resultados de las investigaciones de mercados. Manejar y supervisar que el presupuesto informado por la CCB, se cumpla.
Ejecutivo Senior	<ol style="list-style-type: none"> Profesional en mercadeo, publicidad, comunicación o administrativas y afines Experiencia mínima de 3 años en el manejo de cuentas nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Supervisar la ejecución de campañas publicitarias Supervisar toda la producción de campañas. Manejar el tráfico interno. Tramitar los ajustes, tiempos y movimientos. Llevar a cabo el proceso de apertura de órdenes de trabajo (OT) Llevar a cabo el proceso facturación. Coordinar los procesos administrativos y coordinación del proceso creativo y de producción. Atender diariamente las solicitudes por parte de la CCB.
EQUIPO CREATIVO (Guiado por un Director Creativo que de las pautas para las campañas y supervise al equipo creativo en los procesos de creación)		
Copy (1)	<ol style="list-style-type: none"> Profesional en comunicación social y periodismo, publicidad, mercadeo o afines. Experiencia mínima de 4 años en desarrollo y conceptualización de campañas publicitarias 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el desarrollo conceptual de las piezas publicitarias. Definir y aprobar los textos de todas las piezas. Dirigir y supervisar los procesos de producción cuando así se requiera. La función de escribir – revisar – corregir textos y ortografía de la lengua española e inglesa.

Diseñadores Gráficos Senior (2)	<ol style="list-style-type: none"> Profesionales en diseño gráfico, publicidad, mercadeo, comunicación o afines. Experiencia mínima de 3 años en temas relacionados con el diseño gráfico. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el desarrollo conceptual/ gráfico de las piezas publicitarias. Definir y proponer las imágenes, fotografías, ilustraciones o cualquier otro elemento gráfico.
Diseñador Gráfico Junior(1)	<ol style="list-style-type: none"> Profesional en diseño gráfico, publicidad, mercadeo, comunicación o afines. Experiencia mínima de 1 año en temas relacionados con el diseño gráfico. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el desarrollo conceptual/ gráfico de las piezas publicitarias. Definir y proponer las imágenes, fotografías, ilustraciones o cualquier otro elemento gráfico.

NOTA: El proponente dentro de su equipo de trabajo deberá garantizar un Director de Radio y Televisión o su equivalente y Director Creativo: La Agencia en su organigrama debe contar con un director de Radio y Televisión o su equivalente, quien debe apoyar y supervisar la producción de piezas y campañas publicitarias ordenadas por la CCB. El director de Radio y Televisión y Director Creativo deben tener disponibilidad para asistir a la reunión de tráfico, cada vez que la CCB lo requiera.

3.5.7. La Agencia de publicidad deberá anexar a su propuesta la carta firmada por el Representante Legal, en la que manifieste que en caso de resultar seleccionada, se compromete a: (i) mantener la cantidad de personal presentado en la propuesta mientras dure el contrato, y (ii) que en caso de requerir el reemplazo de algún integrante del equipo, se solicitará previamente autorización a la CCB, evento en el cual enviará previamente las hojas de vida, las cuales deberán cumplir con los mismos requisitos establecidos en la presente invitación a contratar. Si alguna de las personas del equipo debe ausentarse de sus funciones, LA AGENCIA debe asegurar que existirá alguien encargado de realizar sus funciones con la misma dedicación y tiempos acordados, que no afecten al resto del equipo de LA AGENCIA.

3.5.8. Experiencia del Proponente El proponente deberá acreditar experiencia en la prestación de servicios de Agencia de Publicidad a empresas, mediante la presentación de tres (03) certificaciones sobre contratos terminados y/o en ejecución desde el año 2011 hasta la fecha de cierre de la presente invitación, cuyo monto por cada contrato haya sido igual o superior a cuatrocientos millones de pesos moneda corriente (\$400.000.000) ANTES DE IVA por concepto de FEE o comisión de agencia. Respecto de los contratos en ejecución el monto ejecutado a la fecha de presentación de la propuesta, debe ser la suma antes citada, por concepto de FEE o comisión de agencia, por cada uno. Las certificaciones deben ser expedidas por la persona o entidad contratante, en papel membreteado o con sello de la empresa y/o entidad contratante y deberán contener como mínimo la siguiente información:

- Expedida por la persona o entidad contratante y firmada por persona competente.
- Nombre de la persona o entidad contratante.
- Vigencia del contrato: fecha de inicio y de finalización (día-mes año)
- Objeto del contrato.
- Valor del contrato.
- Porcentaje de participación en caso de consorcios o uniones temporales.
- Datos del contacto: nombre, cargo, teléfono y celular de la persona de contacto.

NOTA 1: La certificación puede ser reemplazada por la copia del contrato, siempre y cuando también anexe la respectiva acta de recibo y/o acta de liquidación, debidamente suscrita por el interventor y/o la entidad contratante, que en conjunto cumplan con los contenidos y requisitos establecidos en este literal; de lo contrario no será tenida en cuenta.

NOTA 2: La CCB se reserva el derecho de validar la información suministrada por el proponente.

NOTA 3: Si el proponente ha suscrito contratos con la CCB cuyo objeto y condiciones cumplan con lo solicitado en la presente invitación, deberá informarlo a la CCB en su propuesta indicando el número y fecha del contrato. Dicha experiencia podrá ser tenida en cuenta dentro del presente proceso de selección, en este caso el proponente no tendrá que allegar la certificación de los contratos.

NOTA 4: Si la certificación viene liquidada en moneda extranjera diferente al peso colombiano, el proponente deberá presentar su conversión a pesos colombianos (\$), tomando como base la TRM (tasa representativa del mercado) reportada por el Banco de la República a la fecha de terminación del respectivo contrato. La CCB verificará la información correspondiente.

NOTA 5: Cuando la experiencia se obtuvo siendo integrante de un consorcio o unión temporal, debe indicarse el porcentaje de participación, el cual se empleará para determinar la experiencia que le corresponde a dicho integrante. Lo anterior podrá acreditarse mediante la certificación expedida por el tercero contratante o a través del documento de conformación del consorcio o unión temporal.

NOTA 6: Cuando la propuesta se presente bajo la modalidad de consorcio o unión temporal, las certificaciones solicitadas en el presente numeral deberán ser presentadas al menos por (1) uno de sus miembros.

La CCB podrá solicitar aclaraciones y/o documentos relativos a la propuesta, sin que con ello el proponente pueda modificar el alcance inicial de la misma, ni acreditar requisitos o condiciones adquiridas con posterioridad al cierre del proceso de selección.

3.5.9 PROPUESTA ECONÓMICA.

La propuesta económica de los proponentes por concepto de Fee mensual no podrá ser superior a la suma de **VEINTICINCO MILLONES OCHOCIENTOS SETENTA MIL PESOS MONEDA CORRIENTE (\$25.870.000)** antes de IVA. El valor del FEE mensual presentado en la propuesta debe incluir todos los costos directos/indirectos en que se incurra, desagregando: Valor neto antes de IVA, valor del IVA; valor total mensual y descuento ofrecido (si aplica)

La propuesta que presente su propuesta económica por fuera del rango antes señalado no será considerada.

El proponente para éste efecto debe diligenciar el Anexo Propuesta Económica.

3.6. Visita a las instalaciones:

(Únicamente se realizará visita a los proponentes que cumplan con todos los requisitos señalados para la FASE I). El proponente con la firma de la carta de presentación de su propuesta, manifiesta que la Agencia de Publicidad tiene su domicilio en la ciudad de Bogotá D.C., la cual debe cumplir con todos los requisitos solicitados en la visita. En caso contrario, su propuesta no se tendrá en cuenta. Los criterios que se tendrán en cuenta la visita, se describen en el anexo # 4.

La visita corresponde a la evaluación de las instalaciones y recursos físicos de las agencias que presenten propuesta y cumplan con los requisitos mínimos.

3.7. FORMA DE PAGO

i) Las Agencias de Publicidad oferentes indicarán cuál es la remuneración mensual que exigirán por concepto de FEE, como consecuencia de la ejecución de todos los servicios de Agencia de Publicidad. Este valor debe incluir todo el desarrollo creativo inclusive los artes finales, toda la supervisión de producción, la supervisión y la remuneración de la labor de la agencia de medios asociada, o de las labores de análisis, estrategia, plan de medios, seguimiento de pauta que realice la agencia de publicidad directamente, excepto aquellos valores que reembolsará la CCB a la Agencia en atención al punto (iii) del presente ítem.

Con el objeto de facilitar el cálculo del FEE se informa que la CCB en el año 2014 realizó un promedio de 1000 órdenes de producción y por lo menos 8 campañas multimedia (en todos los medios). Dado que el contrato es de tracto sucesivo, se debe indicar cuál es el valor de cada una de las prestaciones

periódicas, siempre que ellas sean homogéneas, o indicar el modo de determinar el valor total de cada una de las prestaciones, si ellas no son homogéneas. (ii) La expresión de la remuneración se hará en pesos. (iii) La CCB pagará mensualmente a la Agencia de Publicidad a título de reembolso, los gastos en que incurra la Agencia seleccionada al ordenar los estudios de competencia, consumo y uso de medios, estudios de mercado, según perfiles y demás herramientas disponibles en el mercado, producción de piezas publicitarias, la compra de espacios en medios para la pauta de las campañas o de cada una de las piezas creativas, y demás actividades requeridas por la CCB para el desarrollo del objeto de esta invitación. (iv) La Agencia deberá considerar dentro de sus costos, el valor de la cesión de los derechos patrimoniales de las creaciones que resulten protegidas por Derechos de Autor o propiedad industrial, para que éstas puedan ser utilizadas por la CCB sin limitaciones de tiempo, modo y lugar.

La CCB pagará las obligaciones a su cargo mes vencido, dentro de los 30 días siguientes a la presentación de la respectiva factura. Los pagos estarán sujetos a la verificación que la CCB haga del cumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista.

Los pagos se realizarán mediante transferencia electrónica.

3.7.1. Gastos reembolsables: Se considerarán como reembolsables, los gastos en que incurra la Agencia seleccionada, en la producción de piezas publicitarias, la compra de espacios en medios para la pauta de las campañas o de cada una de las piezas creativas, y demás actividades requeridas por la CCB para el desarrollo del objeto de esta invitación.

Los gastos reembolsables deberán ser previamente acordados y aprobados por la CCB. Para tal efecto, la Agencia deberá presentar a consideración de la CCB antes de la ejecución de cada gasto, el presupuesto y el plan de contratación de medios o de terceros requeridos para cada campaña o evento.

La Agencia tendrá que presentar a consideración de la CCB las cotizaciones y presupuesto correspondientes, en la escogencia de la cotización y el presupuesto se deberá cumplir con los requisitos de transparencia, economía y responsabilidad, por consiguiente deberá enviar un cuadro de cotizaciones incluyendo mínimo tres proveedores de los cuales se tenga referencias, dentro de un portafolio amplio para cada especialidad. Dichos proveedores deben ser rotados periódicamente. Tratándose de medios, la central de medios, por intermedio de la agencia, deberá enviar el presupuesto final ajustado para aprobación de la CCB. En todo caso, la CCB tendrá la facultad de autorizar o no la contratación de los mencionados servicios.

No habrá lugar al pago de comisión independiente por concepto de la contratación con terceros.

No harán parte de los gastos reembolsables, los costos y gastos administrativos de la agencia para la prestación del servicio.

3.8. ANEXOS QUE HACEN PARTE DE ESTA INVITACIÓN A PROPONER

- a. Anexo 1: Especificaciones técnicas
- b. Anexo 2: Carta de presentación de la oferta
- c. Anexo 3: Propuesta económica
- d. Anexo 4: Visita Técnica
- e. Anexo 5: Calificación Plan Estratégico
- f. Anexo 6: Proyecto de contrato

3.9. RECOMENDACIONES

Para la presentación de la propuesta se le sugiere tener en cuenta lo siguiente:

NOTA 1: ÍNDICE. Se sugiere incluir un índice que organice la información que se presente, donde se destaquen claramente los capítulos y subcapítulos de la propuesta, debidamente referenciados con la página que corresponde.

NOTA 2: La propuesta se presentará sin borrones, tachaduras o enmendaduras, a menos que se haga la respectiva salvedad, la cual se entiende hecha con la aclaración firmada por el representante

legal. Si no se efectúa la respectiva salvedad y ésta obedece a un criterio de selección, no serán objeto de calificación los documentos que presenten este tipo de situaciones.

NOTA 3: El proponente utilizará y diligenciará la totalidad de los formatos que se suministren, sin modificar su tenor literal y/o su sentido.

4. MEDIO PARA COMUNICAR LA OFERTA A LA CCB.

Los proponentes deberán radicar **por separado** la oferta técnica y la oferta económica de servicios ofertados, los valores deben ser expresados en pesos colombianos. Adicionalmente, la oferta deberá presentarse foliada, en original y copia y podrá radicarse por cualquiera de los dos (2) siguientes medios:

- a. **Por escrito:** Los proponentes deberán radicar **por separado** la oferta técnica y la oferta económica de los servicios ofertados y deberá dirigirse a la Dirección de Contratos. La oferta deberá presentarse en original en sobre cerrado, marcado así:

<p style="text-align: center;">NOMBRE DEL PROPONENTE</p> <p style="text-align: center;">PROPUESTA TÉCNICA/PROPUESTA ECONÓMICA ORIGINAL/COPIA</p> <p style="text-align: center;">INVITACIÓN A PROPONER PARA CONTRATAR UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE REALICE LA ESTRATEGIA, LOS CONCEPTOS CREATIVOS, DISEÑO Y PRODUZCA LAS PIEZAS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS NECESARIAS PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ- 300000242- CAGF</p>

La oferta deberá ser presentada en la ventanilla de correspondencia del Edificio Salitre, en la Avenida Eldorado 68D-35 piso 1, costado oriental.

- b. **Por correo electrónico:** Los proponentes deberán enviar de forma **separada** la oferta técnica y la oferta económica de los servicios ofertados y deberá ser enviada vía correo electrónico a la dirección carlos.gutierrez@ccb.org.co en formato .pdf que impida su alteración por parte de la CCB. Para que el proponente pueda hacer uso de este medio de entrega de la propuesta, deberá cumplir con las siguientes especificaciones para el envío, so pena de que la propuesta no sea tenida en cuenta:
- (a) En ningún caso se aceptarán archivos enviados en formatos distintos de .pdf.
 - (b) El archivo .pdf deberá contener la propuesta y todos y cada uno de los documentos exigidos en esta carta de invitación y sus anexos.
 - (c) Cada uno de los archivos .pdf o el conjunto de archivos enviados por este medio deberán tener un tamaño total no mayor de 4 MB, para permitir su recepción de acuerdo con la capacidad del buzón destinado para ello por la CCB.
 - (d) Deberá iniciarse el envío de la propuesta con una antelación no menor de 1 hora a aquella señalada para el cierre de la invitación, con el fin de prevenir y solucionar posibles fallas técnicas que dificulten, retrasen o impidan su recepción por parte de la CCB.
 - (e) El proponente deberá confirmar a la CCB la entrega de la propuesta por este medio, sin perjuicio de que la CCB confirme su recepción de manera simultánea o posterior a este aviso.
 - (f) Los archivos adjuntos no deben tener dentro del nombre del archivo doble extensión y no deben contener caracteres ASCII o caracteres especiales tales como (.,*_-/+)

Nota: Las propuestas presentadas fuera de término no serán tenidas en cuenta, por lo cual el proponente podrá recogerlas dentro de los tres (3) días siguientes en la oficina de la ventanilla de correspondencia del Edificio Salitre, en la Avenida Eldorado 68D-35 piso 1, costado oriental.

5. EVALUACIÓN.

5.1. Primera fase de la evaluación de las ofertas: Se validaran los puntos del 3.4 al 3.6 enunciados en este capítulo, los proponentes que cumplan los anteriores puntos quedaran habilitados para continuar con la verificación de lo establecido en la Segunda Fase.

5.2. Segunda fase de la evaluación de las ofertas: Las propuestas que superen la primera fase continuaran a la segunda fase, para la cual la CCB organizará una reunión en la que se hará la entrega de un brief, esta reunión se notificará vía correo electrónico a los proponentes habilitados.

- a) En este Brief los proponentes tienen que presentar un Plan Estratégico preliminar donde se evidencien los lineamientos que guiarán la estrategia de comunicación publicitaria de la CCB en una campaña específica, así como las fases en que se desarrollará dicha estrategia.

Para la calificación de la presentación del Plan Estratégico, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos que se describen a continuación:

- Marco Conceptual
- Propuesta Estratégica
- Propuesta Creativa

La propuesta del proponente en la que el marco conceptual, plan estratégico y propuesta creativa obtenga un puntaje superior al 70% del porcentaje total del 100% que equivale a 65 puntos, continuará en la tercera fase de la invitación a proponer. **Las propuestas serán presentadas por las agencias proponentes a un comité evaluador, en las fechas propuestas en su debido momento por la CCB.** Esta clasificación se evaluará de la siguiente manera

Esta clasificación se evaluará de la siguiente manera:

CRITERIO	DESCRIPCION	PUNTAJE
Plan Estratégico	Corresponde al Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa presentada por el proponente en el que se evidencien los lineamientos que guiarán la estrategia de comunicación publicitaria de la CCB en la campaña específica solicitada en el Brief. Obtendrá 65 puntos el proponente cuyo Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa presentada obtenga mayor puntaje en la fase II a. Los demás obtendrán puntaje de manera proporcional. Los criterios que se tendrán en cuenta para calificar el Marco Teórico, Plan Estratégico, propuesta creativa y presentación, son los que se describen en el ANEXO # 5.	65

Las condiciones que acaban de enunciarse en la FASE I y II son las mínimas necesarias para satisfacer los requerimientos de la CCB. El cumplimiento de estas condiciones mínimas no mejorará la calificación de la oferta. La CCB se reserva el derecho de considerar la oferta que no cumpla estas exigencias mínimas, solicitando aclaraciones.

- b) **Ofrecimientos adicionales.** Sólo se tendrán en cuenta las variables técnicas indicadas anteriormente para la evaluación de las ofertas. Sin embargo, si se ofrecen otras ventajas técnicas del servicio o del producto y se celebra contrato con el proponente respectivo, éste quedará obligado a cumplir con todo lo ofrecido, estos ofrecimientos adicionales deben reflejarse en la Propuesta Técnica.

5.3. Tercera fase de evaluación: Criterios de Evaluación.

Son aquellos factores objetivos determinados en la invitación a proponer que se tendrán en cuenta para la asignación de puntaje de las ofertas presentadas, de la siguiente manera:

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN		Puntos
Precio:	Corresponde a la propuesta económica por concepto del FEE mensual. Obtendrá mayor puntaje el proponente que ofrezca menor precio total antes de IVA, los demás obtendrán puntaje de manera proporcional.	20
Marco Teórico, Plan Estratégico y Propuesta Creativa	Corresponde al Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa presentada por el proponente en el que se evidencien los lineamientos que guiarán la estrategia de comunicación publicitaria de la CCB en la campaña específica solicitada en el Brief. Obtendrá 65 puntos el proponente cuyo Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa presentada obtenga mayor puntaje en la fase II a. Los demás obtendrán puntaje de manera proporcional. Los criterios que se tendrán en cuenta para calificar el Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa son los que se describen en el ANEXO # 5 . <i>Este puntaje será el mismo que la propuesta obtenga en la fase II.</i>	65
Bonificados	Corresponde a los bonificados y espacios en medios de comunicación que ofrezca la Agencia de Publicidad por cada año que dure el contrato, sin que este ofrecimiento implique un costo adicional para la CCB. Este criterio se calificará de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> • Totalidad de la producción para pauta en el medio internet: 3 puntos • Bonificación del 12% del total de la inversión - radio: 2 puntos • Bonificación del 12% del total de la inversión - periódico el Tiempo: 2 puntos. 	7
Certificado de Calidad:	Corresponde a la tenencia por parte del proveedor de un certificado de calidad vigente sobre el servicio objeto de esta invitación, el cual debe ser presentado junto con su propuesta.	5
Afiliación al Círculo de Afiliados de la CCB:	Corresponde al puntaje que se otorgará si el proveedor se encuentra afiliado al "Círculo de Afiliados de la CCB"	3
TOTAL		100

5.4. Empate

Si después de aplicar los criterios de evaluación a las ofertas recibidas, se tiene que dos o más de ellas obtienen el mismo puntaje, LA CÁMARA podrá convocar a los proponentes empatados a una etapa de negociación de la oferta, en tal caso LA CÁMARA le informará previamente a los proponentes el procedimiento establecido para esta etapa.

Si la etapa de negociación de las ofertas no es convocada o no se presentan contraofertas, prevalecerá entre las ofertas empatadas aquella que haya ofrecido el menor precio. Si el empate persiste LA CÁMARA realizará sorteo con balota.

5.5. Naturaleza de los criterios de calificación. Los criterios expresados en esta sección son indicativos de cuáles son los aspectos que la CCB considerará en las ofertas que reciba, del modo como realizará esa valoración y de los diversos niveles de importancia que concede a distintas materias. La expresión de estos criterios no equivale a la aceptación anticipada de la oferta que obtenga con arreglo a ellos la más alta calificación.

6. CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO EVENTUAL.

6.1. Contenido y alcance de esta sección. Se expresa en este Anexo algunas de las materias que serán objeto de regulación convencional en el contrato que se suscribirá con el proponente seleccionado, sin perjuicio de que le sean aplicables normas supletivas o regulaciones legales no contenidas en el presente numeral.

6.2. Observaciones: Las observaciones y/o aclaraciones que tengan los proponentes sobre el contrato eventual que va a suscribirse (ANEXO 6) deberán presentarse en la etapa de observaciones señalada en la invitación a proponer. Si no se presentan observaciones se entenderá que el documento ha sido aceptado en su totalidad.

6.3. Aceptación de la invitación a proponer y del contrato eventual: Con la presentación de la carta de presentación de la oferta y la oferta se entiende de manera expresa que el proponente acepta todas las condiciones establecidas en la invitación a proponer y en el proyecto de contrato (ANEXO 6). Sin embargo, la CCB se reserva el derecho de hacer las modificaciones al proyecto del contrato que considere pertinentes, según la naturaleza de la contratación.

6.4. Instrumentación: El proponente que resulte adjudicatario de la presente invitación a proponer deberá acercarse a las instalaciones de la CCB- Sede Salitre-, Av. Eldorado No 68D 35- Piso 4 a la Dirección de Contratación, dentro de los cuatro (4) días hábiles siguientes a la notificación de la carta de adjudicación para la suscripción del contrato.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

[Fin de la invitación.]