

INVITACIÓN PÚBLICA PARA 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– 300000550

Índice

<u>SECCIÓN 1. GENERALIDADES DE LA ENTIDAD Y DE LA INVITACIÓN</u>	4
1.1 <u>NATURALEZA, FUNCIONES E INGRESOS DE LA CCB.</u>	4
1.2 <u>RÉGIMEN LEGAL APLICABLE Y NATURALEZA DE LA PRESENTE INVITACIÓN.</u>	4
1.3. <u>PACTO DE PROBIDAD.</u>	5
1.4 <u>NATURALEZA DEL ORIGEN DE LOS RECURSOS.</u>	5
1.5 <u>NATURALEZA DE ESTA INVITACIÓN A PROPONER.</u>	5
1.6 <u>INVALIDEZ DE INFORMACIONES PREVIAS A ESTA INVITACIÓN.</u>	5
1.7 <u>DOCUMENTOS Y PRELACIÓN.</u>	5
1.8 <u>ADENDAS.</u>	6
1.9 <u>EXCLUSIÓN Y LIMITACIÓN DE RESPONSABILIDAD PRECONTRACTUAL.</u>	6
1.10 <u>CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN.</u>	6
1.11 <u>CAMBIO DE REGULACIÓN.</u>	7
1.12 <u>LUGAR DE CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO:</u>	7
1.13 <u>ESTRUCTURA Y ETAPAS DEL PROCESO.</u>	7
1.14 <u>VISITA.</u>	7
1.15 <u>NEGOCIACIÓN.</u>	7
1.16 <u>ANEXOS DE LA INVITACIÓN.</u>	8
1.17 <u>CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO EVENTUAL.</u>	8
<u>SECCIÓN 2 CONDICIONES GENERALES PARA PRESENTAR LA OFERTA</u>	8
2.1. <u>VIGENCIA DE LA OFERTA.</u>	8
2.2. <u>OFRECIMIENTOS ADICIONALES.</u>	8
2.3. <u>OFERTAS CONDICIONADAS.</u>	8
2.4. <u>ANEXOS DE LA INVITACIÓN A PROPONER.</u>	8
2.5. <u>INFORMACIÓN ENTREGADA POR EL PROPONENTE</u>	8

2.6.	<u>SUFICIENCIA DE LA INFORMACIÓN ENTREGADA</u>	9
2.7.	<u>ACEPTACIÓN DE CONDICIONES</u>	9
2.8.	<u>POLÍTICAS DE LA CCB</u>	9
2.9.	<u>REVOCACIÓN DE LA OFERTA</u>	9
2.10.	<u>PROPONENTES QUE NO PODRÁN PRESENTAR OFERTAS.</u>	9
2.11.	<u>DOCUMENTOS DE LA OFERTA</u>	9
2.12.	<u>PRESENTACIÓN DE LA OFERTA</u>	10
2.13.	<u>IDIOMA</u>	11
2.14.	<u>LEGALIZACIÓN DE DOCUMENTOS OTORGADOS EN EL EXTERIOR</u>	11
 <u>SECCIÓN 3. REQUISITOS MINIMOS HABILITANTES</u>		11
3.1.	<u>REQUISITOS JURÍDICOS MINIMOS PARA PRESENTAR LA OFERTA</u>	11
3.1.1.	<u>CAPACIDAD PARA PRESENTAR OFERTAS</u>	11
3.1.2.	<u>EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO</u>	13
3.1.3.	<u>MATRICULA MERCANTIL</u>	13
3.1.4.	<u>CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA</u>	13
3.1.5.	<u>RUT</u>	13
3.1.6.	<u>CÉDULA DE CIUDADANÍA</u>	14
3.1.7.	<u>POLIZA DE SERIEDAD DE LA OFERTA</u>	14
3.2.	<u>REQUISITOS TÉCNICOS MÍNIMOS PARA PRESENTAR LA OFERTA</u>	16
3.2.1	<u>ACEPTACIÓN DEL ANEXO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</u>	16
3.2.2	<u>CERTIFICADO DE PROVEEDOR AUTORIZADO</u>	16
3.2.3	<u>POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE LA SOLUCION OFERTADA</u>	17
3.2.4	<u>EXPERIENCIA DEL PROPONENTE</u>	17
3.2.5	<u>EQUIPO DE TRABAJO</u>	18
3.3	<u>REQUISITOS FINANCIEROS MÍNIMOS PARA PRESENTAR LA OFERTA</u>	19
<u>SECCIÓN 4 PROPUESTA ECONÓMICA</u>		19
<u>SECCIÓN 5. EVALUACIÓN</u>		20
5.1.	<u>ACLARACIÓN Y SUBSANABILIDAD DE LA OFERTA</u>	20
5.2.	<u>PRIMERA FASE DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS:</u>	20
5.3	<u>SEGUNDA FASE DE EVALUACION</u>	21

5.4 <u>TERCERA FASE , CALIFICACIÓN</u>	21
5.5 EMPATE.....	21
6. <u>ADJUDICACIÓN</u>	21

INVITACIÓN PÚBLICA PARA 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- 3000000550

OBJETO: XXX

FECHA DE APERTURA DE LA INVITACIÓN: 14 de diciembre de 2018

AUDIENCIA DE ACLARACIONES Y/O OBSERVACIONES: 10 de enero de 2019 a las 2: 00 p.m., en la avenida el dorado No. 68D – 35. Se publicará en la página web la confirmación del lugar y hora.

FECHA LÍMITE PARA PRESENTAR OBSERVACIONES: 14 de enero de 2019, hasta las 4:00 p.m. al correo electrónico maria.gutierrez@ccb.org.co

FECHA DE CIERRE DE LA INVITACIÓN: **21 de enero de 2019, hasta las 4:00:00 p.m.** (Para el recibo de las propuestas se tomará la fecha y hora de constancia de recibido expedido por la oficina de correspondencia de la CCB)

VISITA A LAS INSTALACIONES (proponentes habilitados): Se informará por correo electrónico o a los proponentes habilitados la fecha en que se realizará la visita.

AVISO DE PARTICIPACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO: Se dará aviso mediante el correo electrónico a los proponentes habilitados

PRESENTACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO: Se dará aviso mediante el correo electrónico a los proponentes habilitados

ÁREA RESPONSABLE: Gerencia de Asuntos Corporativos.

COLABORADOR DE LA CCB CON QUIEN PUEDE ESTABLECERSE CONTACTO: María Teresa Gutiérrez Ovalle, teléfono: 5941000 ext. 3412, correo electrónico: maria.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 el artículo 86 del Código de Comercio y en el artículo 2.2.2.38.1.4, Sección 1, Capítulo 38 del Decreto 1074 de 2015 “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo”.

1.2 RÉGIMEN LEGAL APLICABLE Y NATURALEZA DE LA PRESENTE INVITACION. El derecho aplicable a esta invitación a proponer y al contrato que llegará a suscribirse será el consagrado en el ordenamiento jurídico colombiano. Se sujetará por lo tanto a las disposiciones del derecho privado, el Estatuto de Contratación y el Manual de Procedimientos de Contratación de la CCB, salvo las excepciones expresamente consagradas en la ley.

1.3 PACTO DE PROBIDAD. Tanto los colaboradores que intervengan en el proceso de selección, como los interesados en participar en la presente convocatoria darán estricto cumplimiento al régimen legal de inhabilidades e incompatibilidades y todas las disposiciones contenidas en el Código de Ética y Buen Gobierno Corporativo de la Cámara de Comercio de Bogotá. Además, se abstendrán de realizar cualquier conducta o acto que afecte la transparencia y probidad del proceso. El proponente acepta que conoce y entiende los términos de la presente invitación, así como las reglas establecidas para la misma y reconoce que las mismas son equitativas y no conllevan al favorecimiento de un proponente en particular. La participación en esta invitación a proponer la harán con estricto cumplimiento de las normas jurídicas y éticas propias de este tipo de procedimientos contractuales, y conforme al principio de la buena fe, transparencia y economía.

1.4 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 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, pero no requerirá su aprobación.

1.5 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 mercantil. La CCB no estará obligada a contratar con ninguno de los proponentes que presenten propuestas en virtud de esta invitación a proponer.

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 o envió esta invitación a proponer o el mecanismo que considere más idóneo a los posibles proponentes.

1.6 INVALIDEZ DE INFORMACIONES PREVIAS A ESTA INVITACIÓN. La información contenida en este documento sustituye totalmente aquella que pudiere haberse suministrado con anterioridad a esta invitación y por ende está deberá ser tenida en cuenta en su integridad para la presentación de la oferta.

1.7 DOCUMENTOS Y PRELACIÓN. Son documentos de la invitación a proponer todos sus anexos 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 la invitación, prevalecerá lo establecido en la invitación.
- b. Siempre prevalecerá la última adenda publicada sobre cualquier otro documento.
- c. La CCB realizará una interpretación integral de la presente invitación en caso de vacío, falta de claridad y/o contradicción de acuerdo a la necesidad de la entidad.

Nota: El índice de esta invitación a proponer es meramente informativo y organizativo de la invitación, por lo tanto, no establece orden para la interpretación de la información contenida en la presente invitación.

1.8 ADENDAS. La CCB podrá modificar o aclarar los términos de la invitación a través de adendas que se publicaran en la página web de la CCB.

1.9 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 en caso de que decida no continuar con la invitación o suspender la misma. Por tal motivo no asumirá reconocimiento alguno por los costos o gastos en los que hubiera podido incurrir los proponentes para la elaboración de sus ofertas, dado que los proponentes conocen y aceptan que la CCB puede no continuar con la invitación o suspender la misma, cuando lo considere conveniente.

1.10 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 oferta. 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 de datos personales que conozca en virtud de la presente invitación y el contrato eventual.
- g. Toda la información sobre los clientes y potenciales clientes de la CCB, incluyendo pero sin limitarse a los datos personales de los mismos.
- h. Toda la información financiera de la CCB.
- i. Toda la documentación y demás información sobre el hardware y el software que utiliza la CCB.
- j. 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.

Cuando para la preparación de las propuestas la CCB suministre información considerada confidencial, el interesado diligenciará previamente el respectivo acuerdo de confidencialidad, el cual adjuntará a su propuesta o en el momento de entregar la información y hará parte integral de la misma.

El incumplimiento de dicho acuerdo dará lugar al inicio de las acciones legales que correspondan para el cobro de los perjuicios que pudieran producirse a la CCB, por la divulgación de información considerada confidencial o por el incumplimiento de dicho acuerdo, según lo establecido en el mismo.

1.11 CAMBIO DE REGULACIÓN. La normatividad aplicable a esta invitación será la que se encuentra vigente a la fecha de publicación de la invitación, incluso si entre la fecha de la invitación y el plazo máximo señalado para recibir las ofertas 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 suscripción.

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

1.13 ESTRUCTURA Y ETAPAS DEL PROCESO: Dentro del proceso se cumplirán las siguientes etapas:

- a. Apertura: Es el acto a través del cual se da a conocer los términos de la invitación a los posibles proponentes.
- b. Etapa de observaciones: desde la fecha de apertura y hasta la fecha establecida en la invitación 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 publicará las respuestas en la página web de la CCB, a las observaciones que sean presentadas en tiempo.
- c. Cierre: momento límite de presentar propuesta.
- d. Evaluación de propuestas: Es la etapa en la que la CCB verifica el cumplimiento de los requisitos habilitantes o mínimos establecidos en la invitación y realiza la etapa de evaluación de los criterios calificables para aquellos proponentes que resultaron habilitados. En esta etapa se otorga el puntaje de cada propuesta y se establece el orden de elegibilidad.
- e. Adjudicación/ Declaratoria desierta. La adjudicación será total. La CCB podrá declarar desierto el proceso con lo cual no adjudicará a ningún proponente.

1.14 VISITA. LA CÁMARA se reserva el derecho de efectuar a los oferentes que cumplan con los requisitos mínimos exigidos por la CÁMARA, una visita para verificar el cumplimiento de todos los requisitos exigidos dentro de la Invitación.

1.15 NEGOCIACIÓN. Si lo considera conveniente, la CCB, podrá realizar una etapa de negociación con el proponente seleccionado o con los proponentes que hayan cumplido los requisitos mínimos exigidos en la presente invitación, 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.

1.16 ANEXOS DE LA INVITACIÓN:

ANEXO 1. Carta de Presentación de la Oferta.

ANEXO 2. Aceptación Especificaciones Técnicas

ANEXO 2A Formato de inhabilidades e incompatibilidades

ANEXO 3. Propuesta Económica

ANEXO 4. Proyecto de contrato

ANEXO 5. Relación de Experiencia del proponente

ANEXO 6. Relación de Experiencia del equipo de trabajo

ANEXO 7. Calificación Plan Estratégico

ANEXO 8. Visita Técnica a las Instalaciones

ANEXO 9. Documento Consorcial

1.17. CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO EVENTUAL.

Las observaciones y/o aclaraciones que tengan los proponentes sobre el contrato eventual que va a suscribirse (**ANEXO 4**) 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 integridad.

Con la carta de presentación de la oferta y la oferta se entiende de manera expresa que el proponente acepta todas las condiciones establecidas en el proyecto de contrato (**ANEXO 4**). 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.

SECCIÓN 2 CONDICIONES GENERALES PARA PRESENTAR LA OFERTA

2.1 VIGENCIA DE LA OFERTA. Todas las ofertas deberán tener una vigencia mínima de 120 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 o del bien y se suscribe contrato con el proponente respectivo, éste quedará obligado a cumplir con TODO lo ofrecido, sin que esto implique un mayor costo en el contrato. 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 OFERTAS CONDICIONADAS. No podrán señalarse condiciones diferentes a las establecidas en esta invitación a proponer. En caso de que la propuesta formule condiciones diferentes a las establecidas, no serán tenidas en cuenta.

2.4. ANEXOS DE LA INVITACIÓN A PROPONER. Los proponentes deberán presentar los anexos establecidos en la invitación a proponer sin modificación y/o aclaración alguna, deberán diligenciarse con la información solicitada y presentarse firmados por el representante legal de la persona jurídica o la persona natural según sea el caso.

2.5. INFORMACIÓN ENTREGADA POR EL PROPONENTE. La CCB queda autorizada expresamente por el proponente para revisar, verificar 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. Los proponentes serán responsables de advertir que alguna de la información presentada en las ofertas contiene información confidencial, privada o que configure secreto industrial, de acuerdo con la ley colombiana, debiendo indicar tal calidad y expresar las normas legales que le sirven de fundamento.

2.6. SUFICIENCIA DE LA INFORMACIÓN ENTREGADA. El proponente declara que ha recibido toda la información necesaria y suficiente para elaborar su oferta 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 oferta.

2.7. ACEPTACIÓN DE CONDICIONES. Todos los proponentes deberán declarar que aceptan sin reservas y sin condicionamientos de ninguna naturaleza todas las condiciones de esta invitación y las del contrato eventual. Esta manifestación se entenderá presentada bajo la gravedad de juramento con la presentación de la propuesta.

2.8. POLÍTICAS DE LA CCB. El proponente con la presentación de su propuesta declara que conoce y dará aplicación a las políticas de seguridad de la información, manejo de datos personales, manual de seguridad industrial, que se encuentra publicado en www.ccb.org.co.

2.9. REVOCACIÓN DE LA OFERTA. Los proponentes podrán retirar sus propuestas cuando lo consideren conveniente antes de la fecha de cierre establecida en la presente invitación o sus adendas. Con posterioridad a la fecha de cierre deberán presentar solicitud escrita de retiro o de no tener en cuenta la propuesta, esta se entenderá como revocación de la propuesta situación que convertirá al proponente en deudor de la CCB de una suma equivalente al 10% del valor de la oferta presentada. La suma adeudada deberá ser cancelada dentro de los 3 días hábiles siguientes a la solicitud de retiro de la propuesta. La carta de revocación de la oferta y la carta de presentación de la oferta se constituirán en el título ejecutivo. Lo mismo sucederá ante la negativa injustificada para suscribir el contrato en caso que le fuera adjudicado, se constituirá en título ejecutivo la carta de presentación de oferta, los cuales deberán ser consignados a la CCB en la cuenta bancaria informada por esta al proponente.

2.10 PROPONENTES QUE NO PODRÁN PRESENTAR OFERTAS. No podrán presentar ofertas quienes se encuentren en cualquiera de las hipótesis señaladas en el 'Código de Ética y Buen Gobierno Corporativo' o en cualquier otra hipótesis legal que determine la configuración de una inhabilidad, incompatibilidad o de un conflicto de interés para contratar con la CCB, se encuentren reportados en listas restrictivas, y los proponentes que hayan suscrito contratos con la CCB y en la reevaluación de proveedores hayan tenido como calificación menos de 60 puntos.

2.11. DOCUMENTOS DE LA OFERTA. Los documentos que serán tenidos en cuenta para la evaluación de las ofertas serán únicamente los que se encuentren en la propuesta original, por ende, no se tendrán en cuenta documentos que sean necesarios para la habilitación y/o evaluación y se encuentren en las copias.

2.12. PRESENTACIÓN DE LA OFERTA: Para presentar oferta no es necesario haber retirado formalmente esta invitación de ninguna dependencia o haber cancelado suma alguna para obtener este documento.

Los proponentes deberán radicar **por separado** la oferta técnica y la oferta económica de la presente invitación, en sobre cerrado, 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 la presente invitación y deberá dirigirse a la Dirección de Contratos. La oferta deberá presentarse en original en sobre cerrado, marcado así:

NOMBRE DEL PROPONENTE

ORIGINAL Y COPIA 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 – 3000000550 – MARÍA TERESA GUTIÉRREZ

La oferta deberá ser presentada en la ventanilla de correspondencia del Edificio Salitre, en la Avenida Eldorado 68D-35 piso 1, costado oriental. Se tendrá como fecha y hora de presentación de la propuesta la que figure en el stiker de radicado.

El proponente debe tener en cuenta que la propuesta es una sola y la hora de radicado del stiker de cada uno de los sobres debe ser máximo en la hora prevista para el cierre.

b. **Por correo electrónico:** Los proponentes deberán enviar de forma **separada** la oferta técnica y la oferta económica de la presente invitación y deberá ser enviada vía correo electrónico a maria.gutierrez@ccb.org.co en formato .pdf con la seguridad necesaria que impida manipulación o alteración del contenido. 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 correo enviado deberá contener la propuesta (técnica y económica) con todos y cada uno de los documentos exigidos en esta carta de invitación, sus anexos y soportes.
- (c) El conjunto de archivos enviados por este medio que comprenden la totalidad de propuesta deberán tener un tamaño total no mayor de 15 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 aquélla 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) Se entenderá que la propuesta fue entregada cuando se hayan recibido todos los archivos requeridos en la presente invitación, entendiéndose que la fecha y hora de recibo corresponderá al recibo del último documento, lo cual será validado en el sistema.
- (f) 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.
- (g) 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 y se entenderán como no presentadas, en este caso para las propuestas radicadas el proponente podrá recogerlas dentro de los tres (3) días siguientes en la oficina de correspondencia de la CCB ubicada en Avenida Eldorado 68D-35 piso 4, Dirección de Contratos. Si no se acercan a recogerlas dentro del término señalado para tal fin se procederá con la destrucción de las mismas.

2.13. IDIOMA: Se entiende que el idioma oficial para presentar oferta y suscribir el negocio jurídico que resultase de la presente invitación es el español, por lo tanto, la oferta y sus anexos, así como los documentos y las comunicaciones entregadas, enviadas o expedidas por los proponentes para efectos del desarrollo de la presente invitación que estén en idioma extranjero, deben ser otorgados en idioma español y deberán presentarse junto con su original otorgado en idioma extranjero.

2.14 LEGALIZACIÓN DE DOCUMENTOS OTORGADOS EN EL EXTERIOR

Si se presentan documentos públicos extranjeros, ellos deberán venir apostillados o legalizados según el caso de conformidad con la Resolución 7144 de 2014 expedida por el Ministerio de Relaciones Exteriores y demás disposiciones que la reglamenten, adicionen o reformen.

Si el documento legalizado o apostillado está en idioma distinto al castellano, deberá presentarse acompañado de una traducción oficial al castellano.

Si se presentan documentos privados extranjeros, se entenderán por privados aquellos que no ostentan el carácter de públicos, deberán aportarse en original junto con la respectiva traducción.

SECCIÓN 3. REQUISITOS MÍNIMOS HABILITANTES

3.1. 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:

3.1.1 CAPACIDAD PARA PRESENTAR OFERTAS

PERSONAS QUE PUEDEN PARTICIPAR. En la presente invitación a proponer pueden participar personas jurídicas, cuyo objeto social esté directamente relacionado con el objeto del contrato a celebrarse, pueden participar consorcios y/o uniones temporales.

Para las personas jurídicas la duración debe ser por lo menos por la vigencia del contrato y un año más.

La CCB consultará en listas restrictivas que los proponentes no se hallen incurso en causal de inhabilidad o incompatibilidad o conflictos de interés para celebrar o ejecutar el contrato que pudiere derivarse de la presente invitación, verificará entre otros el boletín de responsables fiscales de la Contraloría General de la República, antecedentes disciplinarios de la Procuraduría General de la República y Antecedentes Judiciales. Los proponentes que se encuentren incurso en alguna causal de inhabilidad, incompatibilidad o conflicto de intereses para contratar con la CCB, su oferta no será tomada en cuenta.

No podrán presentar ofertas aquellos proponentes que hayan celebrado y ejecutado contratos con la CCB y su calificación en la “*reevaluación de proveedores*” haya sido inferior a 60 puntos. En caso de presentarse algún proponente que tenga esta condición, su oferta se entenderá como no presentada.

La CCB se reserva el derecho de evaluar propuestas de los proponentes, ya sea que participen en forma individual o plural, y/o celebrar contratos con aquellos con quienes LA CÁMARA o sus filiales tenga controversias judiciales, arbitrales o extrajudiciales, y/o reclamaciones formales de cualquier tipo y/o con aquellos que cuenten con multas o sanciones impuestas por entidades de Inspección, Vigilancia y Control a los que estén sujetas, y/o aquellos que se encuentren incurso en procesos de insolvencia empresarial, en consideración a que estas situaciones pueden representar un riesgo en la adecuada ejecución de la prestación del bien, obra o servicio a contratar o un riesgo reputacional para la CCB según sea el caso.

Las personas jurídicas extranjeras deben acreditar su existencia y representación legal con el documento idóneo expedido por la autoridad competente en el país de su domicilio con expedición no superior a tres (3) meses desde la fecha de presentación de la oferta, en el cual conste su existencia, fecha de constitución, objeto, duración, nombre del representante legal, o nombre de la persona que tenga la capacidad de comprometerla jurídicamente, y sus facultades, señalando expresamente que el representante no tiene limitaciones para contraer obligaciones en nombre de la misma, o aportando la autorización o documento correspondiente del órgano directo que lo faculta. En todo caso en el evento de ser adjudicado un contrato a una sociedad extranjera ésta deberá cumplir con lo establecido en el Art. 469 y ss Código de Comercio Colombiano.

Si se presentan documentos públicos extranjeros, ellos deberán venir apostillados o legalizados según el caso de conformidad con la Resolución 7144 de 2014 expedida por el Ministerio de Relaciones Exteriores y demás disposiciones que la reglamenten, adicionen o reformen.

Si el documento legalizado o apostillado está en idioma distinto al castellano, deberá presentarse acompañado de una traducción oficial al castellano.

Si es persona natural extranjera o persona jurídica sin domicilio o sucursal en Colombia, deberá constituir apoderado con domicilio en Colombia y aportar el respectivo poder con las formalidades legales.

Las sociedades extranjeras sin sucursal en Colombia, como requisito mínimo para presentar la propuesta, deben contar con un apoderado debidamente constituido y la obligación de constituir la sucursal será en caso de ser aceptada su oferta y está sujeta a los requisitos del Código de Comercio de Colombia, en este sentido la obligación de conformar una sucursal está sujeta a dos condiciones: a) Ser adjudicatario del contrato y b) Que la actividad a ejecutar en dicho contrato sea de las consideradas como actividades permanentes en los términos de los artículos 469 y ss del Código de Comercio de Colombia.

Dado lo anterior, para la suscripción del contrato no es requisito constituir una sucursal. Sin embargo, si el contratista se encuentra incurso en las dos condiciones antes citadas, estará en la obligación de constituir la respectiva sucursal con posterioridad a la suscripción del contrato.

Cuando los proponentes presenten sus propuestas a través de apoderado se deberán anexar con la propuesta 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.

3.1.2 Existencia y representación legal de entidades sin ánimo de lucro: 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.

3.1.3. Matricula Mercantil: 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, únicamente cuando el registro mercantil corresponda a una jurisdicción distinta de la Cámara de Comercio de Bogotá.

3.1.4. Carta de Presentación de la Oferta: Carta de presentación de la oferta (ANEXO 1), diligenciada y suscrita por el representante legal de la persona jurídica o su apoderado, en la que deberá constar inequívocamente la aceptación del Código de Ética y Buen Gobierno de la CCB, la aceptación de todas las condiciones de la invitación y de las cláusulas generales del contrato eventual que se señalan en el (ANEXO 4). Esta carta de presentación de la oferta constituirá el título ejecutivo en los casos señalados en los numerales 2.9 de la presente invitación.

3.1.5. RUT: Fotocopia del certificado actualizado del RUT del proponente.

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.

3.1.6. Cédula de Ciudadanía: Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal del proponente.

3.1.7 Documento de constitución de Consorcios, Uniones Temporales u otros proponentes plurales: Documento de constitución de consorcios y uniones temporales o de constitución de cualquiera de las otras formas de proponente plural establecido en la presente invitación. Documento donde consta el respectivo acuerdo, el cual debe contener como mínimo: nombres, identificación de las partes, domicilio, duración, representante y objeto.

Se podrán presentar ofertas bajo las modalidades de consorcio o unión temporal de máximo dos miembros, para lo cual se deberá allegar el documento donde conste el respectivo acuerdo.

Los deberes y las obligaciones que en esta invitación se señalan para los proponentes y para los eventuales contratistas serán asumidos solidariamente por los miembros del consorcio o unión temporal o los integrantes de cualquiera de las otras formas de proponente plural establecidas en la presente invitación, al igual que la indemnización de los perjuicios y las multas que puedan derivarse del incumplimiento de tales obligaciones. A la CCB le será inoponible todo pacto en virtud del cual se limite la responsabilidad de cada uno de los miembros y/o integrantes.

Las personas que integren un consorcio o una unión temporal o cualquiera de las otras formas de proponente plural establecidas en la presente invitación serán solidariamente responsables del cumplimiento de todas las obligaciones del contrato, así como frente a los derechos y sanciones derivadas del mismo.

Salvo que en el documento de constitución se haya nombrado expresamente un representante del consorcio o de la unión temporal o de las otras formas de proponente plural que se hayan establecido en la presente invitación, la oferta deberá ser suscrita por todos los miembros del consorcio o de la unión temporal o integrantes de las demás formas de participación plural de proponentes. La misma regla se aplicará para la suscripción del contrato eventual.

Se prohíbe la cesión en la participación del consorcio o unión temporal o de las demás formas de participación plural de proponentes establecidas en la invitación, de cualquiera de sus miembros o integrantes, salvo autorización expresa y por escrito de la CCB.

Es inaplicable a esta invitación a proponer y al contrato eventual, dada la naturaleza jurídica de la CCB, aquella que puede dar origen la regulación de los consorcios y las uniones temporales contenida en la Ley 80 de 1993 “Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública”.

NOTA: 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. Así mismo, la oferta que no cumpla con la totalidad de las condiciones financieras exigidas no será considerada.

3.1.8 Póliza de seriedad de la oferta: Por el hecho de presentar oferta y de vencerse el plazo del cierre sin que la misma haya sido retirada, se entenderá que la propuesta es irrevocable y que el proponente mantiene vigentes todas las condiciones originales de su oferta 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 deberá 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:** CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
- **Tomador: Proponente.** Cuando la propuesta sea presentada por un consorcio o unión temporal o cualquier otra forma de pluralidad de proponentes establecidas en la presente invitación, 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. INCLUIR EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN.
- **Valor Asegurado:** En cuantía equivalente al diez (10%) por ciento del valor de la oferta económica.
- **Vigencia de la Garantía:** Por el término de ciento veinte (120) días, contados a partir del CIERRE de la presente invitación. En todo caso, la garantía de seriedad de la oferta deberá estar vigente hasta el perfeccionamiento y legalización del contrato resultante de la presente invitación.

La garantía de seriedad de la oferta podrá ser:

- **Garantía Bancaria.** en cuyo caso deberá tener la siguiente leyenda. “La presente garantía será pagada por el garante dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha del documento que declare el incumplimiento del PROPONENTE”. Cuando la propuesta sea presentada por un consorcio o unión temporal, la garantía debe ser otorgada por todos los integrantes.
- **Póliza.** La póliza deberá adjuntarse con la caratula y clausulado, 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 una entidad financiera o aseguradora, vigiladas por la Superintendencia Financiera.
- **Fiducia Mercantil en Garantía.** Con la finalidad de servir de garantía como mecanismo de cobertura aceptable por la CCB para cubrir los riesgos derivados de la seriedad del ofrecimiento o del cumplimiento de las obligaciones surgidas del contrato o de su liquidación. Los bienes o derechos que sean entregados en fiducia mercantil en garantía deberán ofrecer a la CCB un respaldo idóneo y suficiente para el pago de las obligaciones garantizadas. La sociedad fiduciaria, en desarrollo del contrato de fiducia en garantía, deberá expedir el respectivo certificado de garantía o el documento que haga sus veces, en el que conste: 1. El nombre de la entidad beneficiaria de la garantía (CCB). 2. La duración del contrato de fiducia. 3. El valor de la garantía. 4. La vigencia de la garantía, la cual deberá adecuarse a lo previsto en la invitación, para cada una de las coberturas. 5. El valor de los bienes y derechos fideicomitidos que conste en el último de los estados financieros actualizados del fideicomiso y una descripción detallada de los mismos. 6. El procedimiento a surtir en caso de hacerse exigible la garantía, el cual no podrá imponer a la CCB condiciones más gravosas a las contenidas en la invitación. 7. Los riesgos garantizados. 8. La prelación que tiene la CCB para el pago. 9. Los mecanismos por los cuales la fiduciaria contará con los recursos para hacer efectiva la garantía, los cuales no podrán afectar la suficiencia de esta. Parágrafo. La fiduciaria no podrá proponer la excepción de contrato no cumplido frente a la CCB.

Constitución y aprobación de la Fiducia Mercantil. Para la aprobación de la garantía por parte de la CCB, los oferentes o contratistas deberán acreditar la constitución de la garantía a través de la copia del respectivo contrato y entregar el certificado de garantía expedido

por la sociedad fiduciaria. El contrato de fiducia mercantil debe contener al menos los siguientes requisitos sin los cuales no podrá ser aceptado como garantía por parte de la CCB: 1. Las partes del contrato fiduciario. i) el constituyente - que puede ser el oferente o contratista o una persona jurídica autorizada por sus estatutos para garantizar obligaciones de terceros - y (ii) la fiduciaria. 2. Beneficiario. En el contrato de fiducia se debe estipular que el beneficiario es la CCB ante la cual el constituyente va a presentar una oferta o tiene celebrado el contrato. 3. Conservación de los bienes. En el contrato de fiducia se debe estipular que es obligación del fiduciario realizar todos los actos necesarios para la conservación de los bienes fideicomitidos o adoptar las medidas necesarias para que quien los tenga garantice dicha conservación. 4. Idoneidad de la garantía. El contrato deberá contener la obligación del fiduciario de efectuar periódicamente valoraciones y avalúos sobre los bienes que constituyen el patrimonio autónomo a precios de mercado o técnica y suficientemente atendiendo el valor de realización de los mismos, con el objeto de velar por la idoneidad de la garantía. Adicionalmente, deberá incluirse la obligación para el fiduciario de avisar a la CCB, dentro de los tres (3) días siguientes a la fecha en que conoció que los bienes no resultan suficientes para el pago de las obligaciones garantizadas por disminución de su precio en términos de valor de mercado, con el fin de que se proceda a su reposición o ampliación, según el caso. 5. Reposición y ampliación de la garantía. En el contrato de fiducia debe quedar pactada la obligación a cargo del oferente o contratista de reemplazar o aumentar dentro de los treinta (30) días calendario siguientes al requerimiento del fiduciario los bienes cuyo valor se disminuya por aplicación de las normas de valoración a precios de mercado, o de entregar otros adicionales de las especies y características indicadas. 6. Procedimiento en caso de incumplimiento. Sin perjuicio de lo previsto en la invitación, y sin que pueda hacerse más gravosa la actuación de la CCB. En todo caso, cuando exista incumplimiento se pondrá en conocimiento de la sociedad fiduciaria el documento que declara el incumplimiento y ésta adelantará los trámites del caso para hacer efectiva la garantía. A la fiduciaria no le será admisible discutir la responsabilidad del contratista.

- **Garantía bancaria a primer requerimiento.** Pueden ser utilizadas como mecanismo de cobertura aceptable por la CCB para cubrir los riesgos derivados de la seriedad del ofrecimiento o del cumplimiento de las obligaciones surgidas del contrato y de su liquidación. A través de una garantía bancaria, una institución financiera nacional o extranjera, asume el compromiso firme, irrevocable, autónomo, independiente e incondicional de pagar directamente a la CCB, a primer requerimiento, hasta el monto garantizado, una suma de dinero equivalente al valor del perjuicio sufrido por la CCB como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones asumidas por el proponente o contratista, ante la presentación del documento que así lo declara. La garantía deberá constar en documento privado en el cual el establecimiento de crédito asuma en forma expresa, autónoma e irrevocable en favor de la CCB el compromiso de honrar las obligaciones a cargo del solicitante, en caso de incumplimiento por parte de éste. La garantía deberá ser efectiva a primer requerimiento cuando el acto administrativo en firme que declara el incumplimiento de las obligaciones contractuales o cualquiera de los eventos constitutivos de incumplimiento de la seriedad de los ofrecimientos hechos, se ponga en conocimiento del establecimiento de crédito. El contratista u oferente deberá acreditar la constitución de la garantía, mediante la entrega del documento contentivo de la misma, suscrito por el representante legal del establecimiento de crédito o por su apoderado y en ella deberá constar: (i) el nombre de la CCB como beneficiaria de la garantía; (ii) los riesgos garantizados; (iii) la forma de hacer exigible la garantía, en la cual no se podrá imponer a la CCB condiciones más gravosas a las contenidas en LA INVITACIÓN; (iv) el valor de la garantía y, (v) la vigencia de la garantía la cual deberá adecuarse a lo previsto en la

invitación, para cada una de las coberturas. Serán admisibles, las siguientes garantías bancarias a primer requerimiento: El contrato de garantía bancaria, La carta de crédito stand by.

- **Depósito de dinero en garantía.** Será admisible como garantía el depósito de dinero en garantía de conformidad con lo previsto en el artículo 1173 del Código de Comercio. Esta garantía será constituida ante una institución financiera vigilada por la Superintendencia Financiera y deberá otorgarse a favor de la CCB, por el monto exigido por esta última, respetando como mínimo los límites establecidos en la invitación.

3.2 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 con corte al 31 de diciembre de 2017 bajo normas NIIF.

Para las sociedades extranjeras sin sucursal en Colombia o en caso de sociedades extranjeras con sucursal en Colombia que presenten propuesta a nombre de la Casa Matriz, se tendrá en cuenta la última fecha de corte financiero que según su normatividad aplique, la cual debe ser señalada.

La capacidad financiera exigida es la siguiente:

Índice	Mínimo requerido	Puntos
Capital de trabajo	$\geq \$ 125.550.000$	20
Razón corriente	1,2	20
Endeudamiento	$\leq 70\%$	20
Patrimonio	$\geq \$ 502.200.000$	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.

NOTA 1: En el caso de consorcios o uniones temporales o cualquier otra modalidad de formas de proponente plural las condiciones financieras solicitadas se evaluarán de la siguiente manera:

1. Se calculan los indicadores para cada uno los integrantes/miembros.
2. Se ponderan por su porcentaje de participación en la asociación/consorcio/unión temporal o forma de proponente plural.
3. Se suman los valores ponderados de cada indicador para determinar los valores obtenidos por el consorcio o unión temporal o la modalidad de formas de proponente plural.

En todo caso de conformidad al porcentaje de participación, el consorcio o la unión temporal o la modalidad de forma de proponente plural debe cumplir con los índices financieros indicados en el presente numeral.

NOTA 2: La CCB podrá verificar la coherencia de la información financiera de los proponentes que se encuentren matriculados o inscritos en el registro mercantil de la CCB.

Nota 3: 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. Así mismo la oferta que no cumpla con la totalidad de las condiciones financieras exigidas no será considerada.

3.3. 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 oferta para evaluación.

3.2.1. ACEPTACIÓN DEL ANEXO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS: El proponente deberá allegar en su propuesta el **(ANEXO 2)** 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 éste en caso de que llegue a adjudicársele el contrato respectivo.

Las condiciones enunciadas en el **(ANEXO 2)** son las mínimas necesarias para satisfacer los requerimientos de la CCB. Por tal motivo las mismas no podrán ser modificadas o condicionadas. 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.

- a) **AGENCIA BTL:** 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, el cual debe ser especializado 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 incluye:
- 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 sin generar un costo adicional.
 - 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 o menor 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.

Nota 1. LA AGENCIA es el responsable de garantizar el perfecto funcionamiento de la Agencia de BTL en todas las labores solicitadas por LA CÁMARA.

Nota 2. El proponente deberá presentar junto con su propuesta las credenciales y hoja de vida de la Agencia BTL.

b) CENTRAL DE MEDIOS: 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 de competencia del mercado en la(s) categoría(s) similar(es) de los productos y servicios de la CÁMARA según necesidad. 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 procesos y herramientas que permiten medir y realizar seguimiento a las estrategias de comunicación.
- Diseño de estrategias, tácticas y compra de pauta en medios para cada una de las campañas, piezas creativas o estrategias de comunicación.
- Debe negociar, comprar, ordenar y chequear la emisión de la pauta, revisión y pago de las facturas emitidas por cada uno de los medios, debe contar con tecnología que soporte estos procesos.
- 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 pagado.
- Elaboración y presentación de Flow de medios y presupuestos con su respectivo análisis de efectividad, incluyendo el monitoreo del presupuesto global asignado por la CCB; este trabajo se debe realizar en conjunto con la agencia de publicidad (creativa) y 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.

Nota 1. El proponente deberá presentar junto con su propuesta las credenciales y hoja de vida de la Central de Medios Asociada.

Nota 2. LA AGENCIA es el responsable de garantizar el perfecto funcionamiento de la Agencia de medios en todas las labores solicitadas por LA CÁMARA.

2. ORGANIGRAMA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD: La agencia deberá presentar un organigrama que contenga las áreas principales que soportarán y apoyarán el desarrollo estratégico – planeación y estrategia – creativa – producción interna y externa – medios – digital y cada una de las áreas soporte, para el efectivo desarrollo de campañas y actividades estratégicas de marca y producto.

3. CREDENCIALES DE LA AGENCIA: El proponente debe presentar el documento correspondiente.

4. EQUIPO DE TRABAJO: El proponente debe ofrecer un equipo de trabajo conformado como se describe a continuación, para lo cual deberá presentar las Hojas de Vida y certificaciones de experiencia y formación del personal que dispondrá para la CCB, quienes serán responsables de las actividades descritas para cada rol:

Personal Requerido	Perfil	Funciones Principales
Ejecutivo Senior – Uno (1)	<ol style="list-style-type: none"> Profesional en mercadeo, publicidad, y/o comunicación, carreras administrativas o afines según SNIES. 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 requeridas por el cliente. Supervisar el trabajo en conjunto con la Central de medios y agencia BTL
Copy uno (1)	<ol style="list-style-type: none"> Profesional en cualquier área del conocimiento Experiencia mínima de 3 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 tres (3)	<ol style="list-style-type: none"> Profesionales en diseño gráfico, y/o publicidad, mercadeo, y/o arquitectura, y/o comunicación o afines según SNIES. Experiencia mínima de 3 años en 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.

<p>Planner de medios uno (1)</p>	<p>1. Profesional en Marketing, mercadeo, y/o Comunicación, y/o Publicidad afines según SNIES</p> <p>2. Experiencia mínima de 3 años en agencia o central de medios como planner de medios en medios ATL y digitales. (El Planner de medios será parte de la agencia de medios)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es responsable del desarrollo estratégico, planeación e implementación de los planes desarrollados. • Hacer el control de los presupuestos aprobados, seguimiento de la pauta y un acompañamiento integral al cliente para asegurar que la estrategia se cumple. • 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 de ordenación y publicación
----------------------------------	---	---

Nota 1: La agencia deberá presentar un organigrama (Planta de personal) que contenga las áreas principales que soportarán y apoyarán 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.

Nota 2: Para verificar la experiencia del equipo de trabajo, el proponente deberá anexar los siguientes documentos:

- Copia del acta de grado o diploma / tarjeta profesional. (cuando aplique)
- Hoja de vida.
- Certificaciones de experiencia expedidas por parte de las empresas contratantes, donde se indique claramente las actividades desempeñadas y el tiempo de servicio. Las certificaciones deben ser expedidas por la persona o entidad contratante, en papel membretado o con sello de la empresa y/o entidad contratante y deberán contener como mínimo la siguiente información:
 - a. Expedida por la persona o entidad contratante y firmada por persona competente.
 - b. Nombre de la persona o entidad contratante.
 - c. Vigencia del contrato: fecha de inicio y de finalización (día-mes año).
 - d. Objeto y/o funciones del contrato.
 - e. Datos del contacto: nombre, cargo, teléfono y celular de la persona de contacto.
 - f. Si el proponente es el mismo que certifica a algún integrante del equipo de trabajo presentado, deberá anexar el respectivo contrato de trabajo y la planilla de pagos de seguridad social.

Nota 3: No se aceptan traslajos (experiencia paralela) para el personal del equipo de trabajo solicitado.

Nota 4: El proponente debe diligenciar el (ANEXO 6), relacionando la información de la experiencia con la que acreditará este requisito.

Nota 5: Los recursos presentados en la propuesta técnica deberán permanecer durante la vigencia de la contratación. Cualquier modificación al equipo de trabajo durante la ejecución del contrato deberá ser autorizada por escrito por la CCB, el personal que se proponga en reemplazo debe cumplir con los requisitos mínimos solicitados, para el perfil que corresponda.

Nota 6: La Agencia de publicidad deberá anexar a su propuesta una carta firmada por el Representante Legal, en la que manifieste que, en caso de resultar seleccionada, se compromete a:

- a. Mantener la cantidad de personal presentado en la propuesta mientras dure el contrato.
- b. 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 por lo menos 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, experiencia igual o superior y tiempos acordados, que no afecten al resto del equipo de LA AGENCIA.
- c. En caso de que el oferente presente bonificados debe señalarlos en la presente carta.

Nota 7: El personal solicitado para la ejecución del contrato en caso de ser reemplazado por el Contratista, tendrá un término máximo de 5 días hábiles y deberá cumplir con los requisitos establecidos, para lo cual solicitará al supervisor del contrato el cambio respectivo, enviando los documentos soportes del profesional que permitan validar el cumplimiento de los requisitos solicitados.

5. EXPERIENCIA DEL PROPONENTE.

El proponente deberá acreditar experiencia en la prestación de servicios de Agencia de Publicidad en entidades públicas y/o privadas, mediante la presentación de mínimo tres (03) y máximo cinco (05) certificaciones de contratos terminados y/o en ejecución desde el año 2014 hasta la fecha de cierre de la presente invitación, de la siguiente manera:

Por lo menos una (1) de las certificaciones aportadas deberá contener el componente de agencia de publicidad con el concepto de cobro de FEE o comisión de agencia por valor igual o superior a CUATROCIENTOS MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$400.000.000) ANTES DE IVA.

Las certificaciones restantes deben contener el valor de inversión publicitaria y el valor pagado por concepto de FEE o comisión de agencia adquirido por dicha inversión. En este caso, el valor sumado por concepto de FEE o comisión de agencia no debe ser inferior a OCHOCIENTOS MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$800.000.000) ANTES DE IVA.

Nota 1. Para las certificaciones de los contratos en ejecución el monto ejecutado a la fecha de presentación de la propuesta por concepto de cobro de FEE o comisión de agencia, debe ser igual o superior a CUATROCIENTOS MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$400.000.000), por cada uno.

Para los contratos ejecutados podrá acreditarse con la certificación o copia del contrato con la respectiva acta de liquidación, los cuales deben cumplir los siguientes requisitos:

- 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.
- Valor ejecutado a la fecha:
- Porcentaje de ejecución.

- Porcentaje de participación en caso de consorcios o uniones temporales.
- Datos del contacto: nombre, cargo, teléfono y celular de la persona de contacto.

El proponente debe diligenciar el anexo No. 5 “experiencia mínima del proponente”, relacionando la información de las experiencias con la que acreditará este requisito.

NOTA 1: La certificación puede ser reemplazada por la copia del contrato, siempre y cuando también se 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 será tenida en cuenta dentro del presente proceso de selección, en este caso el proponente no tendrá que allegar la certificación de los contratos, pero en todo caso para que sea válido deberá manifestarlo.

NOTA 4: Si la certificación viene liquidada en dólares (U\$) o en otra moneda extranjera, 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 podrá verificar la información correspondiente. Esta conversión deberá ser firmada por el respectivo revisor fiscal o contador público.

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

Nota 6: No se admitirán autocertificaciones.

6. 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. (ii) En caso de requerir el reemplazo de algún integrante del equipo, se solicitará previamente autorización a la CCB.

7. PROPUESTA ECONÓMICA

La propuesta económica de los proponentes (**ANEXO 3**) por concepto de Fee mensual no podrá ser superior a la suma de CUARENTA Y UN MILLONES OCHOCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS MONEDA CORRIENTE (\$41.850.000) 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). Si el contrato es de tracto sucesivo, indicarán cuál es el valor de cada una de las prestaciones periódicas, siempre que ellas sean homogéneas, o indicarán el modo de determinar el valor total de cada una de las prestaciones, si ellas no son homogéneas. La expresión de la remuneración se hará en pesos colombianos, salvo que la CCB solicite que se exprese en moneda extranjera.

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

El (ANEXO 3) deberá ser presentado sin tachones o enmendaduras, no podrá ser modificado, y deberá contener la totalidad de la información solicitada.

La CCB podrá en caso de error realizar las correcciones aritméticas de la propuesta económica a que haya lugar. El proponente está obligado a cumplir el valor ofertado en la propuesta económica luego de realizadas las correcciones.

Los valores deben presentarse en pesos colombianos, sin decimales, en caso de decimales se deberá aproximar al entero más cercano. Si la oferta no se encuentra aproximada la CCB queda facultada para realizar esta aproximación y el proponente acepta los valores finales que resulten de la oferta luego de las aproximaciones.

En caso de presentarse la propuesta económica en una moneda diferente a la indicada anteriormente, la CCB de acuerdo con las condiciones del contrato analizará la viabilidad de su aceptación y en caso de considerarse factible, para la asignación del puntaje por precio se tendrá en cuenta la conversión a pesos colombianos tomando como base la tasa representativa del mercado indicada por el Banco de la República para la fecha de cierre de la invitación.

El riesgo cambiario lo asumirá el contratista, por lo que no aceptaran reajustes por este concepto en el valor del contrato.

8. 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.

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

Nota: Los criterios a evaluar en la visita a las instalaciones, se encuentra detallado en el en el anexo 8.

SECCIÓN 5. EVALUACIÓN: 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.

5.1. 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 las 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 (lugar y hora), la CCB podrá descartar su propuesta y no tenerla en cuenta para ser evaluada.

5.2. PRIMERA FASE, DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS: VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS MÍNIMOS HABILITANTES ESTABLECIDOS EN LA INVITACIÓN En la primera fase de la evaluación la CCB verificará que la oferta cumpla con todas las exigencias mínimas y/o requisitos habilitantes contenidas en esta invitación a proponer.

5.1. PRIMERA FASE DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS: VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS MÍNIMOS ESTABLECIDOS EN LA INVITACIÓN A PROPONER.

En la primera fase de la evaluación la CCB verificará que la oferta cumpla con todas las exigencias mínimas contenidas en esta invitación a proponer.

5.1.1. Visita técnica a las instalaciones.

(Únicamente se realizará visita a los proponentes que cumplan con todos los requisitos señalados para la primera fase- cumplimiento de requisitos mínimos). 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 8).

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

5.2. SEGUNDA FASE DE 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.

En este Brief los proponentes tienen que presentar un Plan Estratégico y de medios 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
- Propuesta de medios

Criterio	Descripción
Propuesta Estratégica	<p>Obtendrá 65 puntos el proponente cuyo Marco conceptual, plan estratégico, propuesta creativa y propuesta de medios presentada obtenga mayor puntaje en la fase II a.</p> <p>Los demás obtendrán puntaje de manera proporcional.</p> <p>Los criterios que se tendrán en cuenta para calificar el Marco conceptual, plan estratégico, propuesta creativa, propuesta de medios y presentación, son los que se describen en el (ANEXO 7).</p>

Las condiciones que acaban de enunciarse en la primera y segunda fase 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.

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.

5.2.1. 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:

criterio	Descripción	Puntaje
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
Propuesta Estratégica	Corresponde al Marco conceptual, plan estratégico, propuesta creativa y propuesta de medios 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 conceptual, plan estratégico, propuesta creativa y propuesta de medios presentada obtenga mayor puntaje en la fase II a. Los demás obtendrán puntaje de manera proporcional.	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: 5 puntos • Bonificación del 12% del total de la inversión: 2 puntos (la capacidad de obtener bonificados debe ser sustentada en sus casos de éxito) <p>Nota 1: En caso de que el proponente ofrezca un porcentaje inferior de bonificación al señalado anteriormente, entre 8% y 11%, se asignará 1 punto. Si el porcentaje es inferior al 8% tendrá 0 puntos, en el concepto de bonificados que incluyen porcentaje.</p> <p>Nota 2: Los bonificados deben presentarse en la propuesta junto con todos los documentos requeridos para la fase I de la presente invitación, a través de un oficio suscrito por el representante legal del oferente, de conformidad con lo señalado en el numeral 3.4.8 de la Invitación.</p>	7
Director de Cuenta	El oferente que asigne un director de cuenta sin costo adicional, se le asignarán 5 puntos. El proponente que no ofrezca director no obtendrá puntaje por este concepto. <p>Profesional en mercadeo, publicidad, comunicación, carreras administrativas o afines</p> <p>Experiencia mínima de (6) años en dirección de cuentas nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios.</p> <p>Nota. Debe cumplir con lo descrito en la Nota 2 del numeral 3.4.8. Equipo de trabajo mínimo de esta invitación.</p>	5

Afiliación al Círculo de Afiliados de la CCB	Corresponde a la condición de pertenecer al Círculo de Afiliados de la CCB al momento de presentar la propuesta.	3
TOTAL		100

Nota: Criterios de calificación para consorcios o uniones temporales o cualquier modalidad de forma de proponente plural correspondientes a la calidad de afiliado será aplicado de acuerdo al puntaje establecido en la presente invitación si alguno de los integrantes/miembros del consorcio/ unión temporal o cualquier modalidad de forma de proponente plural acredita tal condición (no es necesario que la acrediten todos).

5.5 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 CCB podrá convocar a los proponentes empatados a una etapa de negociación de la oferta, en tal caso la CCB les 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.

6. ADJUDICACIÓN.

ADJUDICACIÓN TOTAL: La adjudicación de la presente invitación a proponer se hará de manera total al proponente que resulte seleccionado.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

[Fin de la invitación.]

ANEXO 1
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA OFERTA

Ciudad y Fecha

Señores

Dirección de Contratación

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTA –CCB-

Av. Eldorado No. 68D-35 Piso 4.

Bogotá D.C.

Asunto: Invitación Pública a proponer No. 3000000550 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

Estimados señores:

En mi calidad de **representante legal de XXXXXX o apoderado**, me permito presentar oferta y los documentos necesarios para participar en la invitación a proponer del asunto de acuerdo con las condiciones establecidas en la Invitación Pública.

Declaro así mismo que:

1. Estoy autorizado legalmente para firmar y presentar la oferta y la documentación anexa.
2. La oferta y el contrato que llegase a suscribirse sólo compromete a la sociedad o entidad que suscribe el presente documento.
3. Conozco, he revisado y acepto, sin condicionante alguno, todos los términos y condiciones de la invitación pública a proponer, proyecto de contrato y anexos. **La sociedad o entidad** que represento y/o la persona natural que firma el presente documento, renuncia de manera expresa a cualquier reclamación que tenga como fundamento la suspensión o terminación anticipada de la invitación a proponer o que se derive del desconocimiento o la errónea interpretación de los documentos originales de la misma y sus anexos, ya que existió oportunidad suficiente para formular preguntas y solicitar aclaraciones sobre los mismos.
4. Declaro que **SI** conozco, acepto y cumplo con todos los requisitos técnicos señalados en el **ANEXO 2 – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**.

5. Manifiesto de manera libre, inequívoca, específica y expresa, mi autorización para el tratamiento de datos de carácter personal que estén contenidos en la presente oferta y en sus anexos. Así mismo, que como representante legal **de la sociedad o entidad**, responsable y encargado del tratamiento de datos de carácter personal de la información contenida en la presente propuesta, cuento con las autorizaciones correspondientes de los titulares de datos personales que aparecen en la presente oferta y sus anexos para ser cedidos. Lo anterior en cumplimiento a los deberes y obligaciones establecidos por la Ley 1581 de 2012, por lo tanto, ante cualquier incumplimiento de dichos deberes y obligaciones responderé de manera directa y exclusiva.
6. Realizaré los trámites necesarios para el perfeccionamiento y ejecución del contrato en el plazo señalado en la invitación pública a proponer.
7. La presente oferta consta de () folios debidamente numerados.
8. El término o fecha de validez de la oferta que presento es de 120 días.
9. Presento la oferta/propuesta económica (**ANEXO 3**) en sobre cerrado, separado de la oferta técnica.
10. La dirección comercial de la **sociedad o entidad** que represento y/o persona natural, donde se pueden remitir o enviar por correo notificaciones relacionadas con esta invitación, es la siguiente:

11.

Nombre del Proponente	
Nit./CC No.	
Nombre del representante legal	
Dirección	
Ciudad	
Teléfono	
Teléfono celular	
Fax	
Persona Contacto	
E-mail	

12. Me obligo a favor de la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ a informar todo cambio de residencia o domicilio que ocurra durante la ejecución del contrato que se suscriba como consecuencia de esta invitación pública a proponer hasta su liquidación final.
13. Declaro bajo la gravedad de juramento que los socios (personas naturales y jurídicas y socios de estas), los miembros de la junta directiva u órgano colegiado de administración (si existe)

tanto principales como suplentes y los representantes legales tanto principales como suplentes, de la entidad/empresa/sociedad que represento, no tienen en curso ningún proceso disciplinario, penal y/o fiscal, y que no han sido sancionados disciplinariamente, penalmente y fiscalmente en ningún momento.

14. Para efectos legales hago constar que la información suministrada y certificada es totalmente cierta, y autorizo a la CCB a que verifique, si lo considera pertinente, dicha información con cualquier entidad. Acepto, que en caso que la información entregada en la presente oferta no corresponda a la verdad y/o realidad, que como representante legal de la **sociedad o entidad** puede y será descalificada del proceso de invitación a proponer y de las sanciones legales a que haya lugar, sin observación ni reclamación alguna.
15. Declaro bajo la gravedad de juramento, que se entiende prestado con la suscripción del presente documento, que no me encuentro incurso en causal alguna de inhabilidad, incompatibilidad legal o conflicto de interés para contratar con la CCB. Y acepto que he revisado el documento denominado Código de Ética y Buen Gobierno Corporativo de la CCB, que se encuentra publicado en la página web www.ccb.org.co.
16. DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO, que he efectuado el pago y estoy al día por concepto de aportes y el de mis empleados (En caso de tener empleados a cargo) a los sistemas de salud, pensiones, riesgos profesionales, cajas de compensación familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

(NOTA 1: EN CASO QUE EL PROPONENTE NO ESTE OBLIGADO A EFECTUAR EL PAGO DE APORTES PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL (salud y pensiones) DEBERÁ INDICARLO EN LOS SIGUIENTES TÉRMINOS: Manifiesto bajo la gravedad de juramento que no tengo obligaciones con el sistema general de seguridad social en pensiones, salud y aportes parafiscales)

(NOTA 2: CUANDO SI EXISTA OBLIGACIÓN DE COTIZAR AL SISTEMA DE SALUD Y PENSIONES PERO NO DE PARAFISCALES SE DEBERÁ MANIFESTAR EN LOS SIGUIENTES TÉRMINOS: Manifiesto bajo la gravedad de juramento que me encuentro a paz y salvo en relación CON MIS APORTES AL SISTEMA GENERAL DE SALUD Y PENSIONES)

17. Declaro que no me encuentro reportado en el Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo – SARLAFT. En consecuencia, con la presentación de la propuesta se entenderá otorgada la autorización para realizar esta verificación.

Nombre del Representante Legal/ Apoderado
C.C. No. expedida en

Firma del representante legal/ Apoderado

ANEXO 2
ACEPTACION ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
INVITACIÓN PRIVADA 300000550

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 que defina, diseñe, ejecute y supervise la estrategia publicitaria 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 2019 y 2020. 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.

2. ALCANCE DEL OBJETO:

Invitación pública para contratar una Agencia de Publicidad que realice 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:

- a. Dar cumplimiento al organigrama de áreas principales presentado a LA CÁMARA, las cuales soportarán y apoyarán el desarrollo estratégico – planeación – creativo – producción interna y externa – medios – Internet, de conformidad con el soporte presentado por LA CÁMARA, para el desarrollo efectivo de campañas y actividades estratégicas de marca y producto.
- b. Tener conocimiento del grupo y de los grupos objetivos a los cuales se dirigen los productos y servicios de LA CÁMARA (mediante investigaciones y análisis de estudios formales a los cuales tenga acceso por sí misma, con su respectivo análisis y conclusión). Para este efecto, LA AGENCIA 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.
- c. 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 LA CÁMARA, como también de las estrategias de comunicación integrales (360 grados).

- d. Entregar a LA CÁMARA los conceptos desarrollados de las estrategias, campañas y piezas creativas a nivel de bocetos 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 LA CÁMARA o que se encuentren disponibles en el mercado.
- e. Verificar previamente la redacción, ortografía y estilo de los textos utilizados de acuerdo con el lineamiento de LA CÁMARA y sus grupos objetivos.
- f. Realizar la supervisión y dirección durante el proceso de preproducción, producción y postproducción externa de todas piezas creativas que requiera LA CÁMARA, hasta su entrega final.
- g. 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 LA CÁMARA de eventuales reclamaciones por derechos de autor o por aspectos relacionados con propiedad industrial.
- h. Para la contratación de bienes y servicios que se requieran con el fin de ejecutar el objeto del presente contrato, LA AGENCIA siempre debe contar con mínimo 3 cotizaciones de diferentes proveedores, las cuales deben ser presentadas a LA CÁMARA para su respectiva aprobación, cumpliendo los siguientes requisitos:
 - I. LA AGENCIA 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. LA AGENCIA debe presentar el análisis de las cotizaciones y efectuar las recomendaciones sobre las mejores condiciones para la contratación, con el fin de que LA CÁMARA pueda seleccionar al proveedor que cumpla con todos los requisitos necesarios para la contratación, de acuerdo con las mejores condiciones ofertadas. LA AGENCIA debe garantizar la idoneidad y experiencia de cada uno de los proveedores, para lo cual LA CÁMARA 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 LA AGENCIA y aprobados por LA CÁMARA para cada campaña y en ningún caso el valor total de las contrataciones con terceros podrá exceder el valor autorizado por LA CÁMARA.
 - IV. Si existe un cambio de proveedor para un servicio ya aprobado por la CCB ésta debe ser notificada por escrito.
 - V. Solo en los casos que la CCB requiera gestionar servicios directamente, no se requerirán 3 cotizaciones.
- i. 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.
- j. Revisar y evaluar periódicamente a los proveedores para garantizar la rotación de los mismos 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.
- k. Contar con una unidad especializada en el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación en medios virtuales que incluya entre otros:
 - I. Asesoría en estrategia, diseño y desarrollo de comunicaciones a través y para Internet, o medios alternativos y nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets que sean efectivos para la labor de difusión de LA CÁMARA.

- II. Diseño de las campañas en Internet y medios virtuales requeridos para implementar las estrategias de comunicación.
 - III. Coordinación de la producción de las campañas en Internet y medios virtuales.
 - IV. Supervisión en el diseño y la producción de las piezas a las que haya lugar para las campañas en Internet y medios virtuales.
 - V. Entrega de informes periódicos de los resultados de las campañas publicitarias
 - VI. Elaboración de la totalidad de la producción por cuenta de LA AGENCIA para pauta en el medio internet.
-
- I. Realizar una reunión semanal (reunión de tráfico), en el momento que lo requiera LA CÁMARA, para hacer una revisión general de todos los trabajos en curso, con la presencia de LA AGENCIA, la central de medios y el supervisor o su delegado.
 - m. Generar reportes y/o acta de las reuniones, dentro de las 24 horas siguientes a su celebración, como también un status report, en donde se reflejen los acuerdos efectuados por las partes, los cuales siempre deben constar por escrito.
 - n. Asistir a las reuniones a las que sea citado por LA CÁMARA.
 - o. Los tiempos de entrega de los materiales diseñados por LA AGENCIA deben ser previamente acordados y cumplidos a entera satisfacción de LA CÁMARA. Si existe un ajuste en los tiempos de entrega, LA CÁMARA debe ser notificada por escrito con anterioridad.
 - p. Desarrollar las actividades descritas en los literales anteriores reforzando el medio de internet o medios alternativos y desarrollando nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets que sean efectivos para la labor de difusión de LA CÁMARA.
 - q. Investigar, conceptualizar y desarrollar estrategias de comunicación integrales, aplicadas a los diferentes medios de comunicación para lograr un efectivo posicionamiento de LA CÁMARA en el mercado, así como, de sus programas, proyectos, productos y servicios.
 - r. Realizar dentro de los términos y tiempos establecidos por LA CÁMARA, planes de desarrollo creativo, producción de radio, televisión y material impreso.
 - s. Asumir el costo de las artes finales de las piezas gráficas requeridas en la ejecución del presente contrato.
 - t. 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 LA CÁMARA.
 - u. Efectuar el desarrollo creativo de las piezas de mercadeo directo y promocional.
 - v. 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 LA CÁMARA.
 - w. Diseñar los indicadores, sistemas o mecanismos adecuados para que LA CÁMARA 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.
 - x. Prestar servicios de desarrollo creativo para los productos y servicios que LA CÁMARA requiera a través de su agencia BTL, además de diseñar y elaborar los materiales necesarios para la participación exitosa en eventos, actividades promocionales y activaciones.
 - y. Trasladar a LA CÁMARA los descuentos o beneficios otorgados por los terceros a LA AGENCIA en desarrollo de las actividades propias con LA CÁMARA.
 - z. 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.
 - aa. Realizar la planeación y ordenación de los medios de LA CÁMARA, 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.
 - bb. Diseñar estrategias, tácticas y compra de medios para cada campaña aprobada por LA CÁMARA, 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 CÁMARA para las campañas.

- cc.** 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.
- dd.** 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 el Anexo No. 1, 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, LA AGENCIA debe asegurar que existirá alguien encargado de realizarlas con la misma dedicación y tiempos acordados, que no afecten al resto del equipo de LA AGENCIA.
- ee.** En caso de que alguno de los profesionales del equipo de trabajo presentados deba ser reemplazado por LA AGENCIA, esta tendrá un término máximo de 5 días hábiles para reemplazarlo, enviando los documentos soportes 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.
- ff.** Expedir mensualmente a LA CÁMARA 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.
- gg.** Presentar a LA CÁMARA en medio físico y magnético los informes que ésta le solicite en cualquier momento sobre requerimientos específicos o sobre las actividades desarrolladas para el cumplimiento del eventual contrato.
- hh.** Presentar los reportes e informes dentro de los plazos que LA CÁMARA le indique para cada requerimiento, campaña o evento.
- ii.** Presentar un informe trimestral de los servicios prestados a LA CÁMARA que resuma e incluya todos los diseños creativos, campañas, comerciales y solicitudes de LA CÁMARA. Además, un informe trimestral acumulativo de la Central de medios con todas las campañas que incluya: % de alcance/impacto sobre el Target propuesto para cada campaña, frente al alcance inicial propuesto y la suma del total del alcance y resultados (impresiones, CTR, COSTOS) de todas las campañas pautadas en medios, así como conclusiones, recomendaciones y sugerencias.
- jj.** Presentar un informe mensual de los pagos realizados por la Agencia, la Central de Medios y los hechos directamente a los proveedores.
- kk.** Presentar un informe anual de los servicios prestados a LA CÁMARA que incluya la consolidación de los informes trimestrales, así como las recomendaciones y sugerencias con el fin de mejorar la comunicación externa de LA CÁMARA, basada en los alcances e impactos de cada campaña.
- ll.** Aclarar, corregir o complementar los informes o reportes presentados en los casos en que LA CÁMARA así lo solicite, sin que esto genere para LA CÁMARA costos adicionales al valor del contrato.
- mm.** Presentar a LA CÁMARA, 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 LA AGENCIA, o los documentos de licencia de uso de derechos de propiedad industrial, en caso de requerirse.
- nn.** Verificar y responder legalmente por que los desarrollos creativos, conceptos, logos, sean únicos en el mercado y respondan a las necesidades específicas de LA CÁMARA.
- ññ.** Abstenerse de utilizar la información entregada por LA CÁMARA para cualquier fin distinto a las actividades propuestas por ésta.
- oo.** Responder ante LA CÁMARA y ante terceros por la divulgación indebida o el manejo inadecuado de la información entregada por LA CÁMARA para el desarrollo de las actividades del eventual contrato.
- pp.** Atender las recomendaciones y sugerencias de LA CÁMARA para la ejecución de las actividades.
- qq.** 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 LA CÁMARA.

- rr.** 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 LA CÁMARA, 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.
- ss.** Contar con la infraestructura física, tecnológica y logística requerida para garantizar la satisfacción de las obligaciones con LA CÁMARA.
- tt.** Responder ante LA CÁMARA por todas las fallas, errores, negligencias, anomalías o inconsistencias que se presenten en el desarrollo del contrato por su acción u omisión.
- uu.** Informar inmediatamente a LA CÁMARA cualquier situación o acontecimiento que impida o retarde el normal cumplimiento de las obligaciones contraídas por LA AGENCIA o que afecte los intereses o derechos de LA CÁMARA en el asunto a su cargo.
- vv.** Efectuar un acompañamiento permanente a LA CÁMARA, en sus instalaciones, 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 LA CÁMARA.
- ww.** Efectuar acompañamiento estratégico permanente, por parte del representante legal de LA AGENCIA o una persona de nivel directivo, quien se reunirá mínimo 4 veces al año con la Presidente Ejecutiva o con la Gerente de Asuntos Corporativos de LA CÁMARA 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.
- xx.** 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.
- yy.** Indemnizar a LA CÁMARA 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.
- zz.** Realizar el pre-testeo de las campañas propuestas y aprobadas por LA CÁMARA, 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.
- aaa.** Realizar estudios de mercado para las diferentes campañas publicitarias multimedios cuando LA CÁMARA lo solicite o LA AGENCIA lo estime necesario.
- bbb.** Responder y tramitar los asuntos que le sean solicitados por LA CÁMARA, en los tiempos acordados, ante situaciones excepcionales que ameriten los servicios especializados de LA AGENCIA y sus asociados.
- ccc.** Trabajar con la agencia de comunicaciones y la agencia de gestión de redes sociales, la planeación táctica de las campañas que considere LA CÁMARA.
- ddd.** Una vez LA CÁMARA realice los pagos a LA AGENCIA correspondientes a gastos reembolsables gestionados por la Central de Medios, LA AGENCIA deberá efectuar los pagos a la Central de Medios en un plazo máximo hasta de 10 días hábiles después de que LA CÁMARA los efectúe.
- eee.** LA AGENCIA dentro de los 5 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 la Central de Medios.
- fff.** Todas las demás que sin necesidad de mención expresa sean parte del objeto contractual 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.
- Las demás que se deriven de la naturaleza del presente contrato.

5. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

La agencia de publicidad deberá ofrecer sus servicios acorde 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 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 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, deben 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 Central de Medios debe enviar los chequeos de pauta y los reales cumplidos acumulados al final de cada mes 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 de medios, 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.

5.1. Alcance de los servicios que prestará la Agencia de Publicidad que sea contratada para la CCB:

- a. Conocimiento de los grupos objetivos a los cuales se dirigen los productos y servicios de la CCB (mediante investigaciones y análisis de estudios formales a los cuales tenga acceso por sí misma, con su respectivo análisis y conclusión). Deben certificar los estudios que compran y a los cuales tienen acceso para análisis de consumidor e inteligencia de mercados con los cuales deben soportar cada una de las campañas presentadas. Estudios de mercados para las diferentes campañas publicitarias cuando la CCB lo solicite.
- b. El diseño y desarrollo estratégico y creativo para la comunicación de cada producto y/o servicio, la conceptualización para el desarrollo de las campañas y/o piezas publicitarias, como también de las estrategias de comunicación integrales (360 grados). La presentación de los conceptos desarrollados, de las estrategias y de las piezas creativas a nivel de bocetos acorde con los medios requeridos (televisión, radio, revistas, prensa, vallas, publicidad exterior, medios virtuales, medios no tradicionales, correo directo, material POP, y los demás que existan y que estén por existir). Verificación previa de los textos en cuanto a la redacción, ortografía y el estilo utilizado de acuerdo con el lineamiento de la CCB y sus grupos objetivo. La supervisión y dirección durante el proceso de preproducción externa de todas las piezas creativas que serán difundidas a través de los diferentes medios de comunicación y de producción gráfica que requiera la entidad.
- c. La contratación y supervisión de ejecución de locuciones, modelos y personajes, garantizando la adecuada cadena de transferencias de los derechos de uso, explotación y modificación, con el fin de mantener indemne a la CCB de eventuales reclamaciones por derechos de autor o por aspectos relacionados con propiedad industrial.
- d. La búsqueda de proveedores, 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, infomerciales, mensajes en medios virtuales, avisos en medios impresos, materiales impresos, elementos promocionales, stands, vallas o cualquier tipo de publicidad exterior, pendones, fotografías, etc.
- e. La Agencia deberá realizar la revisión y evaluación periódica de 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 mejores alternativas del mercado en cuanto a precios y proveedores.
- f. Dado al índice creciente de penetración de internet en Colombia, la CCB ha fortalecido sus estrategias de virtualización de servicios: por lo que se hace indispensable los servicios de una unidad especializada en el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación en medios virtuales que incluya entre otros:
- Asesoría en estrategia, diseño y desarrollo de comunicaciones a través y para medios digitales.
 - Diseñar las campañas digitales requeridas para implementar las estrategias de comunicación.
 - Coordinación de la producción de las campañas en medios digitales.
 - Supervisar, el diseño y la producción de las piezas a las que haya lugar para las campañas en Internet y medios virtuales.
 - Entrega de informes periódicos de los resultados de las campañas publicitarias.

- Para el desarrollo de las anteriores actividades el contratista debe contar directamente con una unidad especializada en comunicación en medios digitales, o proponer medios alternativos y nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets y que sean efectivos para la labor de difusión de la CCB.

4.1. 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 2017 realizó un promedio de 1020 órdenes de producción y por lo menos 25 desarrollos conceptuales (algunos de estos para publicaciones multimedios). 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, las alianzas y/o la participación en eventos 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.

4.1.1. 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 CÁMARA 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, 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 CÁMARA o subcontratos, grabaciones, filmaciones, preproducciones, 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, VTR y trámites de aprobación ante las entidades estatales.
10. El costo de los espacios en medios de comunicación ordenados por LA CÁMARA.
11. Los demás costos y gastos que sean previamente aprobados por LA CÁMARA que puedan considerarse como reembolsables.
12. Gastos por concepto de patrocinios.

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.

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

6. PÓLIZAS

- a. **CUMPLIMIENTO:** Una póliza que garantice el cumplimiento del presente Contrato, por un valor asegurado igual al (20%) del valor del contrato, con vigencia igual a la del presente Contrato y cuatro (4) meses más, contados a partir de la fecha de suscripción del contrato.
- b. **CALIDAD DEL SERVICIO:** Una póliza que garantice el cumplimiento del presente Contrato, por un valor asegurado igual al (30%) del valor del contrato, con vigencia igual a la del presente Contrato y cuatro (4) meses más, contados a partir de la fecha de suscripción del contrato.

- c. **SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES:** Una póliza que garantice el pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones del personal empleado por EL CONTRATISTA para la ejecución del presente Contrato, por un valor asegurado igual al (20%) del valor total del contrato con una vigencia igual a la del presente contrato y tres (3) años más, contados a partir de la fecha de suscripción del contrato.
- d. **RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL:** Una póliza de amparo por concepto de responsabilidad civil extracontractual, por un valor asegurado igual al veinte por ciento (30%) del valor del contrato, con vigencia igual a la del presente Contrato y tres (3) años más, contados a partir de la fecha de suscripción del contrato.

7. **PLAZO:** Doce (12) meses contados a partir del cumplimiento de los requisitos de ejecución.

- El plazo podrá ser prorrogado por el término que estime conveniente LA CÁMARA, previo análisis del servicio prestado por parte del contratista, durante el tiempo de ejecución inicialmente pactado

Aspectos a 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 NO

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL

C.C.

Firma del Representante Legal

**ANEXO 2-A - DECLARACIÓN DE NO EXISTENCIA DE INHABILIDADES,
INCOMPATIBILIDADES Y/O CONFLICTO DE INTERESES PARA CONTRATAR CON LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.**

Bogotá D.C., a los ____ días del mes de _____ de 2019

Nombre: _____

C.C. No. _____

Representante Legal de: _____

Nit: _____

Obrando en nombre propio y de la persona jurídica que represento (*si aplica*), declaro bajo la gravedad del juramento, que se entiende prestado con la firma del presente documento, que no nos hallamos incurso en ninguna de las causales de inhabilidad, incompatibilidad o conflicto de intereses de orden constitucional, legal y/o reglamentario, para contratar con la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, de conformidad con la normatividad vigente e independientemente del origen de los recursos involucrados. En caso de configurarse algún impedimento de inhabilidad, incompatibilidad o conflicto de intereses sobreviniente, cumpliré de manera inmediata con el deber de revelarlo a LA CÁMARA.

Certifico que conozco el documento denominado Código de Ética y Buen Gobierno Corporativo de LA CÁMARA, que se encuentra publicado en la página web www.ccb.org.co.

Frente a la anterior declaración, en particular informo mi relación de parentesco con personas que ostentan los cargos relacionados a continuación:

Parentesco \ Cargo	Miembro honorario Junta Directiva CCB.	Representante Legal de miembro Junta Directiva CCB.	Funcionario CCB del nivel directivo, ejecutivo o asesor.
Cónyuge			
Compañero(a) permanente			
Padre/Madre			
Padrastro/Madrastra			
Suegro(a)			
Parentesco \ Cargo	Miembro honorario Junta Directiva CCB.	Representante Legal de miembro Junta Directiva CCB.	Funcionario CCB del nivel directivo, ejecutivo o asesor.
Hijo(a)			
Hijastro(a)			
Abuelo(a)			
Hermano(a)			
Nieto(a)			
Abuelo(a) del cónyuge			
Hermano(a) del cónyuge			
Cónyuges de los hermanos(as)			
Padre/Madre adoptante			
Hijo(a) adoptivo.			

C.C. No.

ANEXO 03
PROPUESTA ECONÓMICA

Ciudad y Fecha

Señores

Dirección de Contratación

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – CCB

Av. Eldorado No. 68D-35 Piso 4.

Bogotá D.C.

Asunto: Invitación a proponer No. 3000000550 - 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.

El proponente debe cotizar en el siguiente cuadro todos los aspectos que componen el objeto contractual de la invitación e incluir todos los costos directos/indirectos en que se incurra, desagregando: valor neto y valor del IVA.

Descripción	Cant. Meses	Periodicidad	Valor unitario antes de IVA (\$)	Valor unitario con IVA (\$)
Valor mensual por concepto de FEE	12	Mensual		

Tiempo de validez de la propuesta: Ciento veinte (120) días.

Nota 1: El valor de la propuesta deberá ser por la totalidad del servicio, según la propuesta presentada por el proponente. El valor deberá ser antes de IVA.

Nota 2: Los valores anotados en la propuesta económica deberán presentarse en pesos colombianos, sin decimales y sin incluir el IVA. Si uno de los valores unitarios ofrecidos contiene decimales este debe aproximarse al número entero más cercano.

Nota 3: En el momento de la evaluación de la propuesta económica la CCB revisará y determinará si existen errores aritméticos. En caso de presentarse alguna inconsistencia el proponente acepta que la CCB proceda a su corrección y que para efectos de la adjudicación se tenga en cuenta el valor corregido.

Nota 4: El valor presentado por el proponente en su oferta económica deberá incluir todos los costos directos e indirectos y serán valores fijos durante todo el plazo de ejecución del contrato. No habrá lugar a reajustes del valor presentado.

Nota 5: El proponente con la presentación de LA PROPUESTA se entiende que realizó todos los cálculos, operaciones, análisis y equivalentes necesarios que determinaron que el valor de los servicios a prestar, durante todo el plazo de ejecución, corresponden a las sumas determinadas en LA PROPUESTA y establecidas en el presente documento.

Nota 6: En caso de contradicción entre el valor “antes de IVA” y el de “IVA incluido”, se tomará el valor “antes de IVA”.

Nota 7: Para la presentación de la oferta económica debe tener en cuenta lo solicitado en la SECCIÓN 4 PROPUESTA ECONÓMICA, de la presente invitación a proponer.

Atentamente,

Nombre y firma del Representante Legal

C.C. No. Expedida en

ANEXO 4

PROYECTO DE CONTRATO

CONTRATO No.	XXXXXXXXXXXX
CONTRATANTE:	CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ , Entidad sin ánimo de lucro, creada mediante Decreto 062 del 11 de febrero de 1981, que se rige por lo establecido en el Decreto 410 de 1971 y demás disposiciones que lo reglamenten, adicionen o reformen (en adelante LA CÁMARA).
NIT.	860.007.322-9
REPRESENTANTE DE LA CÁMARA:	XXXXXXXXXXXX
CONTRATISTA:	XXXXXXXXXXXX
NIT.	XXXXXXXXXXXX
REPRESENTANTE LEGAL:	XXXXXXXXXXXX
DATOS DE CONSTITUCIÓN:	XXXXXXXXXXXX
DOMICILIO:	XXXXXXXXXXXX
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.
<p>A. CONSIDERACIONES GENERALES: 1) LA CÁMARA es una institución de servicios de carácter privado que representa al sector empresarial y a la comunidad en su conjunto y cumple funciones que le fueron delegadas por el Estado. 2) De conformidad con lo dispuesto por el artículo 2.2.2.38.1.4, Sección 1, Capítulo 38 del Decreto 1074 de 2015 “<i>Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo</i>”, LA CAMARA tiene entre sus funciones y facultades las siguientes: a) Prestar servicios remunerados de información de valor agregado que incorpore datos de otras fuentes. b) Mantener disponibles programas y servicios especiales para sus afiliados. c) Promover programas, actividades y obras a favor de los sectores productivos de la región en que le corresponde actuar, así como la promoción de la cultura, la educación, la recreación y el turismo y participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial, avance tecnológico, cubrimiento de necesidades o desarrollo para la región. d) Celebrar convenios entre ellas, asociarse o contratar con cualquier persona natural o jurídica para el cumplimiento de sus funciones. 3) LA CÁMARA, para la promoción de los programas, proyectos, productos y servicios que ofrece en cumplimiento de las funciones que le fueron delegadas por el Estado, requiere los servicios de una persona experta en asesoría y gestión publicitaria, que se encuentre en condiciones de realizar los conceptos creativos, estrategias de comunicación, análisis de competencia, el diseño, y la producción de piezas y campañas publicitarias, y adicionalmente pueda asumir la ordenación y contratación de medios y proveedores, atendiendo a los principios de economía, tiempos y ofreciendo las mejores condiciones del mercado para LA CÁMARA, que permita divulgar, posicionar y promocional los productos y servicios de la entidad. 4) LA AGENCIA es una firma comercial independiente que en</p>	

ejercicio de su objeto social presta habitualmente servicios de publicidad y mercadeo con medios masivos de comunicación y actúa con plena autonomía técnica, financiera, directiva y administrativa para la prestación de sus servicios. **5)** Las actividades objeto de este contrato serán prestadas por LA AGENCIA de manera independiente, es decir, sin que exista subordinación, utilizando sus propios medios y bajo su exclusivo riesgo. **6)** El proceso de contratación para la selección de LA AGENCIA que ejecutará el presente contrato fue recomendado por el Comité Asesor de Contratación del día 12 de diciembre de 2018, mediante acta No. xxxxx **B. ESTIPULACIONES CONTRACTUALES: CLAUSULAS: 1) OBJETO DEL CONTRATO:** 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. **2) ANEXOS:** Forman parte integral del presente contrato como anexos y vinculan jurídicamente a las partes, los siguientes documentos: a) La propuesta presentada XXXXXXXXX junto con sus aclaraciones, en adelante, LA PROPUESTA. b) Los anexos de la Invitación c) Las adendas realizadas dentro de la Invitación. En caso de contradicción entre lo consignado en el contrato y cualquiera de los anexos, se preferirá lo estipulado en el contrato. **3) ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:** XXXXX (LAS ESTABLECIDAS EN EL ANEXO TECNICO DE LA INVITACION). **4) MANDATO SIN REPRESENTACIÓN:** LA CÁMARA le otorga mediante el presente documento a LA AGENCIA, un mandato sin representación, según lo establecido en el artículo 1262 del Código de Comercio y demás normas relacionadas, para que lleve a cabo y gestione todas las actividades requeridas y relacionadas con el objeto del presente contrato. **5) OBLIGACIONES DE LA AGENCIA:** **a)** Dar cumplimiento al organigrama de áreas principales presentado a LA CÁMARA, las cuales soportarán y apoyarán el desarrollo estratégico – planeación – creativo – producción interna y externa – medios – Internet, de conformidad con el soporte presentado por LA CÁMARA, para el desarrollo efectivo de campañas y actividades estratégicas de marca y producto. **b)** Tener conocimiento del grupo y de los grupos objetivos a los cuales se dirigen los productos y servicios de LA CÁMARA (mediante investigaciones y análisis de estudios formales a los cuales tenga acceso por sí misma, con su respectivo análisis y conclusión). Para este efecto, LA AGENCIA deberá certificar los estudios que adquiere y a los cuales tiene acceso para análisis de consumidor e inteligencia de mercados con los cuales deben soportar cada una de las campañas presentadas. **c)** 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 LA CÁMARA, como también de las estrategias de comunicación integrales (360 grados). **d)** Entregar a LA CÁMARA los conceptos desarrollados de las estrategias, campañas y piezas creativas a nivel de bocetos 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 LA CÁMARA o que se encuentren disponibles en el mercado. **e)** Verificar previamente la redacción y estilo de los textos utilizados de acuerdo con el lineamiento de LA CÁMARA y sus grupos objetivos. **f)** Realizar la supervisión y dirección durante el proceso de preproducción externa de todas piezas creativas que serán difundidas a través los diferentes medios de comunicación y de producción gráfica que requiera LA CÁMARA. Estas piezas deben estar orientadas al posicionamiento y penetración de LA CÁMARA en el mercado local, nacional e internacional. **g)** 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 LA CÁMARA de eventuales reclamaciones por derechos de autor o por aspectos relacionados con propiedad industrial. **h)** Para la contratación de bienes y servicios que se requieran con el fin de ejecutar el objeto del presente contrato, LA AGENCIA siempre debe contar con mínimo 3 cotizaciones de diferentes proveedores, las cuales deben ser presentadas a LA CÁMARA para su respectiva aprobación, cumpliendo los siguientes requisitos: **I.** LA AGENCIA 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.** LA AGENCIA debe presentar el análisis de las cotizaciones y efectuar las recomendaciones sobre las mejores condiciones para la contratación, con el fin de que LA CÁMARA pueda seleccionar al proveedor que cumpla con todos los requisitos necesarios para la contratación, de acuerdo con las mejores condiciones ofertadas. LA AGENCIA debe garantizar la idoneidad y experiencia de cada uno de los proveedores, para lo cual LA CÁMARA le podrá requerir en cualquier momento la presentación de los soportes que acrediten la idoneidad y experiencia de los mismos. **III.** La contratación de proveedores, medios y otros terceros deberá ajustarse a los presupuestos previamente presentados por LA AGENCIA y aprobados por LA CÁMARA para cada campaña y en ningún caso el valor total de las contrataciones con terceros podrá exceder el valor autorizado por LA CÁMARA. **i)** 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, infomerciales, mensajes en medios virtuales, avisos en medios impresos, materiales impresos, elementos promocionales, stands, vallas o cualquier tipo de publicidad exterior, pendones, fotografías, etc. **j)** Revisar y evaluar periódicamente a los proveedores para garantizar la rotación de los mismos 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. **k)** Contar con una unidad especializada en el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación en medios virtuales que incluya entre otros: I. Asesoría en estrategia, diseño y desarrollo de comunicaciones a través y para Internet, o medios alternativos y nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets que sean efectivos para la labor de difusión de LA CÁMARA. II. Diseño de las campañas en Internet y medios virtuales requeridos para implementar las estrategias de comunicación. III. Coordinación de la producción de las campañas en Internet y medios virtuales. IV. Supervisión en el diseño y la producción de las piezas a las que haya lugar para las campañas en Internet y medios virtuales. V. Entrega de informes periódicos de los resultados de las campañas publicitarias. VI. Elaboración de la totalidad de la producción por cuenta de LA AGENCIA para pauta en el medio internet. **l)** Realizar una reunión semanal (reunión de tráfico), en el momento que lo requiera LA CÁMARA, para hacer una revisión general de todos los trabajos en curso, con la presencia de LA AGENCIA, la central de medios y el supervisor o su delegado. **m)** Generar reportes y/o acta de las reuniones, dentro de las 24 horas siguientes a su celebración, como también un status report, en donde se reflejen los acuerdos efectuados por las partes, los cuales siempre deben constar por escrito. **n)** Asistir a las reuniones a las que sea citado por LA CÁMARA. **ñ)** Los tiempos de entrega de los materiales diseñados por LA AGENCIA deben ser previamente acordados y cumplidos a entera satisfacción de LA CÁMARA. **o)** Desarrollar las actividades descritas en los literales anteriores reforzando el medio de internet o medios alternativos y desarrollando nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets que sean efectivos para la labor de difusión de LA CÁMARA. **p)** Investigar, conceptualizar y desarrollar estrategias de comunicación integrales, aplicadas a los diferentes medios de comunicación para lograr un efectivo posicionamiento de LA CÁMARA en el mercado, así como, de sus programas, proyectos, productos y servicios. **q)** Realizar dentro de los términos y tiempos establecidos por LA CÁMARA, planes de desarrollo creativo, producción de radio, televisión y material impreso. **r)** Asumir el costo de las artes finales de las piezas gráficas requeridas en la ejecución del presente contrato. **s)** 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 LA CÁMARA. **t)** Efectuar el desarrollo creativo a nivel de bocetos de las piezas de mercadeo directo y promocional. **u)** 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 LA CÁMARA. **v)** Diseñar los indicadores, sistemas o mecanismos adecuados para que LA CÁMARA 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. **w)** Prestar servicios de desarrollo creativo para los productos y servicios que LA CÁMARA requiera a través de su agencia BTL, además de diseñar y elaborar los materiales necesarios para la participación exitosa en eventos, actividades promocionales y activaciones. **x)** Dirigir y supervisar el proceso de preproducción y producción de las piezas creativas de cada campaña aprobada por LA CÁMARA, hasta su entrega final, en temas tales como: pautas, cuñas de radio, infomerciales, elementos promocionales, comerciales de televisión, stands, producción de vallas, pendones, fotografías, material impreso, y los demás que se definan de acuerdo con las campañas diseñadas por LA AGENCIA y aprobadas por LA CÁMARA. **y)** Trasladar a LA CÁMARA los descuentos o beneficios otorgados por los terceros a LA AGENCIA en desarrollo de las actividades propias con LA CÁMARA. **z)** 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. **aa)** Realizar la planeación y ordenación de los medios de LA CÁMARA, 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. **bb)** Diseñar estrategias, tácticas y compra de medios para cada campaña aprobada por LA CÁMARA previa aprobación de la misma, según el presupuesto asignado para el efecto. **cc)** Realizar directamente el envío de artes y materiales a los diferentes medios contratados en desarrollo del presente contrato, cumpliendo los tiempos asignados por los medios. **dd)** 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 el Anexo No. 1, 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, LA AGENCIA debe asegurar que existirá alguien encargado de realizarlas con la misma dedicación y tiempos acordados, que no afecten al resto del equipo de LA AGENCIA. **ee)** En caso de que alguno de los profesionales del equipo de trabajo presentados deba ser reemplazado por LA AGENCIA, esta tendrá un término máximo de 5 días hábiles para reemplazarlo, enviando los documentos soportes 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. **ff)** Expedir mensualmente a LA CÁMARA 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. **gg)** Presentar a LA CÁMARA en medio físico y magnético los informes que ésta le solicite en cualquier momento sobre requerimientos específicos o sobre las actividades desarrolladas para el cumplimiento del eventual contrato. **hh)** Presentar los reportes e informes dentro de los plazos que LA CÁMARA le indique para cada requerimiento, campaña o evento. **ii)** Presentar un informe trimestral de los servicios prestados a LA CÁMARA que resuma e incluya todos los diseños creativos, campañas, comerciales y solicitudes de LA CÁMARA. Además por parte de la Central de Medios el porcentaje de alcance/impacto sobre el Target propuesto para cada campaña de publicidad y la suma del total del alcance de todas las campañas pautadas en medios para ese trimestre. **jj)** Presentar al finalizar cada mes, un informe que consolide la facturación y los pagos efectuados dentro del mismo. **kk)** Presentar un informe anual de los servicios prestados a LA CÁMARA que incluya la consolidación de los informes trimestrales, así como las recomendaciones y sugerencias con el fin de mejorar la comunicación externa de LA CÁMARA, basada en los alcances e impactos de cada campaña. **ll)** Aclarar, corregir o complementar los informes o reportes presentados en los casos en que LA CÁMARA así lo solicite, sin que esto genere para LA CÁMARA costos adicionales al valor del contrato. **mm)** Presentar a LA CÁMARA, en caso que ésta lo solicite, los documentos de cesión de los derechos patrimoniales de autor suscritos por sus empleados, dependientes o contratistas de LA AGENCIA, o los documentos de licencia de uso de derechos de propiedad industrial, en caso de requerirse. **nn)** Verificar y responder legalmente por que los

desarrollos creativos, conceptos, logos, sean únicos en el mercado y respondan a las necesidades específicas de LA CÁMARA. **ññ)** Abstenerse de utilizar la información entregada por LA CÁMARA para cualquier fin distinto a las actividades propuestas por ésta. **oo)** Responder ante LA CÁMARA y ante terceros por la divulgación indebida o el manejo inadecuado de la información entregada por LA CÁMARA para el desarrollo de las actividades del eventual contrato. **pp)** Atender las recomendaciones y sugerencias de LA CÁMARA para la ejecución de las actividades. **qq)** 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 LA CÁMARA. **rr)** 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 LA CÁMARA, 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. **ss)** Contar con la infraestructura física, tecnológica y logística requerida para garantizar la satisfacción de las obligaciones con LA CÁMARA. **tt)** Responder ante LA CÁMARA por todas las fallas, errores, negligencias, anomalías o inconsistencias que se presenten en el desarrollo del contrato por su acción u omisión. **uu)** Informar inmediatamente a LA CÁMARA cualquier situación o acontecimiento que impida o retarde el normal cumplimiento de las obligaciones contraídas por LA AGENCIA o que afecte los intereses o derechos de LA CÁMARA en el asunto a su cargo. **vv)** Efectuar un acompañamiento permanente a LA CÁMARA, en sus instalaciones, 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 LA CÁMARA. **ww)** Efectuar acompañamiento estratégico permanente, por parte del representante legal de LA AGENCIA o una persona de nivel directivo, quien se reunirá mínimo 4 veces al año con la Presidente Ejecutiva o con la Gerente de Comunicaciones de LA CÁMARA 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. **xx)** 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. **yy)** Indemnizar a LA CÁMARA 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. **zz)** Realizar el pre-testeo de las campañas propuestas y aprobadas por LA CAMARA, 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 la misma en los diferentes públicos objetivos. **aaa)** Realizar estudios de mercado para las diferentes campañas publicitarias multimedios cuando LA CÁMARA lo solicite o LA AGENCIA lo estime necesario. **bbb)** Responder y tramitar los asuntos que le sean solicitados por LA CÁMARA, en los tiempos acordados, ante situaciones excepcionales que ameriten los servicios especializados de LA AGENCIA y sus asociados. **ccc)** Todas las demás que sin necesidad de mención expresa sean parte del objeto contractual en atención a su naturaleza y las que se deriven de la buena fe contractual. **6) OBLIGACIONES DE LA CÁMARA:** **a)** Pagar el valor del contrato de conformidad con lo establecido en el presente documento. **b)** Designar al funcionario que hará las veces de contacto técnico y funcional para la coordinación de las actividades objeto de este contrato. **c)** Suministrar la información que requiera LA AGENCIA para el adecuado y oportuno desarrollo del contrato. **d)** Las demás que se deriven de la naturaleza del presente contrato. **7) VALOR DEL CONTRATO:** xxxxxxxxxxxxxx Ma el IVA a que haya lugar. **PARÁGRAFO PRIMERO: GASTOS REEMBOLSABLES.** Adicionalmente, LA CÁMARA pagará a LA AGENCIA, a título de gastos reembolsables, los gastos y costos en que esta última incurra para la ejecución del presente contrato y que hayan sido previa y expresamente autorizados por LA CÁMARA. Para estos efectos, LA AGENCIA deberá presentar a consideración de LA CÁMARA antes de la

ejecución de cada gasto, el presupuesto y el plan de compras y contratación de medios o de terceros requeridos para cada campaña o evento. En todo caso, en la ejecución del presente contrato LA AGENCIA deberá tener en cuenta y no deberá exceder en ningún caso el monto máximo autorizado por la Junta Directiva de LA CÁMARA 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, 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, 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 CÁMARA o subcontratos, grabaciones, filmaciones, preproducciones, estudios de mercado, producción de comerciales de televisión, radio, audiovisuales, impresos, entre otros. 9. El costo de codificaciones ante los canales públicos y privados, VTR y trámites de aprobación ante las entidades estatales. 10. El costo de los espacios en medios de comunicación ordenados por LA CÁMARA. 11. Los demás costos y gastos que sean previamente aprobados por LA CÁMARA que puedan considerarse como reembolsables. Todo lo anterior, considerado como gasto reembolsable, deberá ser previamente acordado y aprobado expresamente por LA CÁMARA. LA AGENCIA tendrá que presentar a consideración de LA CÁMARA las cotizaciones y presupuesto correspondientes, de acuerdo con lo exigido por el manual de contratación de LA CÁMARA, según el tipo y la cuantía de contrato, en lo relacionado con el número de cotizaciones o propuestas y criterios de evaluación. En todo caso, LA CÁMARA 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. Toda la remuneración de LA AGENCIA, así como los costos en los que incurra que no están expresamente exceptuados en el presente ítem, se entienden que están comprendidos dentro de la remuneración de que trata el primer párrafo de la presente cláusula. También se considerará como un gasto reembolsable el evento en el cual LA CÁMARA, en los estudios de competencia, consumo y uso de medios, según perfiles y demás herramientas disponibles en el mercado, ordene la compra de medios de cada una de las piezas creativas, campañas o estrategias de comunicación, así como la compra, ordenación y chequeo de la emisión de la pauta.

PARAGRAFO SEGUNDO: CONCEPTOS COMPRENDIDOS EN EL VALOR DEL CONTRATO: El valor total del contrato incluye todos los gastos, costos e impuestos directos e indirectos necesarios para la oportuna y satisfactoria ejecución de los servicios objeto del contrato por parte de LA AGENCIA.

PARÁGRAFO TERCERO. NATURALEZA DE LOS RECURSOS: En razón del objeto específico determinado en este contrato, se entiende que los pagos que sean o llegaren a ser debidos por LA CÁMARA en virtud del mismo serán atendidos con recursos de origen privado. Teniendo en cuenta que las prestaciones del contrato serán pagadas totalmente con dineros de origen privado, LA AGENCIA tendrá en cuenta que mediante la ejecución de sus compromisos colabora eficientemente en el logro de las funciones de interés general que corresponde adelantar a LA CÁMARA. Por lo mismo, en la interpretación de las declaraciones de voluntad en estos casos se procurará estarse a la que más se ajuste a tales fines. LA CÁMARA 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 notificará por escrito esta circunstancia a LA AGENCIA quien acepta que esa modificación unilateral puede tener lugar en cualquier momento.

PARÁGRAFO CUARTO: Los costos y el valor de la cesión de derechos patrimoniales de las creaciones que resulten protegidas por Derechos de Autor o propiedad industrial, se entienden incluidas en el pago que efectuará mensualmente LA CÁMARA, con el fin de que éstas puedan

ser utilizadas por LA CÁMARA sin limitaciones de tiempo, modo y lugar. **8) FORMA DE PAGO** XXXXX (LO ESTABLECIDO EN EL ANEXO TECNICO DE LA INVITACION). **9) REQUISITOS DE PROCEDIBILIDAD PARA LOS PAGOS:** Además de los requisitos mencionados en el presente contrato, para que proceda el pago, LA AGENCIA se obliga previamente a presentar a satisfacción de LA CÁMARA los documentos que acrediten el pago oportuno del Régimen de Seguridad Social Integral, ARL y parafiscales cuando a esto haya lugar. Para acreditar dicho pago debe presentar la planilla integrada de liquidación de aportes (pila) en los términos establecidos en la ley. En el evento que LA CÁMARA encuentre que LA AGENCIA no está dando cumplimiento a las obligaciones de pago al Régimen de Seguridad Social Integral, ARL o parafiscales (cuando haya lugar) LA CÁMARA tendrá la facultad de abstenerse de pagar, mientras LA AGENCIA no cumpla con sus obligaciones legales. **10) PLAZO DE EJECUCIÓN:** El presente contrato tendrá un plazo de ejecución de UN (01) año, previo cumplimiento de los requisitos de ejecución del contrato, el cual podrá ser prorrogado por el término que estime conveniente LA CÁMARA, 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 CÁMARA. **11) NATURALEZA DEL CONTRATO:** Las partes manifiestan que LA AGENCIA realiza las actividades objeto del presente contrato en forma independiente, utilizando sus propios medios y recursos, con total autonomía administrativa, sin que medie subordinación alguna respecto de LA CÁMARA. Así mismo, se entiende que con la suscripción del presente contrato no se configura ningún tipo de vinculación laboral entre LA CÁMARA y LA AGENCIA o sus dependientes. Así mismo, queda claramente establecido que LA AGENCIA es totalmente independiente para todos los efectos laborales y será el único empleador de los trabajadores que emplee en la ejecución del presente contrato, estando exclusivamente a su cargo el pago de salarios, descansos remunerados, prestaciones sociales e indemnizaciones que se causen a favor de dichos trabajadores, al igual que los aportes que establece la ley para entidades como el ISS, EPS, ARL, SENA, BIENESTAR FAMILIAR, etc. Igualmente, LA CÁMARA queda exonerada de toda responsabilidad civil, administrativa o penal por los contratos que realice LA AGENCIA con terceras personas jurídicas o naturales para la ejecución del presente contrato. **12) GARANTIAS:** LA AGENCIA se obliga a favor de LA CÁMARA a constituir y a mantener vigente por su cuenta y a favor de ésta, en una compañía de seguros legalmente establecida en el país, domiciliada en Bogotá, D.C., y aceptada por LA CÁMARA, las pólizas que cubran los siguientes amparos: **a) CUMPLIMIENTO:** Una póliza que garantice el cumplimiento del presente Contrato, por un valor asegurado igual al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia igual a la del presente Contrato y cuatro (4) meses más. **b) SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES:** Una póliza que garantice los salarios y prestaciones sociales, por un valor asegurado igual al quince por ciento (15%) del valor total del contrato con una vigencia igual a la del presente contrato y tres (3) años más. **c) CALIDAD DE LOS SERVICIOS:** Una póliza que garantice la calidad de los servicios por un valor asegurado igual 30 % del valor del contrato, con vigencia igual a la del presente Contrato y cuatro (4) meses más. **d)** Una póliza que garantice la **RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL** derivada del presente contrato, por un valor asegurado equivalente al treinta por ciento (30%) del valor del contrato, con una vigencia igual a la del contrato y dos (2) meses más. **PARÁGRAFO PRIMERO: MODIFICACIONES.** En todos los casos en que se modifique el plazo de ejecución del presente contrato y/o se adicione el valor del mismo, LA AGENCIA se compromete a presentar a LA CÁMARA el certificado de modificación de la póliza, ajustado con el nuevo plazo o valor, según corresponda. **PARAGRAFO SEGUNDO:** La póliza constituida por LA AGENCIA no expirará por falta de pago de la prima como tampoco por su revocación unilateral. **13) NATURALEZA DEL CONTRATO:** Las partes manifiestan que EL CONTRATISTA realiza las actividades objeto del presente contrato en forma independiente, utilizando sus propios medios y recursos, con total autonomía administrativa, sin que medie subordinación alguna respecto de LA CÁMARA. Así mismo, se entiende que con la suscripción del presente contrato no se configura ningún tipo de vinculación laboral entre LA CÁMARA y EL

CONTRATISTA o sus dependientes. **14) SUPERVISOR:** La supervisión del presente contrato será ejercida por la Jefe de Publicidad de LA CÁMARA o quien haga sus veces. **15) FUNCIONES DEL SUPERVISOR DEL CONTRATO:** La persona encargada de la supervisión del contrato deberá cumplir con lo establecido en el Manual de Supervisión e Interventoría de LA CÁMARA, el cual forma parte integral del presente contrato, para su correcta ejecución. **16) INEXISTENCIA DE VÍNCULO LABORAL.** Las partes declaran que no existe entre ellas relación de subordinación o dependencia y en consecuencia, en la ejecución del presente contrato las partes actuarán por su propia cuenta, utilizando sus propios medios y recursos y con plena autonomía profesional y administrativa y por consiguiente, asumirán de manera independiente todos los riesgos que se originen en razón del mismo. Así mismo, las partes expresamente reconocen que no existe entre ellas relación laboral, entendiéndose por tal hecho que ninguna de las partes adquiere vínculo u obligación alguna de carácter laboral frente a las personas que la otra parte vincule para el desarrollo de las actividades propias del presente contrato y el cumplimiento de sus compromisos, cualquiera sea la modalidad de la contratación que celebre con sus empleados, colaboradores o dependientes y en consecuencia, no se genera entre las partes solidaridad de carácter laboral por las obligaciones que cada una de ellas adquiera respecto de sus empleados, colaboradores o dependientes o por cualquier tipo de responsabilidad laboral que hayan adquirido individual o colectivamente, directa o indirectamente. Cada una de las partes es totalmente independiente para todos los efectos laborales, por tanto, será el único empleador de los trabajadores o colaboradores que emplee en la ejecución del presente contrato, estando exclusivamente a su cargo el pago de salarios, descansos remunerados, prestaciones sociales e indemnizaciones que se causen a favor de dichos trabajadores, al igual que los aportes que establece la ley para entidades como EPS, ARL, SENA, BIENESTAR FAMILIAR, FONDOS DE PENSIONES, etc., quedando por tanto la otra parte exonerada en todo momento presente o futuro de toda obligación o acción laboral por concepto del presente contrato. Igualmente, cada una de las partes queda exonerada de toda responsabilidad civil, administrativa o penal por los contratos que celebre la otra parte con terceras personas jurídicas o naturales. No obstante, lo anterior, en caso de que una de las partes sea obligada al pago solidario de salarios, prestaciones sociales o indemnizaciones de los mencionados dependientes asignados por la otra parte, la parte afectada podrá repetir dicho pago en contra de la primera. **17) PACTO DE INTEGRIDAD:** EL CONTRATISTA declara bajo la gravedad del juramento, que se entiende prestado con la suscripción del presente documento que ni él, ni los miembros de la Junta Directiva o Junta de Socios, ni los Representantes Legales, ni el Revisor Fiscal y/o Contadores se encuentran incurso en causal alguna de inhabilidad, incompatibilidad legal o conflicto de interés para contratar con LA CÁMARA. EL CONTRATISTA acepta que ha revisado los documentos denominados Código de Ética y Buen Gobierno Corporativo, Estatuto de Contratación y el Manual de Procedimientos de Contratación de LA CÁMARA, que se encuentran publicados en la página web www.ccb.org.co. Así mismo, EL CONTRATISTA declara que su patrimonio y recursos que permiten desarrollar su objeto social no provienen de actividades ilícitas o de actividades relacionadas con la financiación del terrorismo, razón por la cual, acepta que ni él, ni sus socios o accionistas, ni los miembros de la Junta Directiva o Junta de Socios, ni los Representantes Legales, ni el Revisor Fiscal y/o contadores hacen parte de la lista OFAC (Clinton), ONU o similares de igual naturaleza, de carácter nacional o internacional, o se encuentran incurso en procesos judiciales o han sido sentenciados judicialmente por delitos relacionados con el Lavado de Activos o Seguridad Pública o hayan sido extraditados. **PARÁGRAFO PRIMERO:** EL CONTRATISTA con la suscripción del contrato autoriza a LA CÁMARA para realizar las verificaciones correspondientes. **PARÁGRAFO SEGUNDO:** En caso de presentarse alguna inhabilidad, incompatibilidad legal o conflicto de interés sobreviniente, EL CONTRATISTA tiene el deber de revelación de esta situación a LA CÁMARA. **PARÁGRAFO TERCERO:** Tanto los colaboradores que intervengan en el contrato, como EL CONTRATISTA se abstendrán de realizar cualquier conducta o acto que afecte la transparencia y probidad del contrato y su ejecución se realizará con estricto cumplimiento de las

normas jurídicas y conforme al principio de la buena fe, transparencia y economía. **PARÁGRAFO CUARTO:** EL CONTRATISTA certifica que su empresa no tiene presencia en países considerados como paraísos fiscales o países sancionados por la OFAC. **PARÁGRAFO QUINTO:** Cuando se requiera la presencia de subcontratistas para la ejecución del contrato, le aplicarán las mismas consideraciones de la presente cláusula. **PARÁGRAFO SEXTO:** EL CONTRATISTA se compromete a poner en conocimiento de la instancia correspondiente de LA CÁMARA cualquier situación que afecte o genere un conflicto de interés durante la ejecución del contrato. **18) CESIÓN DEL CONTRATO.** En ningún caso EL CONTRATISTA podrá subcontratar ni ceder el presente contrato, salvo con autorización previa por escrito de LA CÁMARA. El incumplimiento de esta obligación facultará a LA CÁMARA para terminar unilateralmente y de manera inmediata el presente contrato, sin que por este hecho se genere indemnización alguna por parte de LA CÁMARA a favor de EL CONTRATISTA. **19) CLÁUSULA PENAL COMPENSATORIA.** En caso de incumplimiento del presente contrato, LA CÁMARA tendrá derecho a recibir, sin necesidad de previo requerimiento, a título de estimación parcial y anticipada de perjuicios, una suma equivalente al 20% del valor total del mismo. Las partes manifiestan y aceptan que se compense el valor correspondiente que eventualmente resulte de la pena estipulada con las deudas que existan a su favor, ya sea en virtud de este contrato o de cualquier otro que se haya suscrito entre las mismas partes, o por cualquier otro concepto. Estas sumas serán objeto de la corrección monetaria correspondiente al momento de su exigibilidad y su pago extinguirá las obligaciones contraídas por las partes en virtud del presente contrato. La CAMARA se reserva el derecho de exigir judicialmente la indemnización de los perjuicios que no alcancen a ser cubiertos con la suma pactada en la presente cláusula. **20) CLÁUSULA DE APREMIO:** Ante el incumplimiento del plazo estipulado en el contrato, o comunicación expresa en la cual se indique el término en el que deban cumplirse cualquiera de las obligaciones establecidas en el presente contrato, EL CONTRATISTA pagará a LA CÁMARA, a título de penalidad de apremio, por cada día de mora, el equivalente al 0,1% del valor total estimado del contrato sin que supere el diez por ciento (10%) del valor del mismo, por cada evento. El pago de la de penalidad de apremio y de los perjuicios no extinguirá la obligación principal. **PARÁGRAFO: PROCEDIMIENTO.** La de penalidad de apremio se aplicará siempre que la causa que le da origen no haya sido subsanada dentro de los tres (3) días siguientes a la notificación de su ocurrencia por parte de LA CÁMARA a EL CONTRATISTA. Se aplicará una penalidad de apremio diaria hasta que EL CONTRATISTA cese la conducta que dio origen a la penalidad, sin perjuicio de que LA CÁMARA pueda dar por terminado anticipadamente el contrato por incumplimiento grave de EL CONTRATISTA. EL CONTRATISTA acepta que LA CÁMARA descuente el valor de las penalidades consagradas en la presente cláusula de las sumas que le adeude, en virtud del presente contrato o de cualquier otro crédito que exista a cargo de LA CÁMARA y a favor de EL CONTRATISTA. El pago de las penalidades aquí pactadas no indemniza los perjuicios sufridos por LA CÁMARA ni limita en nada las posibilidades de reclamación de esta última por los daños padecidos. Para la terminación del presente contrato por incumplimiento de EL CONTRATISTA o para la exigencia de la cláusula penal compensatoria, no será necesario que LA CÁMARA imponga previamente éstas penalidades a EL CONTRATISTA. El procedimiento mínimo para la aplicación de cualquier sanción contractual será el siguiente: (i) El Supervisor del Contrato comunicará por escrito a EL CONTRATISTA el presunto incumplimiento presentado. (ii) Recibida la comunicación, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes, EL CONTRATISTA podrá indicar las razones por las cuales estima que no tiene responsabilidad en relación con el presunto incumplimiento. (iii) El Supervisor del contrato analizará las explicaciones suministradas por EL CONTRATISTA, y de resultar aceptables, se lo hará saber a éste; en caso contrario le comunicará que se procederá a la sanción contractual (igual comunicación se dará en caso de que EL CONTRATISTA no indique razón alguna). **21) CAUSALES DE TERMINACIÓN.** Además de otras causales previstas en el presente documento, este contrato terminará: **a)** Por incumplimiento de las obligaciones de las partes contratantes. **b)** Por fuerza mayor o caso fortuito. **c)** Por mutuo acuerdo entre LA CÁMARA y EL CONTRATISTA. **d)** Por imposibilidad técnica, administrativa y/o legal de continuar con la ejecución del presente contrato.

e) Por el vencimiento del plazo de ejecución o se haya agotado el monto máximo del valor total o por el cumplimiento total del objeto del contrato. f) De manera unilateral e inmediata cuando EL CONTRATISTA incumpla el Pacto de Integridad. g) De manera unilateral e inmediata cuando EL CONTRATISTA incumpla las obligaciones de carácter laboral. h) Por las demás causales señaladas en el presente contrato o en la ley. **PARÁGRAFO PRIMERO: TERMINACIÓN UNILATERAL.** Por parte de LA CÁMARA, en cualquier tiempo y en especial cuando: a) EL CONTRATISTA cese los pagos de nómina, seguridad social o ARL del personal que tiene a cargo. b) EL CONTRATISTA entre en concurso de acreedores o se presenten embargos judiciales en contra de éste, que puedan afectar el cumplimiento del contrato. c) Cuando EL CONTRATISTA, sin aducir causa que lo justifique, se abstenga de entregar a LA CÁMARA los documentos requeridos para el cumplimiento de los requisitos legales de ejecución del contrato, dentro del plazo establecido para ello. d) Cuando EL CONTRATISTA, con posterioridad a la suscripción del contrato, no diere principio a la ejecución del contrato, sin perjuicio de las sanciones contractuales a las que haya lugar. e) Cuando del incumplimiento de las obligaciones del CONTRATISTA se deriven consecuencias que hagan imposible o dificulten gravemente la ejecución del contrato, sin perjuicio de las sanciones contractuales a las que haya lugar. f) Cuando EL CONTRATISTA abandone o suspenda los trabajos total o parcialmente, sin acuerdo o autorización previa y escrita de LA CÁMARA, sin perjuicio de las sanciones contractuales a las que haya lugar. g) Cuando EL CONTRATISTA incurra en las conductas prohibidas en el Capítulo 2 del Título II de la Ley 418 de 1997, prorrogada por las leyes 548 de 1999 y 782 de 2002, y el artículo 25 de la Ley 40 de 1993 (pago de sumas de dinero a extorsionistas u ocultar o colaborar, por parte de algún directivo o delegado del CONTRATISTA en el pago por la liberación de una persona secuestrada que sea funcionaria o empleada del CONTRATISTA o de alguna de sus filiales) o las que correspondan conforme con la normatividad vigente. h) cuando EL CONTRATISTA se encuentre incurso en cualquier causal de inhabilidad, incompatibilidad o conflicto de interés para contratar con LA CÁMARA. En cualquiera de los casos se dará aviso a EL CONTRATISTA con cuarenta y cinco (45) días calendario de antelación a la fecha de terminación. **PARÁGRAFO SEGUNDO: EFECTOS DE LA TERMINACIÓN.** Las partes renuncian expresamente a reclamar perjuicios o indemnizaciones entre ellas mismas, con motivo de la terminación del presente contrato por cualquiera de las causales indicadas en la presente cláusula, salvo la establecida en el literal a), pero EL CONTRATISTA tendrá derecho a que se le liquiden y paguen los dineros correspondientes a los servicios ejecutados/bienes entregados a satisfacción de LA CÁMARA. En caso de terminación anticipada de este contrato por cualquier causa, EL CONTRATISTA se obliga a restituir inmediatamente y sin necesidad de previo requerimiento las sumas de dinero que deba cuando el desembolso en su favor exceda el valor de los servicios/bienes hasta entonces ejecutados y recibidos a satisfacción por LA CÁMARA. **22) LIQUIDACION:** Cualquiera que sea la causa que da lugar a la terminación del contrato, deberá iniciarse el proceso de liquidación a fin de extinguir las obligaciones pendientes hasta ese momento, a más tardar dentro de los 2 meses siguientes a la terminación del plazo de ejecución, donde será necesario suscribir el acta de liquidación del contrato por parte de EL CONTRATISTA y LA CÁMARA, en la cual quedará constancia entre otras cosas del estado contable del contrato, los datos actualizados de las garantías otorgada por EL CONTRATISTA o de las pólizas pactadas con sus respectivos amparos y vigencias, la certificación de la Supervisión o Interventoría respecto del cumplimiento por parte de EL CONTRATISTA de las obligaciones adquiridas en virtud del presente contrato, la relación y constancia del recibo a satisfacción de los entregables del servicio contratado, que demuestra que EL CONTRATISTA se encuentra a paz y salvo, si a ello hubiere lugar, o en su defecto la relación y constancia de las prestaciones cumplidas e incumplidas que estaban a su cargo, la constancia de las multas y sanciones que se hayan impuesto a EL CONTRATISTA, así como, los demás aspectos técnicos relevantes que se deban considerar. Si transcurrido el término de 3 días hábiles siguientes al recibo del acta de liquidación no se presentaren observaciones por parte de EL CONTRATISTA, se entenderá aceptado en su integridad su contenido y prestará mérito ejecutivo.

23) RESERVA Y CONFIDENCIALIDAD: EL CONTRATISTA se compromete a guardar estricta confidencialidad y reserva absoluta sobre toda la información que LA CÁMARA le suministre, ó que lleguen a conocer sus empleados, contratistas, asesores, agentes y subcontratistas, si los hubiere, de manera verbal ó por cualquier medio escrito, audiovisual, magnético, vía electrónica y por cualquier otro medio, en desarrollo del contrato (en adelante Información Confidencial). La obligación de reserva y confidencialidad de la Información Confidencial estará vigente desde la fecha de celebración de este contrato y por cinco (5) años más después de su terminación y EL CONTRATISTA será responsable por cualquier revelación, empleo o divulgación de cualquier porción de la Información Confidencial. EL CONTRATISTA, se obliga tanto en la ejecución del contrato como una vez terminado el mismo, a implementar todas las políticas vigentes en materia de protección de la información confidencial de sus clientes tratándola con especial responsabilidad, control y protección. Toda la información confidencial que LA CÁMARA le suministre será utilizada por EL CONTRATISTA, solamente para los efectos descritos en este contrato. Nada en este término implica que las partes tengan la mutua obligación de suministrarse información confidencial, salvo para los efectos del desarrollo del objeto del contrato.

PARÁGRAFO PRIMERO: De manera particular y sin limitar lo anteriormente enunciado, EL CONTRATISTA reconoce que las metodologías, procedimientos, “know-how”, técnicas e información personal y corporativa que llegue a conocer de LA CÁMARA, o de cualquiera de sus filiales, en desarrollo de los servicios contratados, es información confidencial que pertenece y seguirá siendo de propiedad de LA CÁMARA y de cada una de sus filiales, según corresponda, la cual se encuentra sujeta a la obligación de reserva y confidencialidad de la información en los términos de este contrato. Independientemente de las acciones a las que haya lugar por el incumplimiento de las obligaciones del CONTRATISTA, si éste extravía o revela información confidencial, dará aviso inmediato a LA CÁMARA y tomará todas las medidas razonables y necesarias para minimizar los resultados de pérdida de la información o divulgación de la misma sin autorización.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La información confidencial no incluye: **a)** La información que sea de dominio público con anterioridad al momento de ser entregada a EL CONTRATISTA. **b)** La información que llegue al poder del CONTRATISTA antes de que la misma le sea comunicada por LA CÁMARA y que su obtención no esté relacionada con el objeto del contrato. **c)** La información que se convierta en disponible para el público en general sin que ello sea resultado de incumplimiento de las obligaciones contractuales del CONTRATISTA. **d)** La información que está en posesión o puede ser independientemente adquirida o desarrollada por EL CONTRATISTA sin violar ninguna de sus obligaciones contractuales o legales. **e)** Información sobre la cual sea aprobada su divulgación por medio de autorización escrita de LA CÁMARA y sólo hasta el límite de dicha autorización.

PARÁGRAFO TERCERO: Si se le solicitare o exigiere a EL CONTRATISTA o a sus representantes revelar la Información Confidencial mediante una orden judicial, requerimiento administrativo u otro mecanismo similar, deberá: **1.** Notificar a LA CÁMARA de tal solicitud o requerimiento de manera inmediata y con anterioridad a la divulgación, de tal forma que LA CÁMARA pueda adelantar la acción judicial o administrativa tendiente a la protección de la Información Confidencial. **2.** Cooperar con LA CÁMARA, en el caso que presenten cualquier acción para la protección de la Información Confidencial. En cualquier caso, únicamente se revelará la Información Confidencial exacta o la porción de la misma específicamente solicitada.

PARÁGRAFO CUARTO: Dentro de los treinta (30) días siguientes a la terminación de este contrato, EL CONTRATISTA devolverá ó destruirá, según lo determine LA CÁMARA, toda la información confidencial que le fue suministrada por LA CÁMARA, incluyendo todos los documentos y soportes que la comprenden, así como todas las copias que existan de la misma y cualquier información o trabajo desarrollado a partir de la Información Confidencial.

PARÁGRAFO QUINTO: EL CONTRATISTA se compromete a que todos los empleados que sean asignados por EL CONTRATISTA al proyecto del LA CÁMARA por virtud del presente contrato sean debidamente informados y conscientes del alcance y responsabilidades derivadas de tal confidencialidad, y en el mismo sentido, se obliguen al cumplimiento de los requisitos de

confidencialidad establecidos en éste contrato. De igual manera, LA CÁMARA se abstendrá de divulgar o compartir con personas diferentes al personal de LA CÁMARA los documentos, programas, estrategias y tarifas de EL CONTRATISTA. **24) INDEMNIDAD:** EL CONTRATISTA se obliga a mantener indemne a LA CÁMARA por cualquier situación o hecho que se derive de la ejecución del objeto del presente contrato, por tanto, se obliga a asumir la defensa de LA CÁMARA y los costos de la misma, incluidos los honorarios de abogados, así como las indemnizaciones a las que hubiera lugar, en caso de que LA CÁMARA resultara demandada por hechos derivados de la ejecución del presente contrato y que sean imputables a EL CONTRATISTA. Esta cláusula también se aplicará cuando existan quejas o reclamos por compensaciones laborales de los trabajadores de EL CONTRATISTA y en todo caso de demandas civiles, laborales, penales, administrativas, etc. por dolo o culpa de EL CONTRATISTA. EL CONTRATISTA se obliga a salir en defensa de LA CÁMARA y estará obligado a acudir al llamamiento en garantía, que se le dirija si LA CÁMARA es demandada o recibe algún reclamo por parte de terceras personas en relación con la ejecución del contrato (por incumplimiento de los requisitos técnicos pactados, por defecto de los bienes suministrados, deficiente o mala calidad en los bienes y/o servicios prestados, así como defectos en instalación y puesta en funcionamiento, entre otros), independientemente de si este reclamo se hace a través de jueces, árbitros, autoridades administrativas o por cualquier otro medio. Presentada una reclamación judicial o extrajudicial que se derive por incumplimiento de los requisitos técnicos pactados, por defecto de los bienes suministrados, deficiente o mala calidad en los bienes y/o servicios prestados, así como defectos en la instalación y puesta en funcionamiento, LA CÁMARA notificará a EL CONTRATISTA, quien asumirá de inmediato la defensa de LA CÁMARA. Si EL CONTRATISTA después de notificado por LA CÁMARA no asume la defensa en un término de cinco (5) días hábiles, ésta queda facultada para contratar, a expensas de EL CONTRATISTA, la defensa que considere necesaria, cuyos costos y las indemnizaciones a que hubiere lugar correrán por cuenta exclusiva de EL CONTRATISTA, pudiendo LA CÁMARA repetir contra EL CONTRATISTA. **25) MECANISMOS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:** En caso de suscitarse cualquier diferencia con ocasión del presente contrato, las partes intentarán primero el arreglo directo, y en el caso de no ser ello posible, las partes acudirán a los mecanismos alternativos de solución de controversias regulados en la ley, como la transacción y la amigable composición, si dentro de los cinco (5) días al surgimiento de la controversia las partes no llegan a un acuerdo en el mecanismo de solución de conflictos a utilizar, la disputa se resolverá a través de la conciliación. **26) CLÁUSULA COMPROMISORIA:** Cualquier diferencia, conflicto o incumplimiento que surja entre las partes con ocasión de la suscripción, ejecución, terminación o liquidación del presente contrato, que no haya podido resolverse mediante los mecanismos de solución de controversias extrajudiciales a que se hizo referencia en la cláusula anterior, será sometido a la decisión de un Tribunal de Arbitramento, que se sujetará a las normas vigentes sobre la materia y se regirá especialmente, por las siguientes reglas: a) El Tribunal estará integrado por tres árbitros nombrados así: cada una de las partes nombrará un (1) árbitro, el árbitro restante será nombrado de común acuerdo entre las partes y si esto no es posible se delega su nombramiento al Director del Centro de Conciliación y Arbitraje Empresarial de la Superintendencia de Sociedades – Sede Bogotá, para que lo designe conforme al reglamento del Centro de Conciliación y Arbitraje Empresarial de la Superintendencia de Sociedades – Sede Bogotá. b) Los árbitros deberán ser abogados colombianos, inscritos en las listas de árbitros del Centro de Conciliación y Arbitraje Empresarial de la Superintendencia de Sociedades – Sede Bogotá. c) La organización interna del Tribunal se sujetará a las reglas previstas para el efecto por el Centro de Conciliación y Arbitraje Empresarial de la Superintendencia de Sociedades – Sede Bogotá, en lo no regulado en la presente cláusula. d) El Tribunal funcionará en la ciudad de Bogotá, D.C., en el Centro de Conciliación y Arbitraje Empresarial de la Superintendencia de Sociedades. e) El Tribunal decidirá en derecho y su fallo tendrá efectos de cosa juzgada material de última instancia y, en consecuencia, será final y obligatorio para las partes. f) Los costos que se causen con ocasión de la convocatoria del Tribunal estarán a cargo de la parte vencida. **27)**

INGRESO DEL PERSONAL DEL CONTRATISTA A LAS INSTALACIONES DE LA CÁMARA.

LA CÁMARA permitirá el ingreso a sus instalaciones de los dependientes o empleados designados por EL CONTRATISTA para la ejecución del presente contrato, siempre y cuando los mismos estén debidamente identificados y porten en lugar visible los documentos de afiliación a las EPS y ARL- respectivas. EL CONTRATISTA dará instrucciones a sus dependientes para que porten los carnés de EPS y ARL respectivos al momento del ingreso a las instalaciones de LA CÁMARA. A su vez, los dependientes o empleados de EL CONTRATISTA deberán atender todos los reglamentos internos y requerimientos de seguridad que se imponen a los terceros que ingresan a las instalaciones de LA CÁMARA, los cuales se encuentran publicados en la página de Internet www.ccb.org.co. Adicionalmente, EL CONTRATISTA se obliga a dar estricto cumplimiento a todas y cada una de las normas que sobre seguridad industrial se imponen a la prestación de los servicios que por este documento se contratan, las cuales son de su cargo, por ello EL CONTRATISTA responderá de todos los daños y perjuicios que ocasionen sus empleados o dependientes dentro de las instalaciones de LA CÁMARA, incluidos los accidentes de trabajo. LA CÁMARA podrá abstenerse de permitir el ingreso de los empleados o dependientes de EL CONTRATISTA, cuando éstos no porten los documentos de EPS y ARL e incluso podrá suspender las actividades de EL CONTRATISTA cuando detecte que en la ejecución de las mismas no se están cumpliendo las normas de seguridad industrial, las disposiciones internas de LA CÁMARA o los requerimientos de seguridad formulados por LA CÁMARA. Lo anterior no servirá de excusa o justificación alguna a favor de EL CONTRATISTA para el incumplimiento de las demás obligaciones a su cargo pactadas por este documento. LA CÁMARA se reserva el derecho de realizar requerimientos a EL CONTRATISTA que tengan como fin dar cumplimiento a las políticas de seguridad industrial de LA CÁMARA o de garantizar procedimientos seguros para LA CÁMARA o para los terceros que la visitan. EL CONTRATISTA deberá dar cumplimiento a estos requerimientos y su desatención será causal de terminación unilateral del presente contrato, sin lugar a pago alguno de indemnización a cargo de LA CÁMARA. **28) MODIFICACIONES.** Todas las modificaciones que se efectúen al presente contrato deberán constar por escrito suscrito por las partes contratantes. **29). LEGISLACIÓN APLICABLE Y DOMICILIO.** El contrato se regirá y será interpretado de conformidad con las leyes de la República de Colombia, y tendrá como domicilio contractual la ciudad de Bogotá D.C. Si cualquier disposición del contrato fuese ineficaz, nula o inexistente o no pudiese hacerse exigible de conformidad con las leyes de la República de Colombia, las disposiciones restantes no se entenderán invalidadas a menos que el contrato no se pueda ejecutar sin la disposición ineficaz, nula, inexistente o que no se pueda exigir. **30) INSTRUMENTACIÓN:** EL CONTRATISTA se obliga a suscribir el presente contrato y aportar los documentos correspondientes establecidos en el mismo, a más tardar dentro de los 4 días hábiles siguientes a la fecha en que le sea comunicado por LA CÁMARA que el documento se encuentra listo para ser firmado. EL CONTRATISTA acepta que LA CÁMARA podrá desistir de contratar lo previsto en este documento en caso de que incumpla el término aquí señalado y no entregue oportunamente estos documentos, sin que se genere indemnización alguna. **32) PROTECCIÓN DE DATOS:** Sin perjuicio de los deberes y obligaciones relativos a la aplicación de la Ley 1581 de 2012 y demás normas aplicables en materia de habeas data, el CONTRATISTA manifiesta conocer la Política de Tratamiento de Datos Personales de LA CÁMARA y se obliga a dar estricto cumplimiento a las medidas de seguridad de índole técnica y organizativas establecidas por LA CÁMARA, que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal y eviten su alteración, pérdida, tratamiento y/o acceso no autorizado. En el evento en el cual LA CÁMARA detecte una potencial pérdida, consulta, uso, tratamiento y/o acceso no autorizado o fraudulento, riesgo o vulneración de la Política de Tratamiento por parte de un empleado, funcionario, colaborador o tercera persona, deberá informar de manera inmediata al supervisor del contrato, sobre la respectiva situación, así mismo, EL CONTRATISTA deberá dar cumplimiento de los principios y deberes establecidos por la Ley 1581 de 2012 y las demás normas que regulen sobre esta materia. Esta obligación se hace extensiva al equipo de trabajo que requiera EL CONTRATISTA para la

ejecución del contrato. **33) CUMPLIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO:** La Cámara de Comercio de Bogotá en cumplimiento del decreto 1273/2018 pone a su disposición la extensión 2688 para que en caso de accidente usted lo reporte dentro de las 24 horas de ocurrido para la respectiva investigación y control. Igualmente lo invitamos a revisar los procedimientos de emergencia de la sede donde realizará su labor en www.ccb.org.co sección contratistas. Si usted está interesado en participar en campañas de promoción y prevención que se estén realizando durante la vigencia de su contrato revise en www.ccb.org.co sección contratistas las campañas que se están realizando. Cualquier información adicional Extensión 2688 o al correo maria.ramos@ccb.org.co o comiteparitario@ccb.org.co. **34) FORMA DE COMUNICACIÓN ENTRE LAS PARTES:** Las comunicaciones deberán ser enviadas por cualquier medio que asegure su recepción por la otra parte. Será responsabilidad de la parte que envía la comunicación, asegurarse de que la otra parte reciba la comunicación enviada teniendo en cuenta parámetros de seguridad y de integridad de la información. **PARÁGRAFO PRIMERO:** Para las comunicaciones por medios electrónicos se pueden realizar durante las 24 horas del día y se entenderán recibidas el día del envío. Las demás actuaciones inherentes a los actos jurídicos formales del presente contrato conservaran los procedimientos originalmente establecidos. **PARÁGRAFO SEGUNDO:** En caso de modificación del domicilio del contratista, lo debe comunicar dentro de los 5 días hábiles siguientes al cambio. **35) PERFECCIONAMIENTO Y EJECUCIÓN:** El presente contrato se perfecciona con la suscripción del mismo por las partes, para su ejecución se requiere de la aprobación de las pólizas y la presentación según su condición de persona jurídica o persona natural, del documento que acredite la afiliación y pago al régimen de Seguridad Social Integral, ARL, aportes parafiscales de EL CONTRATISTA o su personal.

Las partes han consentido en el objeto de este contrato en constancia de lo cual firman, hoy

LA CÁMARA

XXXXXXXXXX

EL CONTRATISTA

XXXXXXXXXX

ELABORO: XXXXXXXXXXXX

REVISO: XXXXXXXXXXXX

ANEXO 5.

INVITACIÓN PRIVADA 300000550

RELACIÓN DE EXPERIENCIA DEL PROPONENTE

La experiencia del proponente deberá ser relacionada en el siguiente cuadro:

Empresa contratante	Objeto del contrato	Contacto	Cargo	Teléfono /celular	Valor del contrato

ANEXO No. 6 RELACIÓN DE EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE TRABAJO

La experiencia del equipo de trabajo deberá ser relacionada en el siguiente cuadro:

Nombre del profesional	Rol que desempeñará en el equipo	Tiempo de dedicación al proyecto

ANEXO No. 7 CALIFICACIÓN PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico deberá ser presentado por la agencia proponente ante el comité evaluador que estará integrado por profesionales de la Cámara de Comercio en las fechas que la Cámara estime para cada proponente. En esta presentación se evaluarán los siguientes puntos:

<p>Presentación: Hasta 14 puntos Hace referencia a la forma como se presente la propuesta estratégica.</p>	<p>Hasta 5 puntos a quien haga su presentación de manera creativa, e innovadora, con utilización de herramientas tecnológicas y ayudas audiovisuales.</p>
<p>Propuesta Creativa de Campaña: Hasta 27 puntos Hace referencia al desarrollo de la propuesta creativa de la campaña.</p>	<p>Hasta 9 puntos la propuesta con la estructura clara y mejor lógica de presentación.</p> <p><u>Existirá un comité evaluador de las propuestas.</u></p> <p>Hasta 13 puntos a quién presente la mejor creatividad en relación con lo solicitado en el Brief, cumpliendo con los objetivos de la campaña, y la claridad en el mensaje.</p> <p>Hasta 7 puntos a quién presente los mejores Copys de la campaña relacionados a lo solicitado en el Brief, y al target de la campaña</p> <p>Hasta 7 puntos a quién desarrolle la mejor propuesta gráfica de la campaña (composición, uso gráfico, fotográfico, etc.). Se hará entrega del manual de marca de la CCB para que los proponentes conozcan el correcto uso del logotipo.</p>
<p>Marco Conceptual, Propuesta Estratégica y Plan de Medios: Hasta 20 puntos Hace referencia al desarrollo e implementación de la estrategia presentada.</p>	<p>Hasta 6 puntos quien presente el mejor plan de medios, esta sección será analizada por la gerencia de Asuntos Corporativos.</p> <p>Hasta 7 puntos quien formule una estrategia enfocada a fortalecer y satisfacer las necesidades de los grupos de interés de la CCB, con el fin que estos identifiquen a la entidad como su empresa aliada y que cumpla con todos los objetivos de la campaña.</p> <p>Hasta 7 puntos quien proponga con la implementación de la estrategia, cómo se generaría mayor impacto (Conocimiento institucional) teniendo como referente la última encuesta realizada por la CCB (se entregará con el brief de la campaña).</p>
<p>Casos de Éxito: Hasta 4 puntos Hace relación a los casos de éxito presentados por la agencia con su propuesta.</p>	<p>Quien presente evidencia de resultados exitosos como consecuencia de la implementación de planes estratégicos se le asignará puntaje de la siguiente manera:</p> <p>1 punto a quien presente 1 caso de éxito</p> <p>2 puntos a quien presente 2 casos de éxito</p> <p>4 puntos quien presente evidencia de resultados exitosos, en 3 o más compañías para las que hayan implementado planes estratégicos.</p>

Para la Cámara de Comercio, una estructura clara y lógica, significa que la presentación de la agencia cuente con las siguientes etapas: Presentación (introducción), propuesta (cuerpo de la

presentación), conclusiones; en el orden que las agencias consideren acertado. La propuesta debe incluir: i) el desarrollo de la situación / contexto, incluyendo algunos de estos puntos: ¿Cómo está el mercado? ¿Qué pasa? (condiciones que afectan el mercado y su futuro) ¿Cómo es nuestra marca? ¿Cómo es el cliente / análisis del consumidor? ¿Cuál es el problema por solucionar? ¿El Key insight del brief?, etc. ii) El desarrollo de la campaña (Estrategia, objetivos, promesa, El racional creativo, roll de medios, target, estrategia de medios, etc.) y iii) la presentación de la propuesta creativa, iv) Preguntas y respuestas.

La presentación ante el comité evaluador deberá ser de máximo 45 minutos exactos divididos de la siguiente manera:

- I.** Presentación: 5 minutos
- II.** Propuesta: 30 minutos
 - a. Desarrollo de la Situación: 5 minutos
 - b. Desarrollo de la campaña: 12 minutos
 - c. Presentación de la propuesta creativa: 13 minutos
- III.** Conclusiones: 5 minutos
- IV.** Preguntas y Respuestas: 5 minutos.

El plan de medios debe ser entregado el día de la presentación en un soporte electrónico para que sea evaluado por el equipo de la Gerencia de Asuntos Corporativos.

ANEXO No. 8 VISITA TÉCNICA A LAS INSTALACIONES

La visita Técnica tendrá el objetivo de verificar los siguientes puntos:

ÁREAS DE LA AGENCIA:	CUMPLE	NO CUMPLE
Área de Arte Final		
Área de Tráfico, conexión en línea con todas las áreas		
Área de Producción Gráfica		
Área de Cuentas		
Área de Creativos que cuente con programas de diseño, número de software para desarrollo, herramientas MAC.		
Área de Investigación que cuente con soporte de planeación, herramientas y/o estudios para proveer información: Estudios mundiales de tendencias de consumidor, investigación de mercados nacionales e internacionales, consumo internet digital y medición de medio digital.		
Agencia BTL		
Agencia de Medios		
<p>Área Administrativa que garantice los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para tener en línea el control de presupuestos y facturación, • Soporte a través de back office, • Disponibilidad de herramientas que le permitan asegurar la integridad de los datos y de la información para el manejo de la cuenta del cliente. • Confidencialidad en el manejo de la información del cliente. • Procesos Certificados. 		
Área de Radio y Televisión (estudio in house de producción y edición)		
<p>Recursos físicos de trabajo: Recursos adicionales a los mínimos: – Scanner – computadores – impresoras a Color – Consolas Edición Radio y TV – Equipos producción fotográfica – Impresoras gran formato</p>		
<p>IT - Tecnología en sistemas de comunicaciones e información con que cuenta la agencia: - Canal dedicado y una conexión a Internet mayor a 1000 Kb. - Sistema de tráfico en línea que asegure la autonomía en sistemas. Disponibilidad de planta eléctrica que respalde la información en fallas eventuales.</p>		

ANEXO 9

DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN DEL CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL

En la Ciudad de Bogotá D.C., a los _____ días del mes de _____ de 2018, comparecieron las siguientes sociedades constituidas conforme a la ley colombiana, por conducto de sus respectivos representantes legales o apoderados especiales debidamente constituidos, identificados con las cédulas de ciudadanía cuyos números y lugares de expedición aparecen al pie de sus firmas, debidamente facultados para otorgar el presente acto:

SOCIEDAD	NIT	REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO ESPECIAL.

Las partes así descritas han decidido conformar el CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL _____, en adelante CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL, que se regirá por las siguientes cláusulas:

PRIMERA: NOMBRE Y DOMICILIO. El CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL se denominará _____, y su domicilio será la ciudad de Bogotá D.C.

La sede del CONSORCIO es _____ No. _____ en _____

SEGUNDA: OBJETO Y ALCANCE. El objeto del CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL es presentar una propuesta en el proceso de contratación que tiene por objeto Prestar los servicios para realizar la aplicación en campo, el procesamiento y análisis de datos de la Encuesta de Percepción y Victimización de Seguridad Ciudadana en Bogotá, y posteriormente, en caso de ser adjudicado, suscribir, perfeccionar y ejecutar el respectivo contrato.

TERCERA: DURACIÓN. El CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL estará vigente desde la fecha de su firma y se extenderá por un término igual al plazo del contrato que se llegare a suscribir y UN AÑO MÁS.

CUARTA: PARTICIPACIÓN. Los miembros del CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL participarán de manera conjunta en la totalidad de la ejecución de los trabajos y obligaciones inherentes al objeto del proceso de contratación y, en consecuencia, responderán solidariamente por el cumplimiento total de la propuesta y del objeto contratado. Para los fines pertinentes del CONSORCIO, las labores a realizar y el porcentaje de participación de los miembros del CONSORCIO es el que se describe a continuación:

ESTABLECER LOS PORCENTAJES DE PARTICIPACIÓN Y LAS LABORES A REALIZAR DE CADA MIEMBRO.

QUINTA: REPRESENTACION. Las partes del CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL acuerdan que la representación del CONSORCIO estará a cargo de _____, identificado con cédula No. _____ de _____, quien queda expresamente facultado para presentar la propuesta a que haya lugar, firmar el contrato en caso de ser adjudicado, otorgar las garantías exigidas, representar al CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL judicial o extrajudicialmente, ejercer las facultades de recibir, transigir y conciliar y tomar todas las determinaciones que lleguen a ser necesarias para la adecuada ejecución del contrato, con las más amplias facultades.

PARÁGRAFO: Además de las antes enunciadas, el representante legal del CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL tendrá las siguientes funciones y facultades:

(INCLUIR OBLIGACIONES)

SEXTA: RESPONSABILIDAD. Los miembros del CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL serán solidariamente responsables por el cumplimiento total de la propuesta y del objeto del contrato, en caso de ser adjudicado.

SEPTIMA: CESIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EL CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL. Ninguna de las partes podrá ceder en todo o en parte su participación en el presente CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL.

OCTAVA: IRREVOCABILIDAD DEL CONSORCIO. Una vez constituido el CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL, éste tendrá el carácter de irrevocable desde su constitución hasta el vencimiento del plazo de ejecución del contrato y un año más.

NOVENA: MODIFICACIONES. Todas las modificaciones que se efectúen al presente acuerdo deberán constar por escrito suscrito por los representantes legales de las partes, previa autorización de la CCB.

DECIMA: NOTIFICACIONES. Cualquier notificación o comunicación que una de las partes del CONSORCIO Y/O UNIÓN TEMPORAL quiera realizar a la otra deberá remitirse por correo certificado, si es preciso, o cualquier otro método que permita conocer que la misma ha llegado a su destino.

En constancia y en señal de aceptación se firma este documento en tantos ejemplares como contratantes, a los _____ días del mes de _____ de _____

FIRMA DE LOS QUE INTEVIENEN