


Código		Formato		
10-10.2-F-074-v.1		Formato para la Formulación de Preguntas por parte de los proveedores en etapa de aclaraciones		
Fecha de emisión				
22	8	2019		
Elaborado por: Adriana Surmay- Profesional especializado II Gerencia de Abastecimiento		Revisado por: María Victoria Zambrano I- Profesional especializado II Gerencia de Abastecimiento		Aprobado por: Carlos Andres Cleves Gerente de Abastecimiento (E)
INVITACIÓN PÚBLICA N° 7200001105				
OBJETO DEL PROCESO: contratar "El servicio de una agencia de publicidad integral para diseñar, desarrollar e implementar estrategias creativas de captación, potencialización, fidelización, retención y relacionamiento de los diferentes segmentos de clientes de ETB, de conformidad con las estipulaciones de los términos de referencia, los anexos, y el Manual de contratación de ETB, el cual debe ser consultado en la página www.etb.com"...				
FORMATO PARA FORMULACIÓN DE PREGUNTAS POR PARTE DE LOS PROVEEDORES				
PREGUNTA No.	NUMERAL TÉRMINOS DE REFERENCIA Y/O	PREGUNTA PROVEEDOR		RESPUESTA ETB
1	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.5.1 Caso de éxito del oferente	Se menciona un total máximo de 100 puntos en el título del numeral, luego un máximo de 140 puntos en el texto descriptivo del numeral y finalmente una sumatoria de 110 puntos en el cuadro por ítem calificado. ¿Cuál es el puntaje máximo para este punto?		Quedó ajustado en los términos.
2	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.5.2 Caso creativo hogares	Se menciona un total máximo de 310 puntos en el título del numeral, luego un máximo de 320 puntos en el texto descriptivo del numeral y finalmente una sumatoria de 310 puntos en el cuadro por ítem calificado. ¿Cuál es el puntaje máximo para este punto?		Quedó ajustado en los términos.
3	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.7.2 Creatividad, diseño y producción	Presentar como mínimo dos (2) conceptos creativos con su respectivo planteamiento estratégico y cronograma de ejecución, contemplando ajustes y fecha final de entrega acorde con las necesidades manifestadas por ETB. Entendiendo el requerimiento técnico de hogares y empresas ¿Significa una entrega de 4 campañas?		No, esto forma parte de las obligaciones del contrato resultante del objeto de esta invitación no para la evaluación técnica.
4	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.7.2 Creatividad, diseño y producción	El Contratista deberá realizar propuesta creativa, diseño, artes finales y producción de piezas para todos los medios que se propongan, tales como radio, televisión, impresos, exteriores, digitales o los que surjan, según el caso y de acuerdo con las necesidades específicas del plan de medios y objetivos de campaña. ¿Se debe considerar el envío de archivos editables, proyectos, de impresión (AF) dentro del paquete? ¿Se permite la entrega por medio magnético entendiéndose el peso proyectado de archivos por campaña?		No, esto forma parte de las obligaciones del contrato resultante del objeto de esta invitación no para la evaluación técnica. Para el cumplimiento de los numerales 3.5.1, 3.5.2 y 3.5.3 se debe presentar en digital junto con la oferta, durante la evaluación del proceso no se solicitan editables, proyectos ni artes finales para impresión. El peso máximo que soporta la plataforma Ariba es de 100MB por archivo
5	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.7.2 Creatividad, diseño y producción	En relación a todos los servicios y actividades mencionadas dentro del numeral que incluyen los servicios de la agencia, no se hace una distinción clara entre los elementos esperados de presentación del brief y la expectativa de productos y servicios de agencia. ¿Se podría delimitar?		El numeral 3.7.2 hace referencia a las obligaciones del contrato productos de esta invitación, no del proceso de evaluación y calificables. Los briefs que corresponden a los anexos técnicos 2A y 2B detallan el alcance de los numerales 3.5.2 y 3.5.3 que son sujetos a evaluación creativa, esto también se detalló en la presentación de la reunión de entendimiento.
6	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.7.2 Creatividad, diseño y producción	En el mismo numeral se menciona: Envíos de correos electrónicos, correos directos, sms, adquisición, distribución y entrega de premios, incentivos o material pop utilizado para los clientes de ETB. Para este caso, ¿la agencia proponente debe incluir la sugerencia de plataforma(s) para CRM y marketing directo?		El numeral 3.7.2 hace referencia a las obligaciones del contrato producto de esta invitación, no del proceso de evaluación y calificables. Durante la ejecución del contrato, la agencia deberá sugerir plataformas para el cumplimiento de esta obligación cuando la ejecución así lo requiera.
7	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.7.3 Gestión con proveedores	Se menciona en el cuarto párrafo "para actividades catalogadas como eventos corporativos contratadas a través de un tercero, los gastos administrativos o servicio agencia requeridos nunca deberán superar el 13% del valor de este" y posterior en el noveno "Para los proyectos de vinculación de marca gestionadas a través de un tercero los gastos administrativos y de agencia no podrán superar el 4%." ¿Cuál es el porcentaje de compra delegada y de comisión adecuada a considerar en la propuesta?		Los porcentajes son distintos porque son actividades distintas: - Un evento corporativo tiene implicaciones de producción y gestión, tiene una connotación de evento propio, en este caso el tope máximo a pagar por ETB es de 13%. - Una vinculación de marca corresponde a la participación de ETB como aliado de marca en eventos realizados por terceros (actividades deportivas, festivales, congresos, conciertos, entre otros) en este caso el porcentaje máximo a pagar es de 4%.

8	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.8 Habilitantes	Se menciona "Exclusividad de categoría para ETB. Acreditar que no maneja a nivel local (Colombia) marcas, y/o productos de ninguna compañía de telecomunicaciones que sea competencia directa o indirecta de ETB. Entiéndase proveedores de servicios de Internet, televisión por suscripción, larga distancia, telefonía ip, móviles, telefonía fija, transmisión de datos, tarjetas de llamadas, entre otros." Entendiendo que cheil puede desempeñar procesos de creación de materiales, campañas, mensajes y en general comunicación para competencia de ETB a través de su cliente Samsung, ¿constituye esto una restricción para poder presentar una propuesta desde Cheil Colombia?	El numeral 3.8 define que el proponente debe "acreditar que no maneja a nivel local (Colombia) marcas, y/o productos de ninguna compañía de telecomunicaciones que sea competencia directa o indirecta de ETB", en este caso estarían manejando de forma indirecta información y comunicación para la competencia de ETB.
9	GENERAL (Anexo Tecnico 2B Brief Caso Vp Empresas y Ciudades Inteligetes)	¿Qué duración tiene el evento de B2B?	8:00 a.m. a 5:00 p.m.
10		¿Qué ppto tiene el evento B2B?	\$500.000.000
11		¿Cuáles son los dolores de la marca en la ejecución B2B? ¿Qué aprendizajes dejaron las anteriores ediciones?	Dolores: Proceso de convocatoria y alianzas con medios digitales
12		Dentro del detalle de pilares hay dos focos y/o targets ¿tenemos algún buyer person y/o profundización de estas dos audiencias? (Empresas / Ciudades Inteligetes)	no existe buyer persona
13		¿Cuáles son los aliados estratégicos detallados en Caso ETB Trending Summit 2025?	Axede, Yeapdata, Silice, Fortinet, AWS, Verytel, Skynet, Analítica
14		Dentro del detalle de Caso ETB Trending Summit 2025 se hace mención de speakers participantes ¿dentro de la propuesta debemos sugerir speakers?	si
15		GENERAL (Anexo Tecnico 2A Brief caso Vp Hogares y Mipymes)	¿Cuáles fueron los resultados de la última campaña desplegada conocida como "Está en ti" (2022) en relación a indicadores de negocio y AW de la marca? ¿En dónde fue desplegada esta campaña y cuál fue el impacto medible en Bogotá-región?
16	Luego de esta campaña, ¿ETB ha generado alguna otra campaña de comunicación de gran envergadura?		Está en ti es el mensaje de campaña que sigue vigente.
17	¿Por qué no se ha hecho una campaña basada en colombianidad / Bogotaneidad?		Esta información forma parte de las decisiones estratégicas de la organización, sin embargo en el año 2020 se hizo referencia a ETB como una empresa Bogotana y Colombiana.
18	¿La percepción de conservadora, tradicional y poca innovación está afectando las ventas? ¿Tienen algún estudio que lo respalde?		Si, lo tenemos, si embargo esta información forma parte de las evaluaciones estratégicas de la organización y no forman parte de la información susceptible a entrega en este proceso de invitación.
19	¿Cuál es el scope/alcance con cada una de las agencias; Digital, Trade y Creativa? ¿Cómo es el flujo de entregas entre cada una de las agencias?		En el capítulo III de los términos de referencia están definidas las obligaciones del contrato resultante de esta invitación, todas las que ahí no figuren no forman parte del alcance. El flujo de trabajo lo define la dinámica del plan de mercadeo a ejecutar y para cada comunicación/campaña a realizar se entregan brief, indicaciones y actividades definidas de acuerdo al segmento.
20	¿En qué temporalidad entra back to school en cuestión de ventas de servicios? ¿qué datos hay detrás?		El back to the school corresponde al 1er trimestre del año, la información sobre la data que corresponde a ventas no es susceptible a entrega en este proceso de invitación. Los invitamos a revisar información de mercado pública en el siguiente estudio de La Comisión de Regulación de Comunicaciones -CRC- y que pueden consultar en el siguiente link: https://postdata.gov.co/file/4906/download?token=NhSwNBRx
21	¿Qué acciones está tomando ETB para responder a las acciones de mal servicio? (críticas a lentitud con respeto al servicio al cliente) ¿Qué acciones está tomando ETB para responder a las acciones de mal servicio? (Experiencia de usuario en la página y experiencia en el servicio)		La información sobre la estrategia de experiencia al cliente y data técnica digital sobre UX no es susceptible a entrega en este proceso de invitación, sin embargo los invitamos a revisar la comunicaciones publicadas en diferentes medios y a visitar nuestros canales de experiencia y atención a clientes para obtener información sobre este particular.
22	Dentro de la propuesta ¿se contempla administración de landing y app?		En el Anexo 2A está definido los mínimos requeridos a presentar para evaluar y calificar la propuesta, items que están detallados en el numeral 3.5.2 del capítulo técnico.

23		¿Cuál es la base de su estrategia para la retención a cliente? A su vez ¿cuáles son los pilares de esta estrategia?	La información sobre la estrategia de experiencia al cliente no es susceptible a entrega en este proceso de invitación, para la formulación de la propuesta calificable debe tomar como información base la entregada en el Anexo 2A.
24	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Numeral 1.25.	¿Es posible remover las obligaciones de los literales e), f) y g) en el sentido de incorporar estos estándares y herramientas de responsabilidad corporativa y sostenibilidad en la gestión del proveedor? Esto teniendo en cuenta que en los servicios de marketing, estos estándares pueden no ser aplicables.	No se acepta, se debe dar cumplimiento al numeral 1.25 de los términos de referencia.
25	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Numeral 1.25.	En caso que la respuesta a la consultar anterior sea negativa, ¿que acciones concretas requerira ETB para que el proveedor implemente estos estandares?	ETB extiende sus estándares de responsabilidad corporativa y sostenibilidad a sus contratistas, por lo que ETB podrá solicitar en cualquier momento al CONTRATISTA aportar la información sobre la incorporación de estándares y herramientas de responsabilidad corporativa y sostenibilidad en la gestión de su empresa. Así mismo, ETB podrá solicitar en cualquier momento al CONTRATISTA su plan de sostenibilidad y responsabilidad corporativa en el marco del desarrollo del contrato. Adicionalmente puede solicitar información al contratista, y el mismo estará sujeto a visitas, reuniones o solicitudes de información con el fin de verificar el cumplimiento de las prácticas en RESPONSABILIDAD CORPORATIVA en desarrollo del contrato, por parte del supervisor del contrato o quién ETB designe. El incumplimiento de cualquiera de las prácticas establecidas en este numeral generará la terminación del contrato por la parte cumplida.
26	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Numeral 1.25.	¿Es posible remover la obligación de entregar información sobre el cumplimiento de los 10 principios del Pacto Global y su aporte al logro de los Objetivos? Esto debido a que estas obligaciones no son aplicables a los servicios de marketing.	No se acepta
27	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Numeral 1.25.	En caso que la respuesta a la consultar anterior sea negativa, ¿que acciones concretas requerira ETB para que el proveedor implemente estos estandares?	Se debe dar cumplimiento al numeral 1.25 de los Terminos de Referencia
28	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicarnos cual es la fecha de inicio del contrato.	La fecha de inicio corresponde a la fecha en la cual se aprueben las garantías contractuales, o los requisitos exigidos para su ejecución.
29	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicar, en el evento de no recibir el 17 de septiembre las respuestas a las preguntas formuladas, la fecha de entrega de las propuesta se modifica?	Las respuestas a las solicitudes de aclaración enviadas de acuerdo con lo definido en los términos de referencia, fueron publicadas el 17 de septiembre de 2024. La fecha para la entrega de propuestas se mantiene de acuerdo con el cronograma del proceso.
30	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor confirmar la adjudicación del contrato se realiza a una sola agencia o a más de una	Una sola agencia.
31	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicar de ser posible, las razones por las que hay interés en cambiar de agencia	Esta información forma parte de las decisiones estratégicas de la organización y no forma parte de la información necesaria para la elaboración de la propuesta.
32	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Es posible nos puedan compartir la minuta del contrato establecida para este servicio?	Se aclara que, la minuta del contrato se elabora con apego de las disposiciones de los términos de referencia del proceso y sus respectivas adendas; por tanto, no se aceptan acuerdos por fuera de dichas disposiciones. Lo anterior, considerando que ETB evalúa en igualdad de condiciones.
33	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicar si tienen presupuesto tope definido para conceptos de Servicios Fijos Mensuales (FEE)	ETB cuenta con el presupuesto para esta contratación incluido el FEE. Es parte de la propuesta económica que deben presentar tomando en cuenta el equipo de atención y actividades detalladas en los numerales 3.7.5 y 3.7.8
34	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicar si tienen presupuesto tope definido para conceptos de Servicios Fijo Mensual Complementario por demanda	ETB cuenta con el presupuesto total para esta contratación incluido el FEE Es parte de la propuesta económica que deben presentar tomando en cuenta el equipo de atención y actividades detalladas en los numerales 3.7.5 y 3.7.8

35	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicar si tienen presupuesto tope definido para conceptos de Servicios de Artes y Servicios Directos Agencia	ETB cuenta con el presupuesto para esta contratación incluido el Servicio de Artes y Servicios Directos de Agencia. Es parte de la propuesta económica que deben presentar, tomando en cuenta el detalle de los ítems definidos en el Anexo Financiero 2 que correspondiente al tarifario. Estos son a demanda según la ejecución de actividades tal como lo define el numeral 3.7.5
36	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicar si tienen presupuesto tope definido para conceptos de Gastos reembolsables	ETB cuenta con el presupuesto para esta contratación incluido los Gastos Reembolsables. No, estos dependerán de los presupuestos aprobados anualmente y son a demanda según las necesidades y las actividades que se necesiten ejecutar y que se encuentran definidas y detalladas en el numeral: 3.7.5
37	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3	Por favor indicar valor del contrato, con el ánimo de estimar costos de polizas, bajo las condiciones que se requieren adquirir	No es posible indicar el valor del contrato puesto que el mismo se determina en la etapa de adjudicación del proceso
1	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.5.1 Caso de éxito del oferente	En la primera pregunta que abarca el Anexo Técnico 2B y refiere al concepto de la presentación: ¿el concepto es el de marca general Conectamos con pasión o el de evento Tecnología para la experiencia Humana? a su vez ¿ese concepto es el que debe ir para el Trending Summit 2025 (ejm: Trending Summit 2025: Tecnología para la experiencia Humana) o debemos proponer un concepto creativo con base al de marca? (alineado al mismo)	El concepto de Conectamos con pasión esta enmarcado a nivel compañía, sin embargo, para nuestra VP Empresas y Ciudades Inteligentes se creó el concepto TXH Tecnología para a Experiencia Humana, el cual enmarca toda la comunicación que nace de nuestra VP para las distintas actividades e iniciativas que se tienen bajo la estrategia. Con respecto al summit, la idea es trabajar como base TXH pero crear uno puntualmente para el evento por ejemplo el de este año que: "Creando experiencias con el poder de la Tecnología"
2	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.5.1 Caso de éxito del oferente	Es una de las preguntas que falta por responder (hecha por nosotros). En el Anexo técnico se aclara que se deben hacer 2 entregas de conceptos por propuesta ¿esto implica 2 para B2C y 2 para B2B?	El Numeral 3.5.1 es referente al caso de éxito del proponente, que forma parte de los calificables, aquí solo debe presentarse un (1) solo caso de éxito. En lo correspondiente al proceso de evaluación y calificación que solo debe atender las instrucciones del brief 2A y 2B y para ello solo deben entregar solo una (1) propuesta por cada brief. Los dos (2) conceptos por campaña solo aplican durante el desarrollo del contrato resultante de esta invitación, no para esta etapa de selección.
3	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.5.1 Caso de éxito del oferente	Se detalla que fue compartido en un archivo de OneDrive la presentación pero no la tenemos ¿nos la pueden compartir?	La presentación de la reunión de entendimiento está cargada en la carpeta de documentos donde están también los briefs y demás referencias creativas.
4	TÉRMINOS DE REFERENCIA AGENCIA CREATIVA 2024-2027 - 010824 V3 Punto 3.5.1 Caso de éxito del oferente	Si bien se aclara que el PPTO del evento es de 500M, en otras preguntas se detalla que pago a terceros (gestionados por proveedor) serán gastos reembolsados y, a su vez, la comisión no dicho pago no deberá ser mayor a 4%. Por lo cual ¿el costo total del evento son meramente producción? o en el mismo se contempla comisiones, pago a terceros y demás?	Los presupuestos detallados en cada uno de los briefs deben contemplar las comisiones dentro de ese valor.