

ANEXO 2

ACEPTACIÓN ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Asunto: CONVOCATORIA PÚBLICA PARA PRESTAR MEDIANTE UN CONTRATO DE MANDATO, LOS SERVICIOS COMO AGENCIA DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DIGITAL ESPECIALISTA EN MARKETING DIGITAL PARA DISEÑAR ESTRATEGIAS, CONCEPTOS CREATIVOS, PIEZAS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS JUNTO CON LA PAUTA, EL MONITOREO Y OPTIMIZACIÓN NECESARIAS PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA CÁMARA. No. 3000000714.

El proponente, mediante la presentación y firma por el representante legal o apoderado, de este anexo a la propuesta, acepta y garantiza a la CCB, que cumple y acata todas las características técnicas aquí descritas.

A continuación, se describen las especificaciones técnicas mínimas que deben ser atendidas, aceptadas y prestadas por el contratista para el cumplimiento del objeto del contrato:

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La Cámara de Comercio de Bogotá es una institución de servicios de carácter privado, que representa al sector empresarial y a la comunidad, que, en aras del bienestar de los habitantes de Bogotá y la Región, promueve programas y actividades que contribuyen al desarrollo económico y social de la Ciudad – Región, por medio de un portafolio de servicios integral y de fácil acceso.

Por ello, es necesario contratar una agencia de publicidad especialista en marketing digital que defina, diseñe, ejecute y supervise la estrategia publicitaria y de marketing digital de la CCB que acompañará a la estrategia de comunicaciones y sus respectivos planes tácticos, donde se busca consolidar el posicionamiento y el reconocimiento de la CCB como una aliada de los empresarios y ciudadanos de Bogotá y la Región, para que sus sueños empresariales se vuelva una realidad, sean sostenible, generen valor compartido y logremos una Bogotá - Región próspera con más y mejores empresas.

La estrategia, debe contribuir al conocimiento que las audiencias tienen de la CCB, entre las cuales están empresarios, ciudadanos, gobierno y medios de comunicación. La estrategia busca mejorar, unificar y potenciar todos los esfuerzos de comunicación que se realizarán durante los años 2020, 2021 y 2022. La Gerencia de Asuntos Corporativos es la encargada de velar por la ejecución de la estrategia de comunicaciones y los planes tácticos de la CCB.

La CCB en el año 2019 realizó alrededor de 46 desarrollos conceptuales (algunos de estos para campañas multimedios) y un promedio de 374 solicitudes (incluyendo campañas institucionales, diseños específicos, material pop, y producción, entre otros). La inversión en medios para ese año fue de 4.000 millones de pesos y en actividades y producción BTL de 1.000 millones aproximadamente.

2. ALCANCE DEL OBJETO:

Invitación pública para contratar una Agencia de Publicidad y Comunicación Digital especialista en marketing digital para diseñar estrategias de publicidad, 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 Bogotá.

3. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: Sin perjuicio de otras obligaciones pactadas en el presente documento, EL MANDATARIO se obliga a: Sin perjuicio de otras obligaciones pactadas en el presente documento, EL MANDATARIO se obliga a: **a)** Dar estricto cumplimiento a todo lo ofrecido en LA PROPUESTA y al Anexo 2 - Especificaciones Técnicas de LA INVITACIÓN. **b)** Dar cumplimiento en la ejecución del contrato al organigrama de áreas principales presentado a EL MANDANTE, las cuales soportarán y apoyarán el desarrollo estratégico – planeación – creativo – producción interna y externa – medios – Marketing digital – administrativa y financiera y cada una de las áreas soporte, para el efectivo desarrollo de campañas y actividades estratégicas de marca y producto de conformidad con el soporte presentado por EL MANDANTE, para el desarrollo efectivo de campañas y actividades estratégicas de marca y producto. **c)** Tener conocimiento del grupo y de los grupos objetivos a los cuales se dirigen los productos y servicios de EL MANDANTE (mediante investigaciones y análisis de estudios formales a los cuales tenga acceso por sí misma, con su respectivo análisis y conclusión). Para este efecto, EL MANDATARIO deberá certificar los estudios que adquiere y a los cuales tiene acceso para análisis de consumidor e inteligencia de mercados y con los que deben soportar cada una de las campañas presentadas. **d)** Será además responsable de los pagos correspondientes por codificaciones de comerciales, ACODEM, SAYCO y ACINPRO o cualquier agrupación de artistas, locutores, modelos para utilizar los derechos patrimoniales. **e)** Realizar el diseño, el desarrollo estratégico y creativo para la comunicación de cada producto y/o servicio, así como la conceptualización para el desarrollo de las campañas y/o piezas publicitarias de EL MANDANTE, como también de las estrategias de comunicación integrales (360 grados) con una especial orientación en Marketing Digital. **f)** Entregar a EL MANDANTE los conceptos desarrollados de las estrategias, campañas y piezas creativas a nivel de bocetos y editables acorde con los medios requeridos (televisión, radio, revistas, prensa, vallas, publicidad exterior, medios virtuales, medios no tradicionales, correo directo, material POP, los demás que existan y que sean solicitados por EL MANDANTE o que se encuentren disponibles en el mercado. **g)** Verificar previamente la redacción, ortografía y estilo de los textos utilizados de acuerdo con el lineamiento de EL MANDANTE y sus grupos objetivos. **h)** Realizar la supervisión y dirección durante el proceso de preproducción, producción y postproducción externa de todas las piezas creativas que requiera EL MANDANTE, hasta su entrega final. **i)** Realizar la contratación y supervisión de ejecución de musicalizaciones, modelos y personajes, garantizando la adecuada cadena de transferencias de los derechos de uso, explotación y modificación, con el fin de mantener indemne a EL MANDANTE de eventuales reclamaciones por derechos de autor o por aspectos relacionados con propiedad industrial. **j)** Para la contratación de bienes y servicios que se requieran con el fin de ejecutar el objeto del presente contrato, EL MANDATARIO siempre debe contar con mínimo 3 cotizaciones de diferentes proveedores, las cuales deben ser presentadas a EL MANDANTE para su respectiva aprobación, cumpliendo los siguientes requisitos: i) EL MANDATARIO debe entregar las copias de las cotizaciones recibidas en cada caso, junto con los cuadros de calificación y los documentos o facturas de cobro expedidas por los terceros proveedores, como soporte para el pago de los gastos reembolsables, ii) EL MANDATARIO debe presentar el análisis de las cotizaciones y efectuar las recomendaciones sobre las mejores condiciones para la contratación, con el fin de que EL MANDANTE pueda seleccionar al proveedor que cumpla con todos los requisitos necesarios para la contratación, de acuerdo con las mejores condiciones ofertadas. EL MANDATARIO debe garantizar la idoneidad y experiencia de cada uno de los proveedores, para lo cual EL MANDANTE le podrá requerir en cualquier momento la presentación de los soportes que acrediten la idoneidad y experiencia de estos, iii) La contratación de proveedores, medios y otros terceros deberá ajustarse a los presupuestos previamente presentados por EL MANDATARIO y aprobados por EL MANDANTE para cada campaña y en ningún caso el valor total de las contrataciones con terceros podrá exceder el valor autorizado por EL MANDANTE. iv) Si existe un cambio de proveedor para un servicio ya aprobado por EL MANDANTE ésta debe ser notificada por escrito y v) Solo en los casos que EL MANDANTE requiera gestionar servicios directamente, no se requerirán 3 cotizaciones. **k)** Efectuar el análisis de cotizaciones, recomendaciones, costo- beneficio, revisión de facturas emitidas por los proveedores y en general toda la supervisión de trabajos hasta su entrega final, incluyendo todos los medios existentes y nuevos, por ejemplo y sin limitarse a comerciales de televisión, cuñas de radio, comerciales, mensajes en medios virtuales, avisos en medios impresos, materiales impresos, elementos promocionales, stands, vallas o cualquier tipo de publicidad exterior,

pendones, fotografías, etc. **l)** Revisar y evaluar periódicamente a los proveedores para garantizar la rotación de estos en aras de la transparencia, pluralidad e igualdad de oportunidad de contratación para los empresarios que ofrecen productos y servicios, así como la búsqueda de las mejoras alternativas del mercado en cuanto a precios y proveedores. **m)** Ser especialista en el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación con marketing digital que incluya, entre otros: i) Elaboración de la estrategia de marketing digital y content (objetivo general, objetivos específicos, cronograma, momentos de comunicación, audiencias, Buyer persona, customer journey, Consumer decision journey, embudo de ventas, análisis de competencia, plan táctico, entre otras) basada en los públicos objetivos a los cuales se dirigen nuestros servicios y productos y el ROI en las campañas que aplique. Debe construir indicadores medibles para este tipo de campañas. ii) Asesoría en estrategia de marketing digital, diseño y desarrollo de comunicaciones digitales, o medios alternativos y nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets que sean efectivos para la labor de difusión de EL MANDANTE. iii) Diseño de las campañas digitales y medios virtuales requeridos para implementar las estrategias de comunicación, iv) Coordinación de la producción de las campañas digitales, v) Supervisión en el diseño y la producción de las piezas a las que haya lugar para las campañas digitales, vi) Entrega de informes periódicos de los resultados de las campañas publicitarias a través de las diferentes formas de realizar análisis de datos, por ejemplo: DMP, ANALITICS, BLUEPRINT, CRM, Google Marketing, Google Data studio, Dashboard propios con información actualizada diariamente, vii) La agencia debe tener conocimiento en posicionamiento SEM, SEO, ASO, además en campañas de email marketing, marketing de contenido y viii) Elaboración de la totalidad de la producción creativa por cuenta de EL MANDATARIO para pauta en medios digitales. **n)** Realizar una reunión semanal (reunión de tráfico), en el momento que lo requiera EL MANDANTE, para hacer una revisión general de todos los trabajos en curso, con la presencia de EL MANDATARIO, la central o el equipo de medios y el supervisor o su delegado. **o)** Generar reportes y/o acta de las reuniones como también un status report, en donde se reflejen los acuerdos efectuados por las partes, los cuales siempre deben constar por escrito. **p)** Asistir a las reuniones a las que sea citado por EL MANDANTE. **q)** Los tiempos de entrega de los materiales diseñados por EL MANDATARIO deben ser previamente acordados y cumplidos a entera satisfacción de EL MANDANTE. Si existe un ajuste en los tiempos de entrega, EL MANDANTE debe ser notificada por escrito con anterioridad. **r)** Desarrollar las actividades descritas en los literales anteriores reforzando el medio digital, marketing digital o medios alternativos y desarrollando nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets que sean efectivos para la labor de difusión de EL MANDANTE. **s)** Investigar, conceptualizar y desarrollar estrategias de comunicación integrales, aplicadas a los diferentes medios de comunicación para lograr un efectivo posicionamiento de EL MANDANTE en el mercado, así como, de sus programas, proyectos, productos y servicios. **t)** Realizar dentro de los términos y tiempos establecidos por EL MANDANTE, planes de desarrollo creativo, producción de radio, televisión y material impreso. **u)** Asumir el costo de las artes finales de las piezas gráficas requeridas en la ejecución del presente contrato. **v)** Definir los criterios para realizar la consecución, depuración y segmentación de las bases de datos para cada campaña, de acuerdo con las necesidades específicas de EL MANDANTE, cumpliendo con las políticas de tratamiento de datos de la organización. **w)** Efectuar el desarrollo creativo de las piezas de mercadeo directo y promocional. **x)** Realizar el planteamiento estratégico y diseño de la mecánica de los diferentes programas de mercadeo directo y promocional, así como, de las actividades sugeridas para convocar a cada grupo objetivo y presentarlos a consideración de EL MANDANTE. **y)** Diseñar los indicadores, sistemas o mecanismos adecuados para que EL MANDANTE o un tercero designado por ésta puedan realizar la medición de los resultados de las estrategias de marketing directo o promocional implementadas durante la vigencia del contrato. **z)** Prestar servicios de desarrollo creativo para los productos y servicios que EL MANDANTE requiera a través de su agencia BTL o equipo dispuesto para tal labor, además de diseñar y elaborar los materiales necesarios para la participación exitosa en eventos, actividades promocionales y activaciones. **aa)** Los descuentos y bonificados obtenidos en negociaciones cliente, medio y central de medios por las inversiones realizadas en las campañas deben ser trasladados al cliente y evidenciables en los presupuestos de pauta. **bb)** Revisar las facturas y realizar directamente los pagos a los proveedores, medios y terceros con quienes contrate los bienes o servicios que se requieran para la ejecución del presente contrato en el tiempo adecuado para no generarles problemas de pago a los proveedores. **cc)**

Realizar la planeación y ordenación de los medios de EL MANDANTE, para lo cual deberá efectuar el análisis de competencia, estudios sobre consumo y uso de medios según perfiles y demás herramientas técnicas con que cuente, actuando para este efecto en coordinación con la agencia de medios asociada. **dd)** Diseñar estrategias, tácticas y compra de medios para cada campaña aprobada por EL MANDANTE, según el presupuesto asignado. Además, las agencias deben realizar la supervisión y seguimiento de las alianzas estratégicas con medios de comunicación y/o aliados de la CCB para las campañas. **ee)** Realizar directamente el envío de artes y materiales a los diferentes medios contratados en el desarrollo del presente contrato, cumpliendo con los tiempos asignados por los medios. **ff)** Asignar para la ejecución de los compromisos un equipo de trabajo exclusivo (100% de dedicación), conformado cuando menos por el número de personas y cargos señalados en la invitación, de conformidad con LA PROPUESTA presentada, los cuales deben cumplir con los perfiles allí definidos. Si alguna de las personas del equipo debe ausentarse de sus funciones, EL MANDATARIO debe asegurar que existirá alguien encargado de realizarlas con la misma dedicación y tiempos acordados, que no afecten al resto del equipo de EL MANDATARIO. **gg)** En caso de que alguno de los profesionales del equipo de trabajo presentados deba ser reemplazado por EL MANDATARIO, esta tendrá un término máximo de 10 días hábiles para reemplazarlo, enviando los documentos soporte que permitan acreditar los requisitos profesionales y académicos del reemplazante, según lo señalado en la INVITACIÓN, quien debe cumplir con igual o superior experiencia laboral y requisitos académicos del profesional que se reemplazará. En todo caso, esta circunstancia se debe poner en conocimiento del supervisor del contrato, quien aprobará o no el reemplazo. **hh)** Expedir mensualmente a EL MANDANTE una certificación expedida por su Revisor Fiscal, en los términos que dispone el inciso tercero del artículo 3 del Decreto 1514 de 1998 o el que haga sus veces. **ii)** Presentar a EL MANDANTE los informes que ésta le solicite en cualquier momento sobre requerimientos específicos o sobre las actividades desarrolladas para el cumplimiento del eventual contrato. **jj)** Presentar los reportes e informes dentro de los plazos que EL MANDANTE le indique para cada requerimiento, campaña o evento. **kk)** Presentar un informe trimestral de los servicios prestados a EL MANDANTE que resuma e incluya todos los diseños creativos, campañas, comerciales y solicitudes de EL MANDANTE. Además, un informe trimestral de medios con las campañas al aire ese trimestre, donde se pueda visualizar la inversión, los chequeos de pauta, la optimización, bonificación y ahorros logrados. Cumplimientos de KPIs contratados y entregados de campaña (Según el funnel de conversión); inversiones por campaña, por plataforma, por objetivo, por modelo de compra; junto a sus indicadores de desempeño (CTR, CVR, IR, VTR, entre otros), todo lo que un dashboard puede visualizar en plataformas como Google, instagram, Facebook y medios externos programáticos. Además, deben visualizarse las acciones por campaña (Digital ya sea negociada o programática “Display non video, branden content, publicidad nativa, search, redes sociales, digital out of home, audio online, tv conectada”; revistas, prensa, televisión, OHH, radio) así como conclusiones, recomendaciones, sugerencias y planes de acción con la data presentada en los Dashboard. **ll)** Presentar un informe anual estratégico de los servicios prestados a EL MANDANTE que resuma el año en términos de resultados más relevantes de cada campaña desarrollada, resalte las buenas prácticas, así como las recomendaciones y sugerencias con el fin de mejorar la comunicación externa de EL MANDANTE, basada en los alcances e impactos de cada campaña. **mm)** Aclarar, corregir o complementar los informes o reportes presentados en los casos en que EL MANDANTE así lo solicite, sin que esto genere para EL MANDANTE costos adicionales al valor del contrato. **nn)** Presentar a EL MANDANTE, en caso de que ésta lo solicite, los documentos de cesión de los derechos patrimoniales de autor suscritos por sus empleados, dependientes o contratistas de EL MANDATARIO, o los documentos de licencia de uso de derechos de propiedad industrial, en caso de requerirse. **oo)** Verificar y responder legalmente por que los desarrollos creativos, conceptos, logos, sean únicos en el mercado y respondan a las necesidades específicas de EL MANDANTE. **pp)** Abstenerse de utilizar la información entregada por EL MANDANTE para cualquier fin distinto a las actividades propuestas por ésta. **qq)** Responder ante EL MANDANTE y ante terceros por la divulgación indebida o el manejo inadecuado de la información entregada por EL MANDANTE para el desarrollo de las actividades del eventual contrato. **rr)** Atender las recomendaciones y sugerencias de EL MANDANTE para la ejecución de las actividades. **ss)** Contratar, capacitar y supervisar por su propia cuenta el personal experto e idóneo para realizar las actividades necesarias para la ejecución objeto del presente contrato, teniendo en cuenta los

perfiles requeridos para adelantar cada campaña o evento, los cuales serán definidos de manera conjunta con EL MANDANTE. **tt)** Cumplir dentro de los términos legales o contractuales con todas las obligaciones de carácter laboral respecto de los empleados y colaboradores que utilice para la ejecución de las obligaciones con EL MANDANTE, especial pero no exclusivamente las que se refieren a pagos de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones y afiliación de sus empleados o dependientes a Entidades Promotoras de Salud y Administradoras de Riesgos Laborales, y las demás que estipule la Ley. **uu)** Contar con la infraestructura física, tecnológica y logística requerida para garantizar la satisfacción de las obligaciones con EL MANDANTE. **vv)** Responder ante EL MANDANTE por todas las fallas, errores, negligencias, anomalías o inconsistencias que se presenten en el desarrollo del contrato por su acción u omisión. **ww)** Informar inmediatamente a EL MANDANTE cualquier situación o acontecimiento que impida o retarde el normal cumplimiento de las obligaciones contraídas por EL MANDATARIO o que afecte los intereses o derechos de EL MANDANTE en el asunto a su cargo. **xx)** Efectuar un acompañamiento permanente a EL MANDANTE, en sus instalaciones o de manera virtual, a fin de prestar de manera oportuna y ágil, los servicios que se contratarán dedicando el tiempo necesario de acuerdo con el volumen de requerimientos de EL MANDANTE. **yy)** Efectuar acompañamiento estratégico permanente, por parte del representante legal de EL MANDATARIO o una persona de nivel directivo, quien se reunirá mínimo 4 veces al año o cuando EL MANDANTE lo requiera con el Presidente Ejecutivo o con la Gerente de Asuntos Corporativos de EL MANDANTE o con la persona que ellas designen, para revisar los lineamientos y conceptos estratégicos a fin de optimizar los mensajes de comunicación y las campañas. **zz)** Adelantar por su cuenta todos los trámites y gestiones que sean necesarios para el cumplimiento de las funciones de LA AGENCIA incluyendo, entre otras, la celebración de los contratos con terceros proveedores y con el personal requerido para el cumplimiento de cada una de las labores requeridas para la prestación de los servicios contratados. **aaa)** Indemnizar a EL MANDANTE por los perjuicios que se generen por el retardo en el cumplimiento o por el incumplimiento del objeto pactado en el contrato y las obligaciones que se deriven del mismo. **bbb)** Realizar el pre-testeo de las campañas propuestas y aprobadas por EL MANDANTE, cuando ésta lo solicite, para la comprobación de su efectividad antes de su publicación en los diferentes medios a contratar. Así mismo, al finalizar la campaña deberá post-testearse para determinar los efectos de esta en los diferentes públicos objetivos. **ccc)** Realizar estudios de mercado para las diferentes campañas publicitarias multimedios cuando EL MANDANTE lo solicite o EL MANDATARIO lo estime necesario. **ddd)** Responder y tramitar los asuntos que le sean solicitados por EL MANDANTE, en los tiempos acordados, ante situaciones excepcionales que ameriten los servicios especializados de EL MANDATARIO y sus asociados. **eee)** Trabajar con las agencias que apoyan la gestión de comunicaciones, la planeación táctica de las campañas y estrategias de comunicación que considere EL MANDANTE. **fff)** Una vez EL MANDANTE realice los pagos a EL MANDATARIO correspondientes a gastos reembolsables gestionados por la Central de medios y por ellos mismos, EL MANDATARIO deberá efectuar los pagos a los proveedores que subcontrate en un plazo máximo hasta de 10 días hábiles después de que EL MANDANTE los efectúe. **ggg)** EL MANDATARIO dentro de los 10 días hábiles siguientes al finalizar el mes, deberá enviar un reporte de los pagos gestionados a los distintos proveedores de servicios y productos realizados a través del contrato de mandato incluyendo los gestionados por la con la Central de Medios. **hhh)** Realizar un Backup trimestral para entregar a EL MANDANTE todo el diseño, fotografías, artes finales, ilustraciones, material de video y material necesario para la ejecución del contrato a nivel creativo en formatos editables, que se utilice para las propuestas o producción de las campañas. **iii)** Designar e informar al supervisor del contrato, la persona que hará las veces de contacto funcional con EL MANDANTE, la cual será la encargada de atender todos los requerimientos que tenga EL MANDANTE, sobre la ejecución y cumplimiento del contrato. **iii)** Tomar todas las medidas necesarias para preservar la confidencialidad de los datos suministrados. **kkk)** Presentar las pólizas con su respectivo recibo de pago, a más tardar dentro del cuarto (4) día hábil siguiente a la suscripción del contrato, Adicionalmente, EL MANDATARIO deberá allegar el documento que acredite la afiliación y pago al régimen de Seguridad Social Integral, ARL, aportes parafiscales y cumplimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de su personal. **III)** Todas las demás que sin necesidad de mención expresa se entiendan

hacer parte del presente contrato en atención a su naturaleza y las que se deriven de la buena fe contractual.

4. OBLIGACIONES DE LA CCB

- Pagar el valor del contrato, según lo pactado en el contrato.
- Suministrar la información con la que cuente y requiera EL CONTRATISTA para la adecuada y oportuna prestación de sus servicios.
- Designar los funcionarios que harán las veces de contacto funcional para la coordinación de las actividades objeto de este contrato. Estos funcionarios formarán parte del equipo de la Gerencia de Asuntos Corporativos.
- Las demás que se deriven de la naturaleza del presente contrato

5. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

La agencia de publicidad deberá ofrecer sus servicios acordes al procedimiento que de común acuerdo establezcan las partes, sin embargo, la entidad desarrolla el siguiente proceso:

- a. Cualquier proceso para el desarrollo de una campaña o pieza publicitaria se iniciará con la entrega de brief y/o solicitud (personalmente o a través de correo electrónico) de la CCB a la Agencia de Publicidad con copia a la Central de medios (si se requiere).
 - Brief es un formato que incluye información necesaria para el inicio del desarrollo de una campaña o pieza publicitaria.
- b. La Agencia de Publicidad deberá presentar directamente a la CCB las campañas que le sean requeridas, cuando se trate de un boceto puede ser enviado vía internet.
- c. Paralelamente al desarrollo creativo, la central de medios se debe desarrollar una estrategia de medios con sus respectivos análisis del consumidor, planteamiento estratégico, desarrollo táctico, Flow de medios, cuadro de materiales y el presupuesto de medios.
- d. La Agencia de Publicidad deberá presentar los informes, presentaciones y documentos reflejados en los entregables del eventual contrato.
- e. La CCB podrá pedir los ajustes las veces que sea necesario, tanto de las piezas gráficas, como al plan de medios, en tiempos acordados previamente entre la Agencia y la CCB, y una vez realizados los ajustes se regresaría a los puntos 2 y 3 de este listado.
- f. Durante el proceso la Agencia de Publicidad deberá buscar varias alternativas de proveedores con el fin de garantizar la mejor y más eficiente producción en el tiempo acordado.
- g. La Agencia de Publicidad 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 con una periodicidad no mayor a seis (6) meses.
- h. Tratándose de medios, la central de medios, por intermedio de la agencia de publicidad, deberá enviar el presupuesto final ajustado de la pauta en medios para aprobación de la CCB.
- i. La CCB, en caso de estar de acuerdo con la propuesta presentada, deberá aprobarla vía correo electrónico por la Gerente de Asuntos Corporativos o por quien esta delegue, y dejar evidencia del cuadro de cotizaciones y los presupuestos respectivos antes de finalizar la producción y/o antes de la ordenación al medio.
- j. La Agencia de Publicidad debe supervisar el proceso de producción en las instalaciones del proveedor o tercero que contrate y debe garantizar el resultado final de la pieza a la CCB.
- k. Tanto la Agencia de Publicidad como la Central de Medios, debe garantizar que los materiales necesarios para la difusión de la pauta lleguen a los medios y adelantar todos los

procesos como codificaciones, y los demás que sean requeridos para que el mensaje sea divulgado, previa aprobación presupuestal de la CCB.

- l.** La agencia de publicidad debe enviar los chequeos de pauta y los reales cumplidos acumulados al final de cada mes, cada campaña o cuando la CCB lo solicite expresamente.
- m.** Una vez aprobado lo referente al numeral h, la Agencia y/o la central de medios deben requerir aprobación de los presupuestos por la CCB, para que realicen el envío de la facturación relacionada en el formato preestablecido por la CCB, el cual será entregado al proponente seleccionado, antes de iniciar la ejecución del contrato respectivo.
- n.** Reunión de Tráfico: Adicional a los procesos que se adelantarán diariamente o cuando se requiera hacer una solicitud de un trabajo, se realizará por lo menos una reunión semanal, en donde deben estar presentes la central o el equipo de medios, producción y ejecutivos de cuenta de la Agencia y el contacto de la CCB, para hacer una revisión general de todos los trabajos en curso. De esta reunión (como de cualquier otra) la Agencia debe generar un reporte de reunión y/o acta de la reunión, como también un status report. De los acuerdos se deberá dejar constancia por escrito.

5. FORMA DE PAGO.

LA CÁMARA pagará a EL CONTRATISTA, de la siguiente manera: **a)** FEE mensual, como consecuencia de la ejecución de todos los servicios de Agencia de Publicidad. **b)** Un 2% por las negociaciones directas de LA CÁMARA con medios de comunicación ATL, medios digitales (Televisión, Radio, Vallas, Eucoles, Aeropuertos, Portales Web y otros medios alternativos donde se decida pautar) y producción gráfica, impresos, audiovisuales, material promocional (merchandising), material de relacionamiento, que realice directamente LA CÁMARA o decida efectuarlo con un proveedor específico y **c)** Un 10% por la administración y ejecución del presupuesto de pauta en las plataformas de Google, plataformas digitales y redes sociales. En el Flow de medios se verá reflejado el porcentaje de administración por cada pauta aprobada por LA CÁMARA.

NOTA 1: EL CONTRATISTA no podrá cobrar porcentajes de administración cuando la actividad o desarrollo, obedezca al objeto social del mismo, e incluye proveedores propuestos por EL CONTRATISTA.

NOTA 2: LA CÁMARA pagará al CONTRATISTA a título de GASTOS REEMBOLSABLES, los gastos en que incurra en el marco de la gestión del mandato conferido, al ordenar los estudios de competencia, consumo y uso de medios, estudios de mercado, según perfiles y demás herramientas disponibles en el mercado, la compra de espacios en medios para la pauta de las campañas o de cada una de las piezas creativas, las alianzas y/o la participación en eventos y demás actividades requeridas por LA CÁMARA, los cuales deben contar previamente con su autorización.

NOTA 3: Los gastos reembolsables deberán ser previamente acordados y aprobados por LA CÁMARA. Para tal efecto, EL CONTRATISTA, deberá presentar a consideración de LA CÁMARA 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. Se considerarán como gastos reembolsables los siguientes: **a)** Gastos de desplazamiento, alojamiento y viáticos fuera de Bogotá D.C., cuando la atención de la cuenta lo requiera. **b)** El costo de codificaciones ante los canales públicos y privados, VTR y trámites de aprobación ante las entidades estatales. **c)** El costo de los espacios en medios de comunicación ordenados por LA CÁMARA. **d)** Los demás costos y gastos que sean previamente aprobados por LA CÁMARA que puedan considerarse como reembolsables. No harán parte de los gastos reembolsables, los costos y gastos administrativos de EL CONTRATISTA para la prestación del servicio, distintos a los

porcentajes de comisión pactados en la cláusula décima de este contrato, los cuales asume por cuenta propia.

NOTA 4: Los pagos se realizarán dentro de los 30 días siguientes al recibo de la factura mediante transferencia electrónica. EL CONTRATISTA no podrá facturar sin haber prestado los servicios y presentado los entregables a entera satisfacción de LA CÁMARA.

5.1.1 Gastos Reembolsables.

Se considerarán como reembolsables, los gastos en que incurra la Agencia seleccionada, en la producción de piezas publicitarias, y/o material pop, 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 deberá tener en cuenta y no deberá exceder en ningún caso el monto máximo autorizado por la Junta Directiva de la CCB para la inversión publicitaria de la entidad durante la vigencia del contrato. Entre otros, se considerarán como gastos reembolsables los siguientes:

1. Gastos de desplazamiento, alojamiento y viáticos fuera de Bogotá D.C., cuando la atención de la cuenta lo requiera.
2. Gastos de transporte dentro de Bogotá D.C. para operación y desarrollo de actividades derivadas de los eventos, entrega de material POP, actividades promocionales y activaciones.
3. Gastos de los eventos, programas de mercadeo directo y promociones a desarrollar.
4. Gastos de la administración logística de eventos.
5. Gastos de las actividades de telemercadeo, activaciones, envíos por correo, capacitación de promotores, etc.
6. Producción de piezas audiovisuales, en caso de requerirse.
7. Producción de las piezas de correo directo o elementos promocionales propuestos.
8. El costo de trabajos a contratar por LA AGENCIA con terceros tales como: alquiler, derechos u honorarios de fotografías o ilustraciones, retoques digitales a fotografías, compra de trabajos a proveedores por encargo de la CCB o subcontratos, grabaciones, filmaciones, reproducciones, estudios de mercado, producción de comerciales de televisión, radio, audiovisuales, impresos, alianzas, entre otros.
9. El costo de codificaciones ante los canales públicos y privados y trámites de aprobación ante las entidades estatales.
10. El costo de los espacios en medios de comunicación ordenados por la CCB.
11. Material POP desarrollado.
12. Los demás costos y gastos que sean previamente aprobados por la CCB que puedan considerarse como reembolsables incluyendo las comisiones estipuladas en la presente invitación por cada servicio o pauta realizada.

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 (3) 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 harán parte de los gastos reembolsables, los costos y gastos administrativos de la agencia para la prestación del servicio.

Solo en los casos que la CCB requiera gestionar servicios directamente, no se requerirán 3 cotizaciones.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato será de dos (2) años, contados a partir del cumplimiento de los requisitos de ejecución; plazo de ejecución que podrá ser prorrogado por el término que estime conveniente la CCB, previo análisis del servicio prestado por parte del contratista durante el tiempo de ejecución inicialmente pactado. En todo caso, si se decide prorrogar el contrato, se tomarán los valores presentados en LA PROPUESTA inicial, sin que los mismos puedan ser ajustados o incrementados, salvo expresa autorización de la CCB.

Aspectos para tener en cuenta:

- Es responsabilidad del proponente conocer todas y cada una de las implicaciones para el ofrecimiento del objeto de este proceso de selección, y realizar todas las evaluaciones y proyecciones que sean necesarias para presentar su propuesta, sobre la base de un examen cuidadoso de las características del negocio.
- Por la sola presentación de la propuesta se considera que el proponente realizó el examen completo de todos los aspectos que inciden y determinan la presentación de esta.
- La circunstancia de que el interesado en presentar propuesta obtenga toda la información que pueda influir en la determinación de su oferta, no lo eximirá de la obligación de asumir las responsabilidades que le correspondan, ni les dará derecho a reclamaciones, reembolsos, ajustes de ninguna naturaleza o reconocimientos adicionales por parte del contratante, en el caso de que cualquiera de dichas omisiones derive en posteriores sobrecostos para el contratista.
- Como consecuencia de lo anterior, el proponente, al elaborar su propuesta, tendrá en cuenta que el cálculo de los costos y gastos, cualesquiera que ellos sean, se basará estrictamente en sus propios estudios técnicos y en sus propias estimaciones.

Entiendo y me es claro el alcance del objeto de la invitación.

Acepta y Garantiza

SI

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL

C.C.

Firma del Representante Legal