

Bogotá D.C., 11 de diciembre de 2015

Adenda 2. INVITACIÓN A PROPONER PARA CONTRATAR UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE REALICE LA ESTRATEGIA, LOS CONCEPTOS CREATIVOS, DISEÑO Y PRODUZCA LAS PIEZAS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS NECESARIAS PARA DIVULGAR Y PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ 3000000242.

❖ **Por la presente adenda la CCB modifica la invitación a proponer en los siguientes aspectos:**

1. Se modifica el cronograma del proceso, tal como se indica a continuación:

REUNIÓN DE ACLARACIONES: 16 de diciembre de 2015 a las 10:00 a.m., en el salón del piso 1° de la Sede Salitre de la Cámara de Comercio de Bogotá ubicado en la Avenida el Dorado No 68D – 35 de Bogotá D.C.

FECHA LÍMITE PARA PRESENTAR PREGUNTAS: 16 de diciembre de 2015 hasta las 2:00 p.m.

FECHA DE CIERRE DE LA INVITACIÓN: 29 de enero de 2016, hasta las 12:00 del medio día.

VISITA A LAS INSTALACIONES (proponentes habilitados): 10 y 11 de febrero de 2016.

AVISO DE PARTICIPACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO: 12 de febrero de 2016 (Se dará aviso mediante el correo electrónico establecido en la oferta)

ENTREGA DE BRIEF POR PARTE DE LA CCB A LOS PROPONENTES: 16 de Febrero de 2016.

PRESENTACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO: 7 y 8 de marzo de 2016.

2. Se modifica el anexo 1. Especificaciones técnicas de la invitación, el cual se adjunta a esta Adenda.

3. Se modifica el anexo 3 “PROPUESTA ECONÓMICA” de la invitación, el cual se adjunta a la presente adenda.

4. Se modifica el anexo 5 “*Calificación Plan Estratégico*” de la Invitación, el cual se adjunta a la presente adenda.
5. Se modifica el anexo 6 “*Proyecto de contrato*”, de la Invitación, el cual se adjunta a la presente adenda.
6. Se modifica el numeral 3.3.10 *Póliza de seriedad de la oferta*, el cual queda de la siguiente manera:

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

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

(...)

- **Valor Asegurado:** En cuantía de CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$50.000.000).

(...)

7. Se modifica el numeral 3.5.2 “*la agencia de publicidad debe contar con una agencia BTL*” de la Invitación el cual quedará de la siguiente manera:

3.5.2. La Agencia de Publicidad debe contar con una Agencia BTL propia o asociada a través de cualquier modalidad de colaboración empresarial o de contratación, o contar con personal de la organización interna con equipo diferente al de la Agencia, 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. Entre las funciones de esta agencia BTL estarán: diseñar y elaborar los materiales necesarios para realizar las actividades promocionales y activaciones; contratar a nombre de la CCB en eventos de terceros; cotizar proveedores; obtener permisos, licencias, autorizaciones y derechos; cumplir con los objetivos de los eventos; realizar seguimiento; presentar informes y reportes de todas las actividades realizadas y los demás requerimientos solicitados por la CCB para llevar a cabo exitosamente las actividades contratadas.

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

8. Se modifica el numeral 3.5.3 “*La agencia de publicidad deberá contar con los servicios de una Central de Medios*” de la Invitación, la cual queda de la siguiente manera:

3.5.3. La Agencia de Publicidad deberá contar con los servicios de una Central de Medios Asociada, bajo cualquier modalidad de colaboración empresarial o de contratación, para la prestación de los siguientes servicios: El desarrollo de planes estratégicos y de medios para las campañas diseñadas por la Agencia ATL, desarrollo de estrategias digitales y de internet, análisis de competencia, asesoría según los estudios disponibles en el mercado (IBOPE, TGI, etc) para soportar la planificación estratégica de medios. Compra, ordenación, supervisión y chequeo de la emisión de la pauta, revisión de las facturas emitidas por cada uno de los medios y pago directamente a los medios con soporte tecnológico de última generación auditable. Elaboración y presentación de flow charts y presupuestos con su respectivo análisis de efectividad, incluyendo el monitoreo del presupuesto global asignado por la CCB. Recepción, canalización, análisis y presentación de propuestas relevantes de medios tradicionales y no tradicionales al Cliente. Presentación de informes de seguimiento por cada campaña y trimestrales con el fin de medir el alcance, salidas, inversión y la frecuencia de las campañas en los empresarios y ciudadanos. Los descuentos (Bonificados) obtenidos en negociaciones cliente / medio y/o central de medios, deben ser trasladados al cliente y evidenciables en los presupuestos de pauta. En ese orden, la central de medios se compromete a realizar todas sus actividades de manera articulada con la CCB y la Agencia ATL.

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

- 9. Se modifica el numeral 3.5.6. “Equipo de Trabajo mínimo requerido” de la Invitación, el cual queda de la siguiente manera:**

3.5.6. Equipo de Trabajo mínimo requerido: El proponente debe ofrecer un equipo de trabajo mínimo conformado como se describe a continuación, quienes serán responsables de las actividades descritas para cada rol y de los cuáles el Ejecutivo Senior, Copy y los Diseñadores Gráficos deberán ser asignados a tiempo completo y de exclusividad para el manejo de la cuenta, en un 100%. Para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos de cada miembro del equipo de trabajo, el proponente deberá presentar los siguientes documentos:

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

Personal Requerido	Perfil	Funciones Principales
Ejecutivo Senior	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional en mercadeo, publicidad, comunicación o administrativas y afines 2. Experiencia mínima de 3 años en el manejo de cuentas nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios. 3. Dedicación Exclusiva del 100% 	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la ejecución de campañas publicitarias • Supervisar toda la producción de campañas. • Manejar el tráfico interno. • Tramitar los ajustes, tiempos y movimientos. • Llevar a cabo el proceso de apertura de órdenes de trabajo (OT) • Llevar a cabo el proceso facturación. • Coordinar los procesos administrativos y coordinación del proceso creativo y de producción. • Atender diariamente las solicitudes por parte de la CCB.
Copy (1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional en comunicación social y periodismo, publicidad, mercadeo o afines. 2. Experiencia mínima de 3 años en desarrollo y conceptualización de campañas publicitarias. 3. Dedicación Exclusiva del 100% 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el desarrollo conceptual de las piezas publicitarias. • Definir y aprobar los textos de todas las piezas. • Dirigir y supervisar los procesos de producción cuando así se requiera. • La función de escribir – revisar – corregir textos y ortografía de la lengua española e inglesa.
Diseñadores Gráficos Senior (2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesionales en diseño gráfico, publicidad, mercadeo, arquitectura, comunicación o afines. 2. Experiencia mínima de 3 años en temas relacionados con el diseño gráfico. 3. Dedicación Exclusiva del 100% 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el desarrollo conceptual/ gráfico de las piezas publicitarias. • Definir y proponer las imágenes, fotografías, ilustraciones o cualquier otro elemento gráfico.

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

10. Se modifica el numeral 3.5.7 “La Agencia de publicidad deberá anexar a su propuesta la carta firmada por el Representante Legal”, la cual queda de la siguiente manera:

3.5.7. La Agencia de publicidad deberá anexar a su propuesta la carta firmada por el Representante Legal, en la que manifieste que en caso de resultar seleccionada, se compromete a: (i) mantener la cantidad de personal presentado en la propuesta mientras dure el contrato, y (ii) que en caso de requerir el reemplazo de algún integrante del equipo, se solicitará previamente autorización a la CCB, evento en el cual enviará previamente las hojas de vida, las cuales deberán cumplir 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.

(iii) En caso de que el oferente presente bonificados debe señalarlos en la presente carta.

11. Se modifica el numeral 3.5.8. “Experiencia del proponente”, el cual queda de la siguiente manera:

3.5.8. 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 2011 hasta la fecha de cierre de la presente invitación.

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 éste caso, el valor sumado por concepto de FEE o comisión de agencia no debe ser inferior a (\$800.000.000) ANTES DE IVA.

Respecto 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 (\$400.000.000), por cada uno.

Las certificaciones deben ser expedidas por la persona o entidad contratante, en papel membreteado o con sello de la empresa y/o entidad contratante y deberán contener como mínimo la siguiente información:

- Expedida por la persona o entidad contratante y firmada por persona competente.
- Nombre de la persona o entidad contratante.
- Vigencia del contrato: fecha de inicio y de finalización (día-mes año)
- Objeto del contrato.
- Valor FEE o comisión de agencia y/o valor de inversión publicitaria con su respectivo FEE.
- Datos del contacto: nombre, cargo, teléfono y celular de la persona de contacto.

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

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

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

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

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

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

12. Se modifica el numeral 3.5.9 “PROPUESTA ECONÓMICA” de la invitación, el cual queda de la siguiente manera:

3.5.9 PROPUESTA ECONÓMICA. La propuesta económica de los proponentes por concepto de remuneración de los servicios prestados no podrá ser superior a la suma de TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$35.000.000) antes de IVA, mensuales, los cuales corresponden a 2 aspectos:

1. Equipo de trabajo permanente y costos operativos y administrativos (cuadro 3 A-Anexo propuesta Económica) hace referencia a los costos fijos y será el valor por el cual se realizará la asignación del puntaje correspondiente a 10 puntos de la evaluación de la propuesta, éste aspecto no podrá superar la suma de (\$25.000.000).

2. Equipo de trabajo variable (Cuadro 3 B- Anexo propuesta Económica) hace referencia a la bolsa de recursos por (\$10.000.000) que será afectada conforme a las necesidades que la CCB requiera y será el valor por el cual se realizará la asignación del puntaje correspondiente a 8 puntos de la evaluación de la propuesta.

La sumatoria de los 2 aspectos antes señalados no podrá superar la suma de TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$35.000.000) antes de IVA, mensuales.

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

El proponente debe diligenciar el Anexo Propuesta Económica.

Nota: La CCB de acuerdo con sus necesidades se reserva el derecho de contratar o no los servicios del equipo de trabajo variable. En caso de requerir estos servicios, las cantidades, el tiempo y personal serán aprobadas por la CCB.

13. Se modifica el numeral 3.7. “Forma de Pago”, el cual queda de la siguiente manera:

3.7. FORMA DE PAGO

i) Las Agencias de Publicidad oferentes indicarán cuál es la remuneración mensual que exigirán por concepto de equipo de trabajo permanente y variable, junto con los costos operativos y administrativos, tal como se señala en el anexo 3- Propuesta Económica, 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 a los proponentes la elaboración de la propuesta económica, se informa que la CCB en el año 2014 realizó un promedio de 1000 órdenes de producción y por lo menos 8 campañas multimedia (en todos los medios). Dado que el contrato es de tracto sucesivo, se debe indicar cuál es el valor de cada una de las prestaciones periódicas, siempre que ellas sean homogéneas, o indicar el modo de determinar el valor total de cada una de las prestaciones, si ellas no son homogéneas. (ii) La expresión de la remuneración se hará en pesos. (iii) La CCB pagará mensualmente a la Agencia de Publicidad a título de reembolso, los gastos en que incurra la Agencia seleccionada al ordenar los estudios de competencia, consumo y uso de medios, estudios de mercado, según perfiles y demás herramientas disponibles en el mercado, producción de piezas publicitarias, la compra de espacios en medios para la pauta de las campañas o de cada una de las piezas creativas, y demás actividades requeridas por la CCB para el desarrollo del objeto de esta invitación. (iv) La Agencia deberá considerar dentro de sus costos, el valor de la cesión de los derechos patrimoniales de las creaciones que resulten protegidas por Derechos de Autor o propiedad industrial, para que éstas puedan ser utilizadas por la CCB sin limitaciones de tiempo, modo y lugar.

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

Los pagos se realizarán mediante transferencia electrónica.

14. Se modifica el numeral 5.3. Tercera fase de evaluación: Criterios de Evaluación, el cual queda de la siguiente manera:

5.3. Tercera fase de evaluación: Criterios de Evaluación.

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

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN		Puntos
<u>Precio (Media Aritmética)- Cuadro 3A:</u>	<p>La aplicación del puntaje se realizará con el cálculo de una media aritmética para el valor mensual antes de IVA correspondiente al equipo de trabajo permanente y costos operativos y administrativos determinado en las propuestas habilitadas.</p> <p>Para el cálculo de la media aritmética se aplicará la siguiente fórmula:</p> <p>Media Aritmética de las Ofertas habilitadas:</p> $\frac{\text{Sumatoria Valor Ofertas habilitadas (por concepto de valor total mensual antes de IVA del Equipo de trabajo permanente y costos operacionales y administrativos)}}{\text{Cantidad de Ofertas habilitadas}}$ <p>Para las propuestas que oferten un valor por encima de la media aritmética, se les asignará cero (0) puntos y para las demás propuestas tendrán como puntaje el calculado proporcionalmente aplicando una regla de tres simple directa, a partir del valor total mensual antes de IVA correspondiente a Equipo de trabajo permanente y costos operacionales y administrativos (cuadro 3A), que será el que obtenga el máximo puntaje de 10 puntos.</p> <p>Nota: En todo caso la propuesta económica no debe superar el valor establecido en los términos del numeral 3.5.9 de la invitación.</p>	10
Menor Precio Cuadro 3B	<p>Obtendrá mayor puntaje la oferta que ofrezca el menor valor por concepto de equipo de trabajo variable, de conformidad con la sumatoria de los valores descritos en el cuadro 3B de la propuesta económica. Las demás propuestas obtendrán el puntaje de manera proporcional.</p> <p>Nota: En todo caso la propuesta económica no debe superar el valor establecido en los términos del numeral 3.5.9 de la invitación.</p>	8
Marco Teórico, Plan Estratégico y Propuesta Creativa	<p>Corresponde al Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa presentada por el proponente en el que se evidencien los lineamientos que guiarán la estrategia de comunicación publicitaria de la CCB en la campaña específica solicitada en el Brief.</p> <p>Obtendrá 65 puntos el proponente cuyo Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa presentada obtenga mayor puntaje en la fase II a.</p>	65

	<p>Los demás obtendrán puntaje de manera proporcional.</p> <p>Los criterios que se tendrán en cuenta para calificar el Marco Teórico, Plan Estratégico y propuesta creativa son los que se describen en el ANEXO # 5.</p> <p><u>Este puntaje será el mismo que la propuesta obtenga en la fase II.</u></p>	
Bonificados	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalidad de la producción para pauta en el medio internet: 3 puntos • Bonificación del 12% del total de la inversión - radio: 2 puntos • Bonificación del 12% del total de la inversión - periódico el Tiempo: 2 puntos. <p><u>Nota 1:</u> 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><u>Nota 2:</u> 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 3.5.7 de la Invitación.</p>	7
Director De Cuenta	El oferente que asigne un director de cuenta sin costo adicional, se le asignarán 4 puntos. El proponente que no ofrezca director no obtendrá puntaje por este concepto.	4
Certificado de Calidad:	Corresponde a la tenencia por parte del proveedor de un certificado de calidad vigente sobre el servicio objeto de esta invitación, el cual debe ser presentado junto con su propuesta.	3
Afiliación al Círculo de Afiliados de la CCB:	Corresponde al puntaje que se otorgará si el proveedor se encuentra afiliado al "Círculo de Afiliados de la CCB"	3
TOTAL		100

15. Modificar la Invitación en el sentido de crear el numeral 6.5 "PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO", de la siguiente manera:

6.5. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO: El contrato que se suscriba derivado de la invitación tendrá un plazo de ejecución de UN (01) año, a partir del 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.

ANEXO 1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

El proponente acepta y garantiza, mediante la **presentación de este anexo con la propuesta**, debidamente diligenciado y firmado por el representante legal, que cumple, acepta y garantiza a la Cámara de Comercio de Bogotá, el acatamiento de todas las características técnicas aquí descritas:

I. Descripción del Servicio

La agencia de publicidad debe realizar la creación, desarrollo, diseño, conceptualización producción, implementación y difusión de las campañas de comunicación de la CCB. Ofrecerá sus servicios acorde al procedimiento que de común acuerdo establezcan las partes, sin embargo la entidad desarrolla el siguiente proceso:

1. Cualquier proceso para el desarrollo de una campaña o pieza publicitaria se iniciará con la entrega de brief (personalmente o a través de correo electrónico) de la CCB a la Agencia de Publicidad con copia a la Central de medios
 - a. Brief es un formato que incluye información necesaria para el inicio del desarrollo de una campaña o pieza publicitaria.
2. 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.
3. Paralelamente al desarrollo creativo la Central de Medios debe desarrollar una estrategia de medios con su respectivo análisis de efectividad y se debe presentar a la CCB: la Estrategia, Flow Chart y el Presupuestos de medios.
4. La Agencia de Publicidad deberá presentar los informes, presentaciones y documentos reflejados en los entregables del eventual contrato.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. La CCB, en caso de estar de acuerdo con la propuesta presentada, deberá aprobarla vía correo electrónico por el Jefe de publicidad y/o Gerente de Comunicaciones, o por quien esta última 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.
10. 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.
11. 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.

12. 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.
13. Una vez aprobado lo referente al numeral 8, la Agencia y/o la central de medios deben requerir aprobación del presupuesto 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.
14. 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.
15. Toda campaña propuesta y aprobada por LA CAMARA, deberá ser pre-testeada para la comprobación de su efectividad antes de su publicación en los diferentes medios a contratar. Asimismo, al finalizar la campaña deberá post-testearse para determinar los efectos de la misma en los diferentes públicos objetivo.
16. Se deberán realizar estudios de mercados para las diferentes campañas publicitarias multimedios, cuando la CCB lo solicite o LA AGENCIA lo estime necesario, estos serán considerados gastos reembolsables.
17. 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.

II. 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, estos serán considerados gastos reembolsables.
- 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 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 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 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 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 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 o personal especializado en el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación en medios virtuales cuando las campañas lo requieran y sea solicitado por parte de la CCB.

III. Gastos reembolsables

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

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

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

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

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

IV. Los servicios deben cumplir con las siguientes condiciones técnicas:

- a) La Agencia de Publicidad debe contar con una Agencia BTL propia o asociada a través de cualquier modalidad de colaboración empresarial o de contratación, o contar con personal de la organización interna con equipo diferente al de la Agencia, especializada en el desarrollo conceptual, estratégico y creativo de las piezas y campañas de publicidad requeridas, diferentes a las campañas ATL incluyendo mercadeo directo, activaciones de marca y programas promocionales. Entre las funciones de esta agencia BTL estarán: diseñar y elaborar los materiales necesarios para realizar las actividades promocionales y activaciones; contratar a nombre de la CCB en eventos de terceros; cotizar proveedores; obtener permisos, licencias, autorizaciones y derechos; cumplir con los objetivos de los

eventos; realizar seguimiento; presentar informes y reportes de todas las actividades realizadas y los demás requerimientos solicitados por la CCB para llevar a cabo exitosamente las actividades contratadas.

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

- b) **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: El desarrollo de planes estratégicos y de medios para las campañas diseñadas por la Agencia ATL, desarrollo de estrategias digitales y de internet, análisis de competencia, asesoría según los estudios disponibles en el mercado (IBOPE, TGI, etc) para soportar la planificación estratégica de medios. Compra, ordenación, supervisión y chequeo de la emisión de la pauta, revisión de las facturas emitidas por cada uno de los medios y pago directamente a los medios con soporte tecnológico de última generación auditable. Elaboración y presentación de flow charts y presupuestos con su respectivo análisis de efectividad, incluyendo el monitoreo del presupuesto global asignado por la CCB. Recepción, canalización, análisis y presentación de propuestas relevantes de medios tradicionales y no tradicionales al Cliente. Presentación de informes de seguimiento por cada campaña y trimestrales con el fin de medir el alcance, salidas, inversión y la frecuencia de las campañas en los empresarios y ciudadanos. Los descuentos (Bonificados) obtenidos en negociaciones cliente / medio y/o central de medios, deben ser trasladados al cliente y evidenciables en los presupuestos de pauta. En ese orden, la central de medios se compromete a realizar todas sus actividades de manera articulada con la CCB y la Agencia ATL.

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

- c) **Equipo de Trabajo mínimo requerido:** El proponente debe ofrecer un equipo de trabajo mínimo conformado como se describe a continuación, quienes serán responsables de las actividades descritas para cada rol y de los cuáles el Ejecutivo Senior, Copy y los Diseñadores Gráficos deberán ser asignados a tiempo completo y de exclusividad para el manejo de la cuenta, en un 100%.

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

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

Personal Requerido	Perfil	Funciones Principales
Ejecutivo Senior	<p>4. Profesional en mercadeo, publicidad, comunicación o administrativas y afines</p> <p>5. Experiencia mínima de 3 años en el manejo de cuentas nacionales o internacionales de consumo masivo o servicios.</p> <p>6. Dedicación Exclusiva del 100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la ejecución de campañas publicitarias • Supervisar toda la producción de campañas. • Manejar el tráfico interno. • Tramitar los ajustes, tiempos y movimientos. • Llevar a cabo el proceso de apertura de órdenes de trabajo (OT) • Llevar a cabo el proceso facturación. • Coordinar los procesos administrativos y coordinación del proceso creativo y de producción. • Atender diariamente las solicitudes por parte de la CCB.
Copy (1)	<p>4. Profesional en comunicación social y periodismo, publicidad, mercadeo o afines.</p> <p>5. Experiencia mínima de 3 años en desarrollo y conceptualización de campañas publicitarias.</p> <p>6. Dedicación Exclusiva del 100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el desarrollo conceptual de las piezas publicitarias. • Definir y aprobar los textos de todas las piezas. • Dirigir y supervisar los procesos de producción cuando así se requiera. • La función de escribir – revisar – corregir textos y ortografía de la lengua española e inglesa.
Diseñadores Gráficos Senior (2)	<p>4. Profesionales en diseño gráfico, publicidad, mercadeo, arquitectura, comunicación o afines.</p> <p>5. Experiencia mínima de 3 años en temas relacionados con el diseño gráfico.</p> <p>6. Dedicación Exclusiva del 100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el desarrollo conceptual/ gráfico de las piezas publicitarias. • Definir y proponer las imágenes, fotografías, ilustraciones o cualquier otro elemento gráfico.

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

NOTA: 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 solicitara al supervisor del contrato el cambio respectivo, enviado los documentos soportes del profesional que permitan validar el cumplimiento de los requisitos solicitados.

Acepto y Garantizo

SI

NO

Firma Representante Legal

Razón Social:

NIT:

Nombre:

C.C. No.;

**ANEXO 3
PROPUESTA ECONÓMICA**

El proponente debe cotizar en éste documento los ítems solicitados e incluir todos los costos directos/indirectos en que se incurra de acuerdo con los puntos 3 A y 3 B.

3 A - Equipo de trabajo permanente y costos operacionales y administrativos					
Equipo de trabajo	Cantidad	Dedicación del equipo	Valor mensual antes de IVA	Valor IVA	Valor total mensual incluido IVA
Ejecutivo Senior	1	100%			
Copy	1	100%			
Diseñadores Gráfico Senior	2	100%			
Costos operacionales y administrativos	No aplica	No aplica			
VALOR TOTAL MENSUAL ANTES DE IVA					

3A Propuesta económica: El valor total mensual antes de IVA de la propuesta no podrá ser superior a la suma de **VEINTICINCO MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$25.000.000)** antes de IVA.

3B- EQUIPO DE TRABAJO VARIABLE					
Equipo de trabajo	Cantidad	Dedicación del equipo	Valor por hora de trabajo antes de IVA	Valor IVA	Valor total hora de trabajo incluido IVA
Planner de medios (Variable)	1	Por hora			
Planner estratégico (Variable)	1	Por hora			
Director Creativo (Variable)	1	Por hora			
Director de estrategia digital (Variable)	1	Por hora			
Otros profesionales (Variable)	1	Por hora			
VALOR TOTAL HORAS DE TRABAJO ANTES DE IVA					

3B-Propuesta económica: El valor total mensual por concepto de bolsa de recursos del Equipo de trabajo Variable, con que contará LA AGENCIA DE PUBLICIDAD será hasta por la suma de **DIEZ MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$10.000.000)** antes de IVA., los cuales se afectarán de acuerdo con las necesidades de la CCB.

La CCB se reserva el derecho de contratar o no los servicios del equipo de trabajo variable. En caso de requerir estos servicios, las cantidades, el tiempo y personal, serán aprobadas por la CCB

El proponente que presente su propuesta económica por fuera de los rangos antes señalados no será considerado.

Tiempo de validez de la propuesta: noventa (90) días

En caso que el proponente no cotice todos los ítem aquí solicitados o cotice otros diferentes, la **PROPUESTA SERA RECHAZADA.**

Nota 1: El equipo de trabajo variable debe hacer parte de la planta de personal, de conformidad con el organigrama presentado por el proponente.

Nota 2: Los profesionales que se indican como "(variables)" y otros profesionales (variables) deben corresponder a profesiones afines a comunicación y publicidad. Adicionalmente frente al Item "Otros profesionales (Variable)", deben poseer como mínimo un (01) año de experiencia

Atentamente,

Nombre y firma del Representante Legal
C.C. No. Expedida en

**ANEXO # 5:
Calificación Plan Estratégico**

El plan estratégico deberá ser presentado por la agencia proponente ante el comité evaluador que estará integrado por el comité de presidencia y 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 14 puntos la propuesta con mejor estructura clara y lógica de presentación, en el cual se demuestre un alto grado de conocimiento de la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.</p>
<p>Propuesta Creativa de Campaña 27 puntos Hace referencia al desarrollo de la propuesta creativa de la campaña</p>	<p>Hasta 13 puntos a quién presente la mejor creatividad en relación con lo solicitado en el Brief, cumpla con los objetivos de la campaña, claridad en el mensaje. 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 Hasta 7 puntos a quién desarrolle la mejor propuesta gráfica de la campaña (composición, uso gráfico, fotográfico, etc.)</p>
<p>Marco Conceptual y Propuesta Estratégica 20 puntos Hace referencia al desarrollo e implementación de la estrategia presentada.</p>	<p>Hasta 9 puntos la propuesta con la mejor estructura, clara y lógica de presentación.</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 6 puntos quien proponga con la implementación de la estrategia, como 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 2 puntos a quien presente 2 casos de éxito 4 puntos quien presente evidencia de resultados exitosos, en 3 o más compañías para las que hayan implementado planes estratégicos.</p> <p><i>Estos Casos de Éxitos deben ser presentados como adjuntos al Plan Estratégico el día de la presentación. Estos casos serán</i></p>

	<i>revisados por el comité evaluador luego de la presentación.</i>
--	--

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, 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? ¿Cuál es el problema a 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

ANEXO No. 6- Proyecto de contrato

CONTRATO DE MANDATO

CONTRATO No.	620000XXXX/2015
CONTRATANTE	CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ (en adelante LA CÁMARA). 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.
NIT	860.007.322-9
DOMICILIO	Bogotá D.C.
REPRESENTADA LEGALMENTE POR	MÓNICA DE GREIFF , mayor de edad, domiciliada en Bogotá, identificada con la cédula de ciudadanía No. 41.658.335, obrando en calidad de Presidente Ejecutiva de LA CÁMARA.
CONTRATISTA	XXXXXXXXXXXXXXXX (en adelante LA AGENCIA)
NIT	XXXXXXXXXXXXXXXX
REPRESENTANTE LEGAL (SUPLENTE)	XXXXXXXXXXXXXXXX , identificado con C.C. No. XXXXXXXXXXX, en calidad de XXXXXXXXX.
DATOS DE CONSTITUCIÓN	XXXXXXXXXXXXXXXX
DOMICILIO	Bogotá D.C.
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
<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 4 y 6 del Decreto 2042 de 2014 “<i>por el cual se reglamenta la Ley 1727 de 2014, el Título VI del Libro Primero del Código de Comercio y se dictan otras disposiciones</i>”, LA CÁMARA 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 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</p>	

que ejecutará el presente contrato fue recomendado por el Comité Asesor de Contratación del día xx de xx de 2015. **7)** El presente contrato se realiza de acuerdo con lo establecido en el artículo 166 del Decreto-Ley 019 de 2012 que establece que: “(...) *Los ingresos provenientes de los registros públicos y los bienes adquiridos con éstos, continuarán afectos a las funciones atribuidas a las Cámaras de Comercio por la ley o por el Gobierno Nacional en aplicación del numeral 12 del artículo 86 del Código de Comercio. (...)*” y de acuerdo con el artículo 182 de la Ley 1607 de 2012 relativo a la tasa contributiva a favor de las Cámaras de Comercio, en el cual se dispone que: “(...) *Los ingresos provenientes de las funciones de registro, junto con los bienes adquiridos con el producto de su recaudo, continuarán destinándose a la operación y administración de tales registros y al cumplimiento de las demás funciones atribuidas por la ley y los decretos expedidos por el Gobierno Nacional, con fundamento en el numeral 12 del artículo 86 del Código de Comercio. (...)*” **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) ALCANCE DEL OBJETO:** LA CÁMARA otorga a LA AGENCIA un mandato sin representación para que, actuando como mandataria sin representación, contrate en su nombre a los terceros proveedores requeridos para el cumplimiento del objeto contratado, todo de conformidad con lo pactado en el presente contrato y sus Anexos. **3) ANEXOS:** Forman parte integral del presente contrato como anexos y vinculan jurídicamente a las partes, los siguientes documentos: a) La propuesta presentada por LA AGENCIA el xxx de xxx de xxxx 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. **4) ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:** LA AGENCIA debe desarrollar el objeto del contrato de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas en el anexo No. 1 de la Invitación. **5) 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 y para que contrate en su nombre a los terceros proveedores requeridos para el cumplimiento del objeto contratado, todo de conformidad con lo pactado en el presente contrato y sus Anexos. **6) OBLIGACIONES DE LA AGENCIA:** **1.** Dar cumplimiento al organigrama de áreas principales presentado a la CCB, las cuales soportarán y apoyarán el desarrollo estratégico – planeación – creativo – producción interna y externa – medios – Internet y cada una de soporte para el efectivo desarrollo de campañas y actividades estratégicas de marca y producto. **2.** Tener conocimiento del 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. **3.** 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 y el estilo utilizado de acuerdo con el lineamiento de LA CÁMARA y sus grupos objetivo. La supervisión y dirección durante el proceso de preproducción externa de todas las piezas creativas que serán difundidas a través los diferentes medios de comunicación y de producción gráfica que requiera la entidad. Estas piezas deben estar orientadas al posicionamiento y penetración de LA CÁMARA en el mercado local, nacional e internacional. **4.** 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. **5.** La búsqueda de al menos 3 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. **6.** La revisión y evaluación periódica de 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. **7.** Dado al índice creciente de penetración de Internet en Colombia, LA CÁMARA ha fortalecido sus estrategias de virtualización de servicios, por lo que requiere los servicios de una unidad especializada en el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación en medios virtuales que incluya entre otros: a. Asesoría en estrategia, diseño y desarrollo de comunicaciones a través y para Internet. b. Diseño de las campañas en Internet y medios virtuales requeridas para implementar las estrategias de comunicación. c. Coordinación de la producción de las campañas en Internet y medios virtuales. d. Supervisar el diseño y la producción de las piezas a las que haya lugar para las campañas en Internet y medios virtuales. e. Entrega de informes periódicos de los resultados de las campañas publicitarias. **8. 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 CÁMARA, para hacer una revisión general de todos los trabajos en curso. De esta y las demás reuniones se debe generar un reporte y/o acta de la reunión a cargo de LA AGENCIA, dentro de las 24 horas siguientes a la reunión, como también un status report (Acta de reunión). De los acuerdos se deberá dejar constancia por escrito. LA AGENCIA debe asistir a otras reuniones cuando LA CÁMARA lo requiera. **9. UNIDAD ESPECIALIZADA EN COMUNICACIÓN.** Para el desarrollo de las actividades descritas en los párrafos anteriores, LA AGENCIA cuenta directamente con una unidad especializada en comunicación a través de Internet, o medios alternativos y nuevas tácticas que permitan el acceso a diferentes targets y que sean efectivos para la labor de difusión de LA CÁMARA. **10.** 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. **11.** Desarrollar los tratamientos gráficos a nivel de bocetos y de conceptos de campañas publicitarias, de piezas de mercadeo directo o promocional, a nivel de bocetos para los medios requeridos (televisión, radio, revistas, prensa, vallas, correo directo, material pop y los demás que sean solicitados por LA CÁMARA o que se encuentren disponibles en el mercado). **12.** Realizar dentro de los términos y tiempos establecidos por LA CÁMARA, planes de desarrollo creativo, producción de radio, televisión y material impreso. **13.** Asumir el costo de las artes finales de las piezas gráficas requeridas en la ejecución del presente contrato. **14.** 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. **15.** Efectuar el desarrollo creativo a nivel de bocetos de las piezas de mercadeo directo y promocional. **16.** 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. **17.** 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. **18.** 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. **19.** Realizar la búsqueda de al menos tres proveedores para la producción externa y presentar a LA CÁMARA el análisis de cotizaciones y recomendaciones sobre las mejores condiciones para la contratación, para lo cual deberá dar cumplimiento a lo establecido en el Manual de Contratación y Compra de Bienes y Servicios de LA CÁMARA en lo relacionado con el número de cotizaciones y el proceso de evaluación de proveedores que debe adelantar dependiendo de la naturaleza y cuantía del bien o servicio a contratar. LA AGENCIA deberá entregar a LA CÁMARA 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. **20.** Contratar en su nombre, 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. 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 Junta Directiva de LA CÁMARA para la inversión publicitaria de la entidad. **21.** Trasladar a LA CÁMARA los descuentos o beneficios otorgados por los terceros a LA AGENCIA en desarrollo de las actividades propias con LA CÁMARA. **22.** 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. **23.** 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. **24.** Diseñar estrategias, tácticas y compra de medios para cada campaña diseñada y aprobada por LA CÁMARA. **25.** Realizar directamente el envío de artes y materiales a los diferentes medios contratados en desarrollo del presente contrato. **26.** Asignar para la ejecución de los compromisos un equipo de trabajo exclusivo, conformado cuando menos por el número de personas y cargos señalados en el ANEXO # 1, 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 realizar sus funciones con la misma dedicación y tiempos acordados, que no afecten al resto del equipo de LA AGENCIA. **27.** 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. **28.** Presentar a LA CÁMARA en papel y en medio magnético los informes que ésta le solicite en cualquier momento sobre requerimientos específicos o sobre las actividades desarrolladas para el cumplimiento del eventual contrato. **29.** Presentar los reportes e informes dentro de los plazos que LA CÁMARA le indique para cada requerimiento, campaña o evento. **30.** 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. **31.** 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. **32.** 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. **33.** 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. **34.** Abstenerse de utilizar la información entregada por LA CÁMARA para cualquier fin distinto a las actividades propuestas por LA CÁMARA. 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. **35.** Atender las recomendaciones y sugerencias de LA CÁMARA para la ejecución de las actividades. **36.** Contratar, capacitar y supervisar por su propia cuenta el personal experto e idóneo para realizar las actividades necesarias para la ejecución del 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. **37.** 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. **38.** Contar con la infraestructura física, tecnológica, de sistemas y logística requerida para garantizar la satisfacción las

obligaciones con LA CÁMARA. **39.** Responder ante LA CÁMARA por todas las fallas, errores, negligencias, anomalías o inconsistencias que se presenten en la prestación del servicio. **40.** 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. **41.** 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. **42.** 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 Presidenta Ejecutiva de LA CÁMARA, o con la gerente de relacionamiento 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. **43.** 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. **44.** 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. **45.** Toda campaña propuesta y aprobada por LA CAMARA, deberá ser pre-testeada para la comprobación de su efectividad antes de su publicación en los diferentes medios a contratar. Asimismo, al finalizar la campaña deberá post-testearse para determinar los efectos de la misma en los diferentes públicos objetivo. **46.** Se deberán realizar estudios de mercados para las diferentes campañas publicitarias multimedios cuando la CCB lo solicite o LA AGENCIA lo estime necesario. **47.** 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.

7) 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. Especialmente, LA CÁMARA se obliga a informar a LA AGENCIA las disposiciones de su manual de contratación, aplicables en la contratación con terceros y a informar cuando se presenten modificaciones en dicho manual. d) Las demás que se deriven de la naturaleza del presente contrato. **8) VALOR DEL CONTRATO Y FORMA**

DE PAGO: Por la totalidad del objeto pactado y las actividades derivadas del presente contrato, LA CÁMARA se obliga a pagar a LA AGENCIA a título de remuneración, hasta la suma de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, más el IVA correspondiente o el que haga sus veces de acuerdo a lo establecido en la Ley 1607 de 2012. **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: negativos, selecciones a color, alquiler 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 materiales a enviar a proveedores .
11. El costo de los espacios en medios de comunicación ordenados por LA CÁMARA.

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 o fee 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 público y privado. Teniendo en cuenta que las prestaciones del contrato serán pagadas totalmente con dineros de origen público, 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. **PARÁGRAFO QUINTO: FORMA DE PAGO.** El valor correspondiente a la remuneración de los servicios de LA AGENCIA será pagado por LA CÁMARA a la agencia de acuerdo con el personal empleado y los costos operacionales en mensualidades vencidas, hasta por la suma de TREINTA Y CINCO MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE (\$35.000.000) antes de IVA., más el IVA respectivo, previa prestación de los servicios correspondientes a cada período mensual y presentación de la factura respectiva, donde se detalle el equipo de trabajo y su dedicación, al igual que los costos operacionales en los que incurrió LA AGENCIA en el respectivo mes, todo lo anterior a entera satisfacción de LA CÁMARA. Los valores correspondientes a los gastos reembolsables en que incurra LA AGENCIA en ejecución del mandato aquí conferido, serán pagados dentro del mes siguiente a la fecha en que hayan sido causados, previa presentación de la relación de los gastos correspondientes al período mensual respectivo y los soportes correspondientes, todo a entera satisfacción de LA CÁMARA. LA AGENCIA, no podrá facturar sin haber entregado los bienes o prestados los servicios a satisfacción de LA CÁMARA. Si lo

hace, LA CÁMARA procederá con la devolución inmediata de la factura. **10) 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. **11) PLAZO DE EJECUCIÓN:** El presente contrato tendrá un plazo de ejecución de UN (01) año, a partir del 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. **12) 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. **13) 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. **14) SUPERVISOR:** La supervisión del presente contrato será ejercida por la Jefe de Prensa de la Gerencia de Comunicaciones o quien haga sus veces. **PARÁGRAFO PRIMERO. FUNCIONES DEL SUPERVISOR DEL CONTRATO:** Las personas encargadas de la supervisión del contrato cumplirán con lo previsto en el Manual de Supervisión e Interventoría de LA CÁMARA, entre otras: a) Adoptar las medidas necesarias tendientes a mantener, durante el desarrollo y ejecución del contrato, las condiciones técnicas, económicas y financieras existentes en el momento de la suscripción del mismo. b) Recomendar y solicitar la imposición de sanciones oportunamente, cuando considere incumplida una obligación contractual exigible, expresando las razones por las que considera el incumplimiento. c) Aprobar las cuentas derivadas del cumplimiento del contrato. d). Verificar los pagos realizados en virtud del contrato. e) Hacer seguimiento del plazo de ejecución del contrato o de sus prórrogas y solicitar con la debida antelación cualquier modificación contractual en caso de ser necesaria. d) Aprobar y solicitar cualquier modificación al cronograma de actividades presentado por LA AGENCIA. e) Rechazar los

bienes y/o servicios cuando no cumplan con los requerimientos técnicos exigidos y solicitar su reemplazo. f) Aprobar los entregables descritos en la cláusula cuatro (4) del presente contrato. **15) 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. **16) CONFIDENCIALIDAD:** LA AGENCIA, sus dependientes y subcontratistas se abstendrán de divulgar, publicar o comunicar a terceros información, documentos, planos o fotografías relacionados con las actividades de LA CÁMARA que conozcan por virtud de la ejecución del presente contrato o por cualquier otra causa. Para estos efectos, las partes convienen que toda la información que reciban LA AGENCIA y/o sus dependientes, referente a LA CÁMARA, se considera importante y confidencial, y divulgarla o transmitirla puede lesionar los intereses de LA CÁMARA o su reputación. LA AGENCIA y/o sus dependientes se abstendrán igualmente de utilizar cualquier información procedente de LA CÁMARA para cualquier fin diferente a la ejecución del presente contrato y no hará uso externo de los formatos y documentación que le sea entregada, por cuanto son para el desarrollo del objeto del presente contrato y son propiedad exclusiva de LA CÁMARA. 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 LA AGENCIA. **17) INHABILIDADES, INCOMPATIBILIDADES Y CÓDIGO DE ÉTICA:** LA AGENCIA declara bajo la gravedad del juramento, que se entiende prestado con la suscripción del presente documento, no encontrarse incurso en causal alguna de inhabilidad, incompatibilidad legal o conflicto de interés para contratar con LA CÁMARA. LA AGENCIA acepta que ha revisado el documento denominado Código de Ética para Contratistas, que se encuentra publicado en la página web www.ccb.org.co en su versión de junio de 2007. **18) CESIÓN DEL CONTRATO:** En ningún caso LA AGENCIA 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 LA AGENCIA. **19) CLÁUSULA PENAL:** Salvo que se trate de causas atribuibles exclusivamente a LA CÁMARA, LA AGENCIA pagará a LA CÁMARA sin necesidad de previo requerimiento, por la inejecución total o parcial de las obligaciones a su cargo, contraídas en virtud del presente contrato, una suma equivalente al 20% del valor total estimado del mismo. La presente cláusula penal no tiene el carácter de estimación anticipada de perjuicios, ni su pago extinguirá las obligaciones contraídas por LA AGENCIA en virtud del presente contrato. En consecuencia, la estipulación y el pago de la pena dejan a salvo el derecho de LA CÁMARA de exigir acumulativamente con ella el cumplimiento o la resolución del contrato, en ambos casos con indemnización de perjuicios. LA AGENCIA manifiesta y acepta que LA CÁMARA compense el valor correspondiente que eventualmente resulte de la pena estipulada con las deudas que existan a su favor y que estén a cargo de LA CÁMARA, ya sea en virtud de este contrato o de cualquier otro que se haya suscrito entre las mismas partes, o por cualquier otro concepto. **20) MULTAS Y SANCIONES.** LA CÁMARA, aplicará multas diarias hasta del 0.1% del valor total estimado del contrato, hasta cumplir un porcentaje máximo del quince (15%) en los siguientes eventos: a) Por el incumplimiento de cualquiera de las obligaciones a cargo de LA AGENCIA estipuladas en el contrato, dentro del plazo contractual previsto para cada una de ellas. b) Por el cumplimiento imperfecto de las obligaciones a cargo de LA AGENCIA. c) Por el retraso o demora en el cumplimiento de sus obligaciones de carácter laboral. d) Por incumplimiento en el término para liquidar el contrato o por no allegar los documentos requeridos para tal fin (cuando se requiera). d) Por el incumplimiento en el deber de confidencialidad de la información por LA AGENCIA, sus empleados, subcontratistas o dependientes, por lo cual pagará a LA CÁMARA una suma equivalente al 5% del valor del contrato. **PARÁGRAFO: PROCEDIMIENTO.** La multa 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 LA AGENCIA. Se aplicará una multa diaria hasta que LA AGENCIA cese la conducta que dio origen a la multa, sin perjuicio de que LA CÁMARA pueda dar por terminado anticipadamente el contrato por incumplimiento grave de LA AGENCIA. LA AGENCIA acepta que LA CÁMARA descuenta el valor de las multas consagradas en la presente cláusula de las sumas que le adeude a LA AGENCIA, en virtud del presente contrato o de cualquier otro

crédito que exista a cargo de LA CÁMARA y a favor de LA AGENCIA. El pago de las multas 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 LA AGENCIA o para la exigencia de la cláusula penal, no será necesario que LA CÁMARA imponga previamente multas a LA AGENCIA. El procedimiento mínimo para la aplicación de cualquier sanción contractual será el siguiente: (i) El Supervisor del Contrato comunicará por escrito a LA AGENCIA el presunto incumplimiento presentado. (ii) Recibida la comunicación, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes, LA AGENCIA 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 LA AGENCIA, 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 LA AGENCIA 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 el vencimiento del plazo de ejecución. c) Por mutuo acuerdo entre LA CÁMARA y LA AGENCIA. d) Por fuerza mayor o caso fortuito. e) Por imposibilidad técnica, administrativa y/o legal de continuar con la ejecución del presente contrato. f) De manera unilateral e inmediata cuando LA AGENCIA se encuentre incurso en cualquier causal de inhabilidad, incompatibilidad o conflicto de interés para contratar con LA CÁMARA. g) En cualquier momento, por decisión unilateral de LA CÁMARA. Sin embargo, en este evento, LA CÁMARA deberá informar por escrito a LA AGENCIA su intención en ese sentido con una antelación no menor a treinta (30) días calendario a la fecha en que pretenda hacer efectiva la terminación. h) Por las demás causales señaladas en el presente contrato o en la ley. **PARÁGRAFO PRIMERO. EFECTOS DE LA TERMINACIÓN:** Las partes de mutuo acuerdo podrán terminar anticipadamente el presente contrato, mediante documento en el cual manifiesten los motivos de la terminación, suscrito por las partes. **22) ACTA DE LIQUIDACION DEL CONTRATO.** El ACTA DE LIQUIDACIÓN de este CONTRATO instrumentará el paz y salvo entre las partes derivado de la ejecución de las prestaciones a cargo de cada una de ellas y los efectos transaccionales de la relación jurídica entre las mismas partes. La liquidación final de este CONTRATO se podrá realizar dentro de los cuatro (4) meses siguientes a la fecha de terminación del plazo de ejecución del CONTRATO, la cual será suscrita por parte de LA AGENCIA y la CAMARA, en donde quedará constancia entre otras cosas de lo siguiente: a) Estado contable del CONTRATO y valor final del CONTRATO pagado a LA AGENCIA por parte de la CAMARA. b) Los datos actualizados de la garantía otorgada por LA AGENCIA y/o de las pólizas pactadas en el presente CONTRATO con sus respectivos amparos y vigencias. c) La relación y constancia del cumplimiento de las obligaciones a cargo de LA AGENCIA y de la CAMARA y que se encuentran a paz y salvo. d) La constancia de las multas y sanciones que se hayan impuesto al CONTRATISTA. e) Los demás aspectos técnicos relevantes que se deba considerar. f) La implementación de un acuerdo transaccional de la relación jurídica entre las partes en virtud del presente CONTRATO **23) INDEMNIDAD:** LA AGENCIA 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 que LA CÁMARA resultara demandada por hechos derivados de la ejecución del presente contrato y que sean imputables a LA AGENCIA. Esta cláusula también se aplicará cuando existan quejas o reclamos por compensaciones laborales de los trabajadores de LA AGENCIA y en todo caso de demandas civiles, laborales, penales, administrativas, etc. por dolo o culpa de LA AGENCIA. LA AGENCIA 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, 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, LA CÁMARA notificará a LA AGENCIA, quien asumirá de inmediato la defensa de LA CÁMARA. Si LA AGENCIA, 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 LA AGENCIA, la defensa que considere necesaria, cuyos costos y las indemnizaciones a las que hubiere lugar correrán por cuenta

exclusiva de LA AGENCIA, pudiendo LA CÁMARA repetir contra LA AGENCIA. **24) MECANISMOS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:** Las partes contratantes acuerdan que en el evento de que surjan diferencias entre ellas, por razón o con ocasión del presente Contrato, las mismas buscarán los mecanismos alternativos de solución controversias, tales como: conciliación, transacción, amigable composición entre otros. **25) CLAUSULA COMPROMISORIA:** Cualquier diferencia, conflicto o incumplimiento que surja entre las partes con ocasión de la suscripción, ejecución, interpretación, terminación o liquidación del presente contrato, 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 un (1) árbitro nombrado de común acuerdo entre las partes. En caso de que las partes no puedan ponerse de acuerdo en el nombramiento del árbitro dentro del mes siguiente al surgimiento de la diferencia, delegan su nombramiento al Director del Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Superintendencia de Sociedades para que lo designe conforme al reglamento del Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Superintendencia de Sociedades – Bogotá. b) El Árbitro deberá ser abogado colombiano, inscrito en las listas de árbitros del Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de la Superintendencia de Sociedades. c) La organización interna del Tribunal se sujetará a las reglas previstas para el efecto por el Centro de Arbitraje y Conciliación de Cámara de Comercio de Bogotá, en lo no regulado en la presente cláusula. d) El Tribunal funcionará en la ciudad de Bogotá, en el Centro de Arbitraje y Conciliación de Cámara de Comercio de Bogotá. 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. **26) MODIFICACIONES:** Todas las modificaciones que se efectúen al presente contrato deberán constar por escrito suscrito por las partes contratantes. **27) INTEGRIDAD Y DIVISIBILIDAD:** 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. **28) 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. **29) INSTRUMENTACIÓN:** LA AGENCIA se obliga a suscribir el presente contrato y aportar los documentos correspondientes establecidos en el mismo, a más tardar dentro de los cuatro (4) días hábiles siguientes a la fecha en que le sea comunicado por LA CÁMARA que el documento se encuentra listo para ser firmado. LA AGENCIA acepta que LA CÁMARA podrá desistir de contratar lo previsto en este documento en caso que LA AGENCIA incumpla el término aquí señalado y no entregue a LA CÁMARA oportunamente firmado el contrato y los documentos atrás señalados, sin que se genere indemnización alguna y sin que se requiera para ello notificación de cualquier naturaleza. **30) 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 por parte de LA CÁMARA y la presentación ante LA CÁMARA del documento que acredite la afiliación y pago al régimen de Seguridad Social Integral, ARL y el pago de aportes parafiscales de LA AGENCIA o su personal (*cuando aplique*).

Las partes manifestaron su consentimiento sobre el objeto del presente contrato y en constancia de lo cual firman el XXXXX de XXXXXXXXXX .

LA CÁMARA

MÓNICA DE GREIFF

LA AGENCIA

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

NOTA: El contenido del presente anexo puede ser modificado por la CCB, acorde con la adjudicación, de acuerdo con la necesidad de la prestación del servicio.

Las demás disposiciones de la invitación que no han sido modificadas mediante la presente adenda, continúan vigentes en tanto no sean contrarias a las modificaciones aquí adoptadas.

Cámara de Comercio de Bogotá

[Fin de la adenda]