



EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTÁ S.A. E.S.P.

ESTUDIO DE MERCADO WS1299477819

OBJETO

PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TRADE MARKETING: GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS DE TRADE, COMERCIALES Y DE MERCADEO, HERRAMIENTAS, ACTIVIDADES E IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACCIONES A NIVEL NACIONAL, QUE PERMITAN POTENCIALIZAR LAS VENTAS EN CLIENTES NUEVOS, FIDELIZAR Y RENTABILIZAR LOS CLIENTES ACTUALES Y APOYAR EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE ETB EN LAS DIFERENTES UNIDADES DE NEGOCIO.

Bogotá, Octubre de 2024

07-07.7-F-020-v.8

"Una vez impreso este documento, se considerará **documento no controlado**".

13/06/2023

Pág. 1



1. INFORMACIÓN PRELIMINAR

Se entiende por estudio de mercado el procedimiento y/o trámite que permite a ETB revisar la estructura, las características y las tendencias del mercado de bienes y/o servicios, así como identificar los segmentos que representan la mejor opción y/o menor riesgo, conocer nuevos productos y/o servicios, y comprender las diferentes condiciones y/o limitaciones relacionadas con el abastecimiento de bienes y/o servicios, incluido el análisis de precios y/o tendencias de los mismos en el mercado y la evaluación de condiciones de capacidad de los posibles interesados.

De conformidad con el Manual de Contratación de ETB, la realización del presente estudio de mercado no obliga a ETB a iniciar una o varias contrataciones, igualmente, ETB podrá a su entera discreción, terminar el presente trámite de estudio de mercado en cualquier momento, sin que por ello se entienda que deba reconocer a los interesados o participantes en el mismo, cualquier indemnización o algún tipo reconocimiento.

El interesado debe tener en cuenta que el presente estudio de mercado puede servir de base para una posterior contratación de los servicios objeto del presente estudio y que en esta fase no se constituye compromiso precontractual ni contractual entre el participante o interesado y ETB. Así las cosas, el estudio de mercado no genera compromiso u obligación para ETB con los participantes, pues no corresponde a un proceso de selección; y en desarrollo del mismo se tendrán en cuenta los principios que orientan la contratación ETB.

ETB podrá solicitar a los participantes del estudio de mercado las aclaraciones o informaciones que estime pertinente, a fin de despejar cualquier punto o aspecto dudoso o equivoco de la información suministrada. Si el participante no envía las aclaraciones o información adicional requerida y no es posible aclarar lo solicitado, la misma no se tendrá en cuenta dentro del estudio.

Con los resultados que se originen con ocasión de este estudio de mercado, eventualmente se podrán desprender uno o varios procesos de selección. Adicionalmente, dichos resultados constituyen una verificación de la información entregada por el participante a fin de establecer posibles invitados para participar en eventuales procesos de contratación con el objeto mencionado en el primer párrafo del presente documento.

1.1 AUTO REGISTRO DE PROVEEDORES EN SAP ARIBA

Como requisito para presentar cotización en el presente estudio de mercado, el interesado deberá realizar el auto registro en ARIBA NETWORK a través de la página web de ETB en el siguiente link <http://etb.sourcing.ariba.com/ad/selfRegistration> , el cual será revisado y aprobado por ETB.

En los casos en que el usuario competente del proveedor tenga perfil en Ariba Network, al contar con usuario en otras empresas que cuentan con la herramienta SAP ARIBA, únicamente deberá hacer el proceso de auto registro e “iniciar sesión” cuando la herramienta en el proceso de auto registro lo solicite, en vez de “suscribirse”.

07-07.7-F-020-v.8

"Una vez impreso este documento, se considerará documento no controlado".

13/06/2023

Pág. 2



1.2 INTERÉS DE PARTICIPACIÓN

El (los) interesado (s) en participar en el presente estudio de mercado, deberán diligenciar y entregar la comunicación de interés de participación anexa al presente documento, para ser incorporados en el evento en la plataforma SAP ARIBA, con el fin de crear el usuario y facilitar el acceso a la herramienta. Para tal efecto, deberá remitir dicha comunicación a la cuenta de correo email2workspace-prod3+etb+WS1299477819+1t6e@ansmtp.ariba.com

Si el interesado no presenta la comunicación de interés de participación conforme lo aquí dispuesto, no podrá presentar cotización en el presente estudio.

1.3 ACLARACIONES A LAS CONDICIONES PLANTEADAS

El interesado podrá solicitar aclaraciones respecto del contenido de este documento, mediante la herramienta SAP ARIBA, a la cuenta de correo email2workspace-prod3+etb+WS1299477819+1t6e@ansmtp.ariba.com (cuenta de correo electrónico generada por SAP ARIBA particularmente para este estudio de mercado), conforme lo establezcan las fechas del calendario de eventos. ETB dará respuesta escrita a las solicitudes recibidas, mediante el mismo medio previsto en el párrafo anterior.

1.4 LUGAR, FECHA Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE LA COTIZACIÓN

La fecha límite para la entrega de la información solicitada en el presente Estudio de Mercado, es el **21 DE OCTUBRE DE 2024**, a través de la herramienta SAP ARIBA. La cotización económica deberá ser presentada en el anexo entregado, en formato Excel que permita copiar la información, dentro del evento de la herramienta SAP ARIBA.

1.5 COMUNICACIONES Y REMISIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA HERRAMIENTA SAP ARIBA.

En armonía con el propósito global de transformación digital, ETB en el marco de sus proyectos estratégicos adoptó la decisión de implementar la solución transaccional SAP ARIBA, con miras a lograr una contratación en línea con celeridad, transparencia, seguridad y oportunidad que le permitirá apalancarse en la optimización y eficiencia de sus procesos de contratación.

Bajo este entendido, el presente estudio de mercado se desarrollará a través de la herramienta SAP ARIBA. Por consiguiente y sólo como referencia, a continuación, se detallan algunas definiciones de común utilización en la plataforma:

SAP ARIBA	Plataforma transaccional que permite a ETB adelantar sus estudios de mercado, así como el relacionamiento con sus proveedores de forma colaborativa y totalmente en línea.
Evento	Campo creado en la herramienta SAP ARIBA, mediante el cual ETB recibe las cotizaciones de los interesados en participar en el estudio de mercado que se esté adelantando.
Mensajes de Evento	Bandeja de registro y envío de mensajes relacionados al estudio de mercado que se adelanta por medio de la plataforma SAP ARIBA.
Oferta o Propuesta	Mensaje de datos recibido por ETB para el presente estudio de mercado por medio de la plataforma SAP ARIBA que contiene los ofrecimientos de un proveedor inscrito en el registro de proveedores de ETB.

Por lo anterior, todas las comunicaciones relacionadas con el presente estudio de mercado presentarse dentro de los plazos descritos en el cronograma a través de la plataforma SAP ARIBA, de la siguiente manera: i) la presentación de la comunicación de manifestación de interés, por escrito a la cuenta de correo email2workspace-prod3+etb+WS1299477819+1t6e@ansmtp.ariba.com una vez vinculado al evento, únicamente mediante la bandeja denominada mensajes de evento del proceso correspondiente con el siguiente contenido:

- El número del estudio de mercado.
- Identificación de los anexos presentados con la comunicación (si aplica).

En consecuencia, el único canal oficial para las comunicaciones es la plataforma SAP ARIBA. Entre otros actos derivados del desarrollo del estudio de mercado, se podrán ubicar los siguientes en la información que reposa en la herramienta:

- Creación del evento acompañado de estudio de mercado, del cual hacen parte integral los anexos;
- Las preguntas formuladas y respuestas emitidas;
- Documentos que modifiquen el estudio de mercado;

En relación con la validez jurídica de las comunicaciones y actos realizados a través de la plataforma SAP ARIBA, la Ley 527 de 1999 regula cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. En consecuencia, las comunicaciones y documentos incluida la cotización y sus

anexos, enviados a través de la plataforma SAP ARIBA tienen plena validez, en tanto gozan de las atribuciones que la Ley 527 de 1999 le reconoció a los mensajes de datos.

La dinámica de la herramienta SAP ARIBA, exige que tanto ETB como el proveedor de bienes o servicios interesado en participar del estudio de mercado se registre y configure una contraseña personal e intransferible, de manera tal que permita identificar al iniciador de un mensaje de datos y su aprobación frente a la información que se encuentre en la plataforma.

1.6 PUBLICACIÓN EN LA PÁGINA WEB www.etb.com

- a) Estudio de mercado, del cual hacen parte integral los anexos;
- b) Las respuestas a las preguntas recibidas;
- c) Las adendas que modifiquen el estudio de mercado;

1.7 CONDICIONES PARA LA PRESENTACIÓN DE LA RESPUESTA AL ESTUDIO

Como respuesta al presente estudio de mercado se deberán entregar únicamente la siguiente información:

1. Nombre de su compañía, fecha de fundación, presencia en Colombia y servicios, certificado de cámara de comercio de la empresa. Por favor diligenciar la siguiente tabla, de acuerdo con la información solicitada:

RAZÓN SOCIAL	NIT	DOMICILIO	FECHA CONSTITUCIÓN	REPRESENT. LEGAL	SOCIOS	DATOS CONTACTO COMERCIAL	DATOS CONTACTO TÉCNICO

1. Respuestas RFI: ETB espera que el interesado entregue la información que se solicita en el RFI, indicando explícitamente CUMPLE o NO CUMPLE al requerimiento planteado o información solicitada por ETB, en cada uno de los puntos y luego proceder a explicar su respuesta. Se espera que todos los documentos que integren el RFI, sean redactados en idioma español.
2. Vigencia de la cotización: Indicar la vigencia de la cotización presentada.
3. Valores estimados de los servicios (COP\$) detallados en el Anexo - Financiero adjunto. Entregar cotización en Excel y PDF.

Es importante aclarar que la presentación de la respuesta al presente estudio de mercado no representa compromiso para ninguna de las partes a excepción del compromiso que tiene ETB de mantener estricta confidencialidad sobre la información suministrada.

07-07.7-F-020-v.8

"Una vez impreso este documento, se considerará **documento no controlado**".

13/06/2023

Pág. 5



CALENDARIO DE EVENTOS

EVENTO	FECHA
1. Publicación estudio de mercado	Octubre 2 de 2024
2. Interés de Participación	Lunes 7 de Octubre de 2024
3. Última fecha para la recepción de preguntas o solicitudes de aclaración	Jueves 10 de Octubre de 2024
4. Respuestas de ETB a preguntas o solicitudes de aclaración	Miércoles 16 de Octubre de 2024
5. Última fecha para la recepción de las propuestas	Lunes 21 de Octubre de 2024

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ALCANCE DEL SERVICIO

La EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTA S.A. E.S.P., en adelante ETB, requiere una agencia BTL para realizar la gestión de Trade Marketing a nivel nacional. Esto implica garantizar la operación y generar estrategias nacionales y locales, incluida la operación logística, administración de materiales, generación de acciones comerciales para potencializar los resultados de ventas y posicionamiento de la marca ETB en las diferentes unidades de negocio.

2.2 DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES

Están dirigidas a los diferentes canales de venta y unidades de negocio de la organización. En este documento se detallan las actividades alcance del servicio

2.3.1 ESTRATEGICOS:

- a) Asesorar e implementar de forma proactiva a ETB en el desarrollo de la estrategia de Trade Marketing para los diferentes canales de venta y unidades de negocio, en las zonas del país definidas estratégicamente por ETB. Proponer dentro de las operaciones móvil, fija y Mipymes, zonas geográficas, localidades, puntos de venta, temporadas, días de la semana, fechas especiales etc. para realizar las actividades a nivel presencial y no presencial.
- b) Entender la operación de los canales de venta y consecuentemente recomendar la mejor forma y tono de las actividades a implementar, así como la obtención de los permisos regulatorios de publicidad, movilidad e implementación de eventos según políticas que rijan la ciudad o municipio donde se desarrollen.
- c) Tener conocimiento sobre los productos y servicios de las unidades de negocio de ETB, para lo cual se realizarán transferencias de información y actualizaciones sobre productos y servicios trimestralmente, o cada vez que se requiera, orientadas por los profesionales y sedes de ETB de acuerdo con el cronograma establecido por el área encargada en ETB.

El contratista deberá facilitar la realización de estas transferencias de información y actualizaciones.

- d) Conocer y aplicar de manera idónea el manual de marca que le entregue ETB. En un eventual futuro contrato, el contratista será responsable de la correcta aplicación de la marca a lo largo de todas las actividades y cualquier planteamiento de actividad y/o material debe tener este primer filtro antes de la presentación a ETB de piezas impresas, digitales, audio, y de apoyo para las actividades como lonas para las vallas, visual en los stands, lona para los pop man, etc.

2.3.2 EJECUCIONALES:

- a) Organizar la realización de las tomas de producto a las unidades de negocio con toda la logística de concepto, actividad y entrega de reconocimientos. Se debe tener en cuenta el objetivo dado a cada actividad de acuerdo con la información previa entregada por ETB.
- b) Diseñar, implementar y adecuar puntos de venta directos y autorizados, teniendo como base los planes de apertura de ETB en Bogotá y demás ciudades a nivel nacional, incluyendo la construcción de stands de ventas, en la zona o centro comercial que se requiera, según los lineamientos de marca que entregue el área de Publicidad de ETB y de acuerdo con lo establecido en el Manual de Marca. Para este fin se tendrán como base los planos mecánicos de los muebles y los diferentes tipos de PDV que instala ETB (ver Anexo Técnico No. 1 Ficha Técnica Mobiliario Trade). Los diseños de los PDV actuales se pueden ver igualmente en la isla ubicada en el en el Centro Comercial CENTRO SUBA ubicado en la calle 145 #91-34 en la ciudad de Bogotá D.C y en el centro comercial Santa Fe calle 185#45-03.
- c) Realizar el mantenimiento de los puntos de venta de ETB a nivel nacional.
- d) Conceptualizar e implementar planes de reconocimiento para la fuerza de ventas y otras áreas de apoyo, para el cumplimiento de las metas de ventas y excelencia en su desempeño, fidelización y retención de clientes de los diferentes canales, tales como planes de incentivos o aceleradores entre otros y debe realizar la compra de los incentivos. Debe contar con sistema (software) de soporte, que permita realizar de manera automática el plan, su comunicación y el correspondiente seguimiento; esta plataforma no debe tener ninguna integración con las demás que maneje ETB.

El Interesado deberá presentar con su respuesta al estudio de mercado el sistema que utilizará, explicando en detalle su funcionamiento a fin de determinar como podría cumplir con estas actividades.

- e) Tener la capacidad para implementación de visibilidad en puntos de venta de canal masivo (TAT) en las zonas y regionales definidos por ETB.
- f) Tener la capacidad para instalar material de Branding en los diferentes lugares y con diferentes proveedores que ETB designe, ya sea para publicidad o eventos de marca.
- g) Garantizar operación en las 5 principales ciudades: Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali y Bucaramanga, tanto en la ciudad principal como en los municipios aledaños, en donde ETB tiene presencia comercial, lo que implica contar con personal idóneo para coordinar las diferentes actividades y el bodegaje. Estas ciudades principales no son exclusivas para la realización de actividades, y el contratista deberá garantizar que en ciudades intermedias también podrá ejecutar las acciones que requiera ETB.

- h) Entregar informe de competencia mensual máximo 5 días hábiles después de finalizado el mes, con las acciones de Trade Marketing y material POP de la competencia, a nivel de actividades y oferta, identificadas en calle a nivel nacional.
- i) Entregar reporte vía mail cada que vez que encuentre acciones de Trade Marketing que realiza la competencia, identificadas en calle, sin necesidad de esperar al informe mensual.
- j) Tener contacto con el cliente actual o potencial en el punto de venta, realizar tomas en calle y terreno, y con base en esto, analizar hábitos de compra a fin de generar sensibilización y acciones en los canales de venta de ETB.

2.3 DESCRIPCION DE CANALES DE VENTA Y OPERACION

Realizar la gestión de Trade Marketing en los diferentes canales que ETB disponga para la comercialización de sus productos a través de la cual se observe, diagnostique, analice, administre, opere e informe a ETB el desarrollo de las actividades comerciales en los canales; así mismo, debe presentar hallazgos o acciones de mejora que permitan que los canales, y/o puntos de venta aumenten o potencialicen sus resultados.

Estos servicios se consideran fundamentales dentro del contrato y deben ser prestados directamente por el contratista, ya que, a través de sus hallazgos y análisis en terreno con cada operación de ventas, debe determinar las acciones a realizar en cada una de ellas, previa presentación de propuestas y aprobación por parte de ETB. Igualmente, este servicio debe administrar la visibilidad, exposición y manejo de la marca en cada operación de ventas en los recursos físicos que apoyan el proceso de ventas.

Este servicio debe atender los siguientes canales de venta:

- **Operación de venta telefónica:** Call center In bound – Out bound. Operación que se realiza con agentes que atienden las llamadas que ingresan por el 6013714000 para cerrar ventas en fija, móvil y Mipymes.
- **Operación de ventas calle Masivo:** Tropas de asesores de venta que venden independientemente los productos de las unidades de negocio, en las distintas zonas de la ciudad de Bogotá.
- **Operación de venta en Islas de Centros Comerciales (Directas y de Distribuidor a nivel nacional):** Islas en los espacios de zonas comunes de los principales centros comerciales del país.
- **Operación de ventas Retail (Grandes Superficies a nivel nacional):** venta de servicios en los lineales y espacios de la categoría de telecomunicaciones

- **Operación de venta Tiendas (Directas y de Distribuidor a nivel nacional):** Centros de Venta y servicio.
- **Operación de ventas PAP a nivel nacional:** Tropas de asesores puerta a puerta en los hogares en las principales ciudades.
- **Operación de ventas TAT:** Sub-distribución en las tiendas de barrio, papelerías, droguerías, líchigos, etc., para la venta de la unidad de negocio de Móviles.
- **Operación de ventas CADES:** Punto de venta en los diferentes CADES en la ciudad de Bogotá.
- **Centros de Negocios:** para clientes corporativos ETB.
- **Fuerza de ventas Directa Empresas y Gobierno:** asesores comerciales y directores de Ventas directos que atienden los clientes de Empresas y Gobierno a nivel nacional. Incluye el segmento de infraestructura, carriers.
- **Agentes comerciales y canales de comercialización externos:** encargados de la promoción y venta a nombre de ETB, de los productos del portafolio para Empresas y Gobierno en los territorios asignados.

2.4 DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

Se detallan las actividades que hacen parte del servicio solicitado, las cuales serán ejecutadas por el proveedor en el marco de suscripción de un nuevo contrato. En el marco del estudio de mercado es de carácter que es importante para dimensionar la información económica del servicio.

2.3.3 ACTIVACIONES:

Por necesidad de las operaciones de venta, según recomendaciones del servicio de Trade Marketing o dependiendo de la estrategia de Marketing de ETB, presentar, diseñar, organizar, dirigir e implementar activaciones, tanto presenciales como no presenciales, para cada operación de ventas, es decir, calle o terreno, stands o kioscos en centros comerciales o grandes superficies, Tiendas ETB o puntos de venta en la Red CADES, puntos de venta de los canales presenciales y remotos como Call Centers. Eventualmente ETB podrá requerir la realización de activaciones encaminadas a la promoción de productos y servicios del portafolio de ETB, así como campañas de retenciones, fidelización de clientes, planes de referidos, entre otras actividades, a través de recursos diferentes a la fuerza de ventas (empleados, fuerzas técnicas de terceros, entre otros); en estos casos se deberá seguir el mismo procedimiento requerido para cualquier tipo de activación.

Adicionalmente, debe analizar resultados y evaluar la rentabilidad de cada una de las actividades realizadas. Lo anterior aplica para todas las unidades de negocio. El resultado del análisis se entregará dentro del informe Resumen mensual de actividades realizadas.

En el caso de un futuro contrato, el proveedor deberá realizar el proceso de presentación, diseño e implementación de la estrategia informada previamente por ETB, la cual debe contener como mínimo la siguiente información: objetivo de la actividad, idea creativa, cronograma de ejecución, incentivos propuestos para clientes a fin de lograr nuevas ventas o para campañas de retención y fidelización (sólo por solicitud expresa de ETB), presupuesto (identificando rubro, cantidades y precios por cada elemento o servicio de la activación). Una vez esté diseñada y planeada la actividad, se debe presentar al supervisor de ETB para su aprobación. El contratista debe garantizar la ejecución de la activación de forma integral incluyendo la supervisión de la actividad, activadores, elementos de la actividad, transportes, permisos en los establecimientos o Alcaldías Menores, etc. Las actividades logísticas deben ser ejecutadas por el contratista o por un tercero; sin embargo, se requiere que el concepto creativo, diseño y las ideas sean originadas por el contratista.

En los casos en los que se realicen actividades no presenciales, se debe considerar todo el soporte tecnológico requerido y deben adelantarse por plataformas como teams, zoom, o meet, entre otras, que permitan conexiones para más de mil personas.

Cada Unidad de Negocio tendrá un presupuesto asignado para la ejecución de sus actividades, valor que no debe superarse en el año, a menos que a través del Supervisor del Contrato por parte de ETB se aprueben cambios en el mismo. Para asegurar la calidad de la prestación del servicio y sin perjuicio de la autonomía y de la responsabilidad que recae en EL CONTRATISTA, se sugieren los siguientes tipos de activaciones:

(Bogotá 50% resto país 50%):

- Tipo B: 3 personas (volanteadores)
- Tipo A: 5 personas (volanteadores + promotores + pintucaritas o globoflexia o zanquero o lúdico)
- Tipo AA: 8 personas (incluye concepto con estrategia previa entregada por

ETB)

Todas deben contemplar coordinador, refrigerio, envío de material y uniformes.

Así mismo, se generarán actividades para los Canales de Empresas y Ciudades Inteligentes con especificaciones previas entregadas por ETB para cada caso.

En los casos en los que las actividades planeadas incluyan incentivos para los clientes, se deberá tener en cuenta lo estipulado en el numeral de gastos reembolsables incluido en este documento. Estos incentivos serán reconocidos como gasto reembolsable.

2.3.4 ACTIVIDADES DE RECONOCIMIENTO A LOS CANALES DE VENTA DE ETB POR CUMPLIMIENTO DEL PLAN COMERCIAL Y SU DESEMPEÑO EN EL CUMPLIMIENTO DE METAS:

El contratista debe conceptualizar, crear y administrar, en conjunto con los diferentes canales de venta, el plan anual, semestral o mensual según se requiera, de reconocimiento por el cumplimiento de metas de ventas y retención de clientes, de tal forma que se cree, comunique y destaque un semáforo de cumplimientos. Adicionalmente, para que esta información se divulgue constantemente a los diferentes canales de venta. Debe tener información de cómo van cumpliendo las metas, incluso a nivel de asesor, generar recordación de estas y al final del periodo determinar los ganadores de acuerdo al plan establecido.

El contratista debe encargarse de la premiación: adquirir los premios definidos en el plan y hacer entrega formal de los mismos a los asesores que los canales de venta determinen o directamente al canal. El plan de reconocimiento lo formalizará ETB a sus canales de venta y podrá realizar los ajustes que considere necesarios. Para estas actividades de reconocimiento se pueden realizar actividades presenciales y no presenciales. En los casos en los que se realicen actividades no presenciales, se debe considerar todo el soporte tecnológico requerido y deben adelantarse por plataformas como teams, zoom, o meet, entre otras, que permitan conexiones para más de mil personas.

Así mismo, debe garantizar la administración y entrega de los aceleradores, metas volantes e incentivos adicionales que considere el área de Trade de cada unidad de negocio.

2.3.5 MATERIAL BRANDING Y MERCHANDISING :

El contratista debe realizar elaboración y entrega de material de Branding en el sitio definido por ETB, tanto para apertura de puntos como para renovación de los existentes. Este material incluye elementos como avisos, stands, carpas, pendones, dummies entre otros. Los diseños y dimensiones definitivas del material Branding los podrá entregar al Contratista el área de Marketing y/o Publicidad de ETB o se podrá solicitar diseño de la agencia de Trade, y deben cumplirse según el Manual de Marca establecido por la Organización.

Si durante la ejecución del contrato ETB requiere material branding adicional al que se presenta en el Anexo Financiero No. 1 de precios unitarios del contrato, ETB requiere que EL CONTRATISTA presente cotización al Supervisor del contrato dentro de los tres (3) días hábiles siguientes al recibo de la solicitud por parte de ETB. El Supervisor evaluará los precios, comparándolos con las condiciones de mercado y de acuerdo con este análisis, ETB aceptará

la propuesta o solicitará al contratista una mejor oferta. El material adicional solicitado y su precio deberán constar por escrito mediante acta firmada por las partes y pasará a formar parte integral del contrato.

El contratista debe tener la capacidad para instalar material de Branding como gigantografías, pendones, adhesivos de gran formato para vitrinismo y/o interiores, sandblasting, rebranding de elementos entre otros, en los diferentes lugares que ETB designe ya sea para puntos de venta, publicidad y/o eventos de marca.

Adicionalmente, el contratista debe estar en la capacidad de entregar material de merchandising, de acuerdo con las necesidades de ETB.

2.3.6 CONSTRUCCIÓN DE STANDS O KIOSCOS DE VENTA Y MOBILIARIO PARA PUNTOS NUEVOS:

El contratista debe realizar la construcción de stands o kioscos de ventas nuevos para los puntos de Retail, Tiendas y Centros comerciales y de Negocios, con entrega en las diferentes ciudades definidas por ETB, tanto para apertura de puntos nuevos como para renovación de los existentes. Los diseños y dimensiones iniciales de los stands los entregará ETB al Contratista y deben cumplirse a cabalidad.

En el Anexo Técnico No. 1 Ficha Técnica Mobiliario Trade del presente capítulo, se adjunta el diseño actual, con las especificaciones y el plano mecánico; igualmente se encontrará la información sobre los puntos de venta tipo que se manejan, las que se deberán cotizar según las especificaciones, planos y metraje estipulados dentro del Manual de Marca de ETB. Los diseños de los PDV actuales se pueden ver igualmente en la isla ubicada en el Centro Comercial CENTRO SUBA ubicado en la calle 145 #91-34 en la ciudad de Bogotá D.C y en el centro comercial Santa Fe calle 185#45-03. ETB informara si se estima conveniente agendar una visita para con los interesados.

Los materiales identificados como primarios para la construcción, mantenimiento, renovación o adecuación de tiendas propias y autorizadas deben mantenerse durante la duración del contrato en un precio estable o hasta un máximo de aumento del IPC por año.

Se podrá solicitar al Contratista que presente propuestas de diseños de stands o kioscos dependiendo de las estrategias comerciales o exigencias puntuales de los establecimientos comerciales. Dentro del costo inicial del montaje, se deben considerar por lo menos los dos primeros mantenimientos.

Para la realización de los montajes solicitados por ETB, el Contratista podrá realizar una visita previa al punto en el que se va a realizar con el fin de revisar el sitio y recopilar la información previa que se requiere para el montaje. El costo de la visita se tiene considerado en el Anexo

Financiero No. 1 y solamente será reconocido por ETB si por cualquier situación decide no realizar el montaje.

2.3.7 ADMINISTRACIÓN DE BODEGA (MANEJO Y CONTROL DE INVENTARIOS, DISTRIBUCIÓN DE MERCHANDISING, MATERIAL IMPRESO, STANDS Y MUEBLES A NIVEL NACIONAL):

El contratista debe administrar el inventario para las diferentes unidades de negocio en bodegas de Bogotá y las 5 ciudades principales; la bodega de la ciudad de Bogotá será entregada por ETB, pero en las ciudades en las que ETB no cuente con infraestructura propia, deberán ser suministrada por el Contratista.

Dichas bodegas deben tener espacio suficiente, de manera que se puedan realizar las siguientes actividades: Mantenimiento, alistamiento, transporte, envío y entrega en cada punto que defina ETB de materiales tales como: merchandising, POP, uniformes, mobiliario e impresos que deben ser entregados o recogidos por cada uno de los canales como control a la operación de ventas.

Al inicio del contrato ETB le entregará al Contratista por medio de un acta, el inventario valorado que al momento se tenga, para que él revise y acepte a satisfacción; periódicamente recibirá de ETB o de los proveedores inventario adicional de impresos, merchandising, material POP o uniformes y el inventario asignado a las operaciones de ventas.

Este inventario se almacenará en la bodega propia en la ciudad de Bogotá o del Contratista según sea el caso y desde allí debe controlarse.

Todos los espacios deben estar dispuestos con los elementos de organización y despacho; ejemplo: estanterías, escaleras, montacargas manual o mecánico de ser necesario. El espacio para bodega estimado por ciudad es:

- Bogotá: Central ETB Santa Helenita 300mts en 3 pisos
- Medellín: 60mts
- Cali: 60mts (se almacena para Popayán)
- Bucaramanga: 50mts
- Barranquilla: 60mts (se almacena para 4 ciudades de regional costa)
- Pereira: 50mts (se almacena para las 3 ciudades del Eje Cafetero)

El contratista debe garantizar contar con un software que permita ver en línea el inventario en bodega y la relación de entradas y salidas generales por operación. No es necesario sea compatible con los demás sistemas de ETB y debe funcionar desde el primer día de entrega de la bodega.

Otras funciones específicas para cumplir dentro de este servicio:

- El contratista debe controlar la calidad de los artículos que ingresan y salen para

cada una de las actividades reportando daños, inconsistencias o faltantes de manera inmediata al supervisor de ETB. En el caso que se presenten faltantes o daños sobre el material entregado en custodia, el contratista debe responder por los mismos, reponiendo el material por uno nuevo de iguales o superiores condiciones, o en su defecto, será descontado de los pagos pendientes al contratista, con base en el valor pagado por ETB al proveedor de cada material.

- El contratista debe auditar o revisar el material recibido directamente de los proveedores, con el fin de rechazar material que no siga los lineamientos de marca, calidad y colores establecidos por ETB.
- El contratista debe controlar y alistar los uniformes que devuelvan las operaciones de venta y que se encuentren en buen estado, para ser entregados nuevamente a las operaciones de venta; para los que no estén aptos, es decir, los que presenten daños, deterioro por uso, desactualización de la marca o cualquier otra característica que no permita que puedan ser reutilizados, el contratista deberá informar a ETB a través de la supervisión del contrato, para que ETB de las indicaciones correspondientes al contratista sobre su disposición final.
- El Contratista debe tener en cuenta que en las operaciones de venta se pueden programar actividades o eventos que no requieran del servicio de “Activaciones” formales, pero que si hagan uso del material de apoyo y requieran entrega de material, para lo cual el contratista debe ofrecer el servicio logístico, entregando el material requerido en la ubicación, fecha y hora definidas por ETB; finalizadas las actividades, debe recoger el material entregado y no utilizado, y devolverlo a la bodega de ETB.

Se contempla que a las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga se debe enviar material y, dependiendo de las actividades o eventos especiales que se programen, se debe mantener un inventario de los elementos principales como muebles, material de actividades, contratos, material impreso etc. en las ciudades principales descritas anteriormente, y desde allí a donde lo requiera ETB.

Para el caso de montajes de tiendas e islas a nivel nacional el costo del envío debe estar incluido dentro del montaje.

2.3.8 DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL Y ENVÍOS LOCALES Y NACIONALES:

El contratista debe entregar el material de Branding cotizado en el Anexo Financiero No. 1, en Bogotá y las principales ciudades de acuerdo con lo que sea solicitado por ETB

Dentro del costo debe suministrar los insumos necesarios para empacar y alistar el material de manera adecuada para su debida conservación y transporte, de acuerdo con los requerimientos y el estándar logístico del mercado.

El contratista debe realizar el transporte de material publicitario Local y Nacional a los sitios que indique ETB de manera oportuna, con el fin de apoyar las diferentes actividades.

Se considerará transportes y/o envíos urbanos Bogotá y Sabana, y dentro de las ciudades en donde ETB tiene operación y tenga municipios anexos como Barranquilla y Soledad, Medellín y Envigado, entre otras; así mismo, se ejecutarán de acuerdo con lo que sea más conveniente para ETB, ya sea por unidad de envío o por día de trabajo de 8 horas por tipo de vehículo, con base en lo establecido en el Anexo Financiero No. 1.

2.3.9 **MANTENIMIENTO POR DETERIORO Y ACONDICIONAMIENTO PUNTOS DE VENTA Y/O TIENDAS Y CENTROS DE NEGOCIOS PARA CLIENTES CORPORATIVOS (STANDS O KIOSCOS DE VENTA EN CENTROS COMERCIALES, GRANDES SUPERFICIES, CENTRO DE NEGOCIOS Y TIENDAS ETB)**

El contratista debe realizar servicios de mantenimiento y acondicionamiento de stands de ventas en centros comerciales, grandes superficies y en Tiendas ETB o puntos de ventas en la Red CADES. El valor de estos mantenimientos se pagará como gasto reembolsable, con excepción de las actividades que se encuentran definidas en el Anexo Técnico No. 1. El contratista debe realizar mantenimientos físicos de partes o elementos de los stands por deterioro o daño, según necesidad o cada 6 meses, previa validación y aprobación por parte de ETB. Igualmente, deberá realizar los acondicionamientos que impliquen ajustes al stand o adición elementos que al momento del mantenimiento no estén en el punto, si así lo requiere ETB.

Para el servicio de mantenimiento y acondicionamiento de puntos de venta o Tiendas ETB, el contratista, a través de los servicios de Trade Marketing, debe identificar las necesidades y presentarlas a ETB para su aprobación. Luego de la aprobación, el contratista debe presentar tres cotizaciones de proveedores diferentes, para que ETB escoja la mejor propuesta en cuanto a calidad, servicio y precio. ETB mediante correo electrónico emitirá la aprobación de la propuesta escogida.

El servicio de mantenimiento debe estar disponible desde el primer día de operación y de forma permanente durante la ejecución del contrato y debe estar coordinado y liderado por el contratista, quien debe garantizar que se ejecute a cabalidad.

El Contratista podrá realizar visitas a los diferentes puntos de venta que requieran mantenimiento para revisar las condiciones del punto y determinar lo que se requiera en cada caso.

2.3.10 **UNIFORMES COMERCIALES Y/O PUBLICITARIOS PARA FUERZA DE VENTAS:**

El contratista debe realizar la compra, administración y bodegaje de los uniformes comerciales según los parámetros de imagen y calidad requeridos por ETB y deberá estar en capacidad de

realizar controles de ingreso y salida por canal de venta, teniendo como referencias curvas de tallaje que permitan evidenciar la rotación de las prendas por cada Aliado comercial de ETB.

Los uniformes comerciales se podrán componer de chaquetas, chalecos, cachuchas, camisas, camisetas, morrales y/o prendas especiales que se requieran.

En el Anexo Financiero No. 1 están desglosados algunos elementos que están contenidos en los uniformes comerciales de los equipos de venta de ETB, no son exclusivos y podrán ser modificados durante la ejecución del contrato.

2.3.11 OTROS:

Se refiere a todas las actividades y/o elementos que no estén contenidos en el Anexo Financiero No. 1 y que por solicitud expresa de ETB o por propuesta del Contratista, sean oportunos en el alcance de los objetivos de los diferentes canales y las operaciones de ETB.

2.5 GASTOS REEMBOLSABLES

Estos gastos sin excepción deben ser respaldados con facturas que cumplan todos los requisitos de ley para que puedan ser considerados como gastos reembolsables y así mismo deberán reportarse de acuerdo con las políticas definidas al interior de ETB, facturas válidas que sean pre-impresas con razón social del proveedor, Nit, régimen tributario, etc.

Los conceptos de Gastos Reembolsables se deben controlar a través del procedimiento que se defina por parte de ETB y su valor será reconocido exclusivamente por el valor de la factura que se va a reembolsar, incluidos los impuestos de ley; lo siguientes son los conceptos que se consideran gastos reembolsables y es el contratista quien autónomamente se encarga de la administración, distribución o ejecución:

- **Premios y eventos de reconocimiento a los canales de venta y áreas de apoyo al cumplimiento de las metas de ventas:** los premios a través de bonos de consumo, tarjetas de bancos para compras, viajes para destinos nacionales e internacionales, equipos de cómputo, electrodomésticos y demás que se encuentren dentro del Plan de Reconocimiento previamente autorizado por ETB. Incluye los eventos de reconocimientos que podrán estar compuestos por lugar, bebidas, alimentación, conferencistas, recreación o entretenimiento, decoración, entre otros, o pueden realizarse de manera no presencial.
- Incentivos para clientes.
- **Actividades para el desarrollo de negocios con clientes:** para los segmentos de Empresas y Ciudades Inteligentes y Mipymes, el contratista debe diseñar, organizar, dirigir e implementar acciones de apoyo al desarrollo de negocios con clientes, en los casos donde los canales de venta requieren que la actividad se desarrolle en las instalaciones del cliente o donde este

defina. Estas actividades incluyen la compra y entrega de bebidas, alimentación, material promocional, entre otros costos relacionados con la actividad. Igualmente, podrán adelantarse actividades no presenciales. Las especificaciones de estas actividades serán establecidas previamente por ETB e informadas al contratista.

- Participación de ETB en eventos sectoriales o gremiales, virtuales o presenciales que sirvan de plataforma comercial. A manera de ejemplo participación en eventos de Fenalco, Acopi, etc.
- Mantenimiento de puntos de venta.
- Para el segmento de Empresas y Ciudades Inteligentes, actividades de lanzamiento de productos y endomarketing que se requieran para apalancar la actividad comercial para el cumplimiento de los objetivos de la Vicepresidencia, establecidos acorde con la complejidad y naturaleza del segmento y el canal de ventas. Las especificaciones de estas actividades serán establecidas previamente por ETB e informadas al contratista.

2.6 INFORMES DE GESTIÓN

El Contratista deberá entregar informes de lo que está sucediendo en el mercado con el fin de mantener actualizada al área de Trade Marketing de ETB: actividades, merchandising y POP de la competencia en la misma categoría; así mismo, deberá validar innovaciones en merchandising y actividades en categorías diferentes que sean aplicables al sector de las telecomunicaciones; estas no excluyen el reporte de información de todas las actividades generadas y realizadas para el cliente ETB.

En todos los informes y presentaciones el contratista debe detallar soportes y fuentes de información, que complementen y permitan verificar el trabajo realizado.

Los informes son los siguientes:



Informe	Periodicidad	Plazo Entrega	Entregable	Descripción
Competencia	Mensual	Máximo al 5 día hábil de cada mes	Presentación presencial, entregable en medio magnético o email	Acciones de Trade marketing y BTL de la competencia en sus diferentes canales de venta, nuevos canales de ventas y otras opciones de comercialización que está utilizando la competencia y su impacto en la operación de ETB. Dentro de éste se debe incluir reporte de POP de los diferentes puntos de venta y canales. Dentro de este mismo informe de competencia se deberá tener un capítulo con el Benchmark de actividades, merchandising y nuevos desarrollos en otras categorías tanto en Colombia como en otros países que puedan ser aplicables por ETB en actividades de Trade Marketing futuras.
Resumen mensual de actividades realizadas	Mensual	Máximo al 8 día hábil de cada mes	Presentación en medio magnético o email	Informes de todas las Activaciones realizadas: objetivos, alcance, operación de ventas a la que estuvo dirigida, mercado objetivo, lugar, recursos utilizados, con detalles fotográficos, resultados en ventas y percepción del cliente en cuanto a oferta, promoción, producto foco de la activación, marca y unidad de negocio. Al final de este informe debe incluir una recomendación con las oportunidades cada operación y cada activación, de acuerdo con los hallazgos de cada una y teniendo como base el cliente final tanto de producto como de la activación.
Reporte de Actividades	Por solicitud de ETB	Máximo al día hábil siguiente a la solicitud de ETB	Presentación por email	Informe de cada actividad con objetivos, alcance, operación de ventas a la que estuvo dirigida, mercado objetivo, lugar, recursos utilizados, con detalles fotográficos, resultados en ventas y percepción del cliente en cuanto a oferta, promoción, producto foco de la activación, marca y unidad de negocio.



2.7 ACUERDOS DE NIVELES DE SERVICIO (ANS) INDICADORES

Se establecen como parte del servicio los siguientes acuerdos de nivel de servicio:

2.7.1. Garantizar resultados crecientes sobre activaciones:

Para cada activación el contratista debe tener una meta establecida por Trade y comercial; esta meta, los indicadores, el cronograma y la descripción detallada de cada actividad estarán definidos previamente por ETB y serán revisados y acordados con el contratista y una vez aceptados por las partes, se avanzará con la actividad.

Si la meta establecida no se cumple y es atribuible a fallas de la actividad como tal, se aplicará un único descuento del 10% sobre el valor del presupuesto real cumplido de la actividad medida.

2.7.2. Servicios en tiempos acordados:

De acuerdo con lo indicado en el numeral anterior sobre el cronograma acordado por actividad, el contratista debe garantizar su cumplimiento; ante cualquier retraso que se presente se aplicará un descuento del 15% sobre el presupuesto real cumplido de la actividad.

Si una actividad inicia con retraso y adicionalmente no se cumple el objetivo (meta) de ventas establecido, el descuento a aplicar será del 20% sobre el presupuesto real cumplido de la actividad

2.7.3. Calidad en las actividades y servicios por parte del contratista:

El contratista debe garantizar los niveles de calidad en todas las actividades, servicios y elementos a cargo; la calidad de los servicios debe estar de acuerdo con lo establecido y acordado en lo que se defina en el contrato; en caso contrario, el supervisor del contrato podrá no recibir el servicio a satisfacción hasta que no cumpla con el estándar establecido previamente. En los casos en los que esta situación genere adicionalmente retrasos en el cumplimiento del cronograma, se aplicará el descuento del numeral anterior (Servicios en tiempos acordados).

2.7.4. Incumplimiento en los servicios y actividades:

En caso de generarse retrasos o incumplimientos por parte del Contratista en una fecha acordada previamente que genere un impacto negativo en las ventas de los productos y servicios de ETB (ej. que retrase el lanzamiento de una estrategia) se entenderá como un incumplimiento de contrato y se aplicarán las sanciones establecidas en la cláusula de multas del capítulo jurídico de los presentes términos de referencia.

2.8 SERVICIOS ADICIONALES

Cuando se requiera incluir servicios y/o elementos adicionales que no estén considerados dentro del Anexo Financiero No. 1, siempre que estén relacionados con el objeto del mismo, y en consecuencia sin precio pactado, el procedimiento será el siguiente:

2.8.1 Servicios o materiales suministrados directamente por el contratista:

- El supervisor del contrato por parte de ETB solicitará al contratista la cotización respectiva, previa revisión detallada de los servicios y/o elementos adicionales requeridos y verificará que los mismos se encuentren dentro de los precios de mercado.
- El supervisor del contrato solicitará las correspondientes aprobaciones, de acuerdo con lo siguiente:
 - < \$2.000.000 – Aprobación del supervisor del contrato
 - \$2.000.000 - \$5.000.000 – Aprobación del Gerente Correspondiente, de acuerdo con el requerimiento
 - > \$5.000.000 – Aprobación del Facultado para Contratar
- El supervisor del contrato informará al contratista la decisión tomada, mediante correo electrónico

2.8.2 Servicios o materiales no suministrados directamente por el contratista:

- El contratista debe presentar como mínimo tres (3) cotizaciones de diferentes proveedores y el supervisor del contrato por parte de ETB verificará que las mismas se encuentren dentro de los precios de mercado.
- Sin perjuicio de lo anterior, ETB puede solicitar otras cotizaciones o presentar unas propias, cuando considere que se pueden mejorar precios de mercado.
- ETB elegirá la mejor propuesta teniendo como base la relación calidad, servicio y precio sin que esto genere sobre costo alguno para ETB.
- Si previamente dentro de la ejecución del contrato, ya se han presentado 3 (tres) cotizaciones del mismo tipo de servicios o similares suministradas por 3 (tres) proveedores diferentes, estas pueden servir de soporte para la asignación directa de la ejecución del servicio solicitado por ETB al proveedor que en su momento fue seleccionado, por ofrecer la mejor propuesta en cuanto a calidad, servicio y precio.
- Las cotizaciones soporte no deben tener una antigüedad superior a un (1) año a partir de la fecha de presentación de las mismas. De no ser así, será necesario presentar nuevamente las tres cotizaciones requeridas.

- ETB mediante correo electrónico emitirá la aprobación de la propuesta escogida, con base en los niveles de aprobación descritos en el numeral anterior.

El contratista debe efectuar negociaciones con los proveedores, basado en los planes elaborados previamente y acordados con el supervisor del contrato de cada unidad de negocio. ETB a su vez podrá realizar negociaciones directas de tarifas y descuentos por volumen con diferentes proveedores, e indicarle al contratista con quien realizar la compra, siempre y cuando las condiciones económicas y de calidad sean las más favorables para ETB. El contratista deberá hacer una supervisión del contrato y el resultado del trabajo de todos los terceros, así ETB haya escogido el proveedor. El proveedor elegido por ETB deberá acogerse a las políticas de pago del contratista.

El contratista debe optimizar la inversión de los recursos asignados por ETB, debiendo presentar reportes de control de inversión, ordenación y facturación, así como la ejecución de las negociaciones celebradas con proveedores externos.

En los casos en los que las necesidades de una actividad y/o elementos que no estén contemplados dentro del Anexo Financiero No. 1 del contrato se vuelvan recurrentes, es decir, que se realicen tres (3) compras, el servicio y/o elemento debe incorporarse al contrato mediante un acta que será suscrita por ambas partes

2.9 SUPERVISIÓN DE TERCEROS Y DEL CONTRATO

- El contratista debe controlar la adecuada implementación de las estrategias y actividades sugeridas directas y de terceros.
- El contratista debe entregar soportes de la actividad realizada por el tercero, con soportes fotográficos cuando aplique, máximo dos días después de realizada la actividad. Este soporte será entregado vía correo electrónico a la supervisión del contrato. Igualmente, esta actividad deberá estar incluida dentro de los informes relacionados mensuales que debe entregar el contratista.
- El contratista debe velar porque los servicios prestados por terceros que impliquen el cumplimiento de cualquier promesa a un cliente sean supervisados y controlados para que no se presenten incumplimientos que puedan acarrear un reclamo, o que puedan ocasionar una investigación o sanción, por lo que adicionalmente se deberán todas las pólizas o garantías que se consideren necesarias. El contratista será solidariamente responsable con ETB en caso de una sanción.
- El Contratista y ETB acordarán procesos y tiempos para los diferentes servicios y actividades que se ejecutarán en desarrollo del contrato al inicio del mismo, los cuales deberán ser cumplidos a cabalidad por ambas partes con el fin de garantizar la oportuna puesta en marcha de las actividades requeridas por ETB.

2.10 CAPACIDAD OPERATIVA

- El Interesado debe disponer de una organización y capacidad operativa que le permita atender de forma autónoma y oportuna el desarrollo de los servicios, utilizando el recurso humano adecuado y debidamente capacitado, en cada una de las ciudades donde operen cualquiera de las unidades de negocio, tanto las relacionadas en el presente documento, sin excluir las demás ciudades y municipios del territorio nacional en donde las unidades de negocio puedan abrir operación durante la ejecución del contrato, para el desarrollo de todas las actividades relativas al servicio, desde el primer día de operación. Así mismo, debe contemplar la adecuada prestación del servicio en el caso en el que se presente rotación de personal del proveedor y asegurar el personal necesario, el cual puede aumentar o disminuir, de acuerdo con las necesidades de prestación de los servicios.
- El personal con el cual ejecutará el objeto del contrato debe cumplir las condiciones mínimas que garanticen su idoneidad, las cuales se sugieren a continuación:

2.10.1 LUGAR DE TRABAJO

Destinar un lugar de trabajo para la ejecución del servicio a contratar ubicado en Bogotá y en cada ciudad principal donde la operación de ETB lo necesite, buscando con esto el desempeño y control adecuado de los servicios a prestar.

En el caso en que el interesado tenga dentro de sus clientes alguno que sea competencia directa o indirecta de ETB, en cualquiera de sus unidades de negocio, deberá informarlo al momento de presentar la propuesta.

En caso tal de tener conflicto por no ser proveedor exclusivo de la categoría, el lugar y equipo de trabajo deberá contar con un espacio independiente del otro cliente, lo que implica que el equipo de trabajo exclusivo para ETB debe estar ubicado en un predio diferente.

Es importante que en todos los espacios de trabajo dedicados a la cuenta de ETB se cumplan los requisitos mínimos de seguridad industrial, establecidos por la normatividad colombiana para la actividad económica desarrollada por el contratista.

2.10.2 EQUIPO DE TRABAJO:

Contar con una infraestructura administrativa, financiera, creativa y ejecutiva, que garantice el buen desempeño y eficiencia. El talento humano con el cual se desarrollará las actividades del servicio deberá tener amplia experiencia en el desarrollo de activaciones y deben estar orientadas a prestar un servicio integral y asesoramiento, además de un amplio soporte analítico.

El equipo de trabajo que está directamente relacionado con la operación de la cuenta de ETB debe ser exclusivo y se debe garantizar siempre la continuidad en la adecuada prestación del servicio, por lo que se sugiere mantener dentro de lo posible la estabilidad en el equipo de

trabajo designado. En todo caso, no se podrá argumentar la no prestación del servicio en las condiciones pactadas por falta de recursos de personal.

Se solicita que el INTERESADO incluya dentro de su respuesta al estudio de mercado el valor fijo mensual a todo costo de los servicios relacionados en Anexo Financiero (numeral 205, 206 y 207) para los cuales se deben considerar los siguientes perfiles asociados a las personas encargadas de su prestación:

- Director de cuenta senior con experiencia mínima comprobada de cinco (5) años en el manejo de campañas BTL (activaciones, eventos grandes, medianos y pequeños, promociones, guerrilla, etc) para empresas del sector de las telecomunicaciones. El director de cuenta se encargará adicionalmente, de manera transversal, de toda la cuenta de ETB y será el canal de comunicación entre ETB y la Agencia en temas administrativos, entre otros.
- Estratega Senior con experiencia mínima comprobada de cinco (5) años en manejo de campañas BTL o en agencias del sector publicitario y con conocimiento en telecomunicaciones, encargado del diseño, montaje y posterior análisis de actividades consideradas estratégicas para ETB.
- Creativo Senior con experiencia mínima comprobada de tres (5) años en agencias o sector publicitario en cuentas de telecomunicaciones o afines.

Para el personal restante no se considera un pago fijo mensual y su costo debe estar considerado dentro de las demás actividades descritas en los presentes términos de referencia.

El servicio a contratar se debe prestar en las ciudades y municipios que requiera ETB a nivel nacional según las metas comerciales. En la medida en que ETB amplíe su operación de ventas a otras zonas del país, se solicitará al Contratista ampliar su operación si así lo amerita el volumen de actividades de Trade Marketing.

2.11 CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

La información suministrada por ETB en desarrollo de un contrato por cualquier medio al contratista, deberá ser utilizada de manera confidencial, garantizando por todos los medios a su alcance que los trabajadores a su servicio y demás personas que autorice, respetarán la obligación de mantener su debida reserva, confidencialidad, integridad y disponibilidad. Dicha información únicamente será utilizada para la debida ejecución del contrato. La violación de confidencialidad o el uso indebido de la información dará lugar a reclamar indemnización por parte de ETB. No se considera violación de confidencialidad la entrega de información cuando sea de conocimiento público. El Contratista no adquiere derechos de propiedad o disposición respecto de la información suministrada por ETB.

2.12 SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

El futuro contratista deberá adherirse a las Políticas de Seguridad de la Información que tiene adoptadas ETB para la protección de su información y la de sus terceros, las cuales se obligan a conocer y cumplir, así como a instruir al personal que ocupe para la ejecución del contrato, independientemente de la forma de vinculación del mismo, sobre la obligatoriedad de su cumplimiento. Dichas políticas deben ser consultadas en la página web de ETB www.etb.com. Así mismo y cuando aplique a partir de la debida ejecución del contrato, el contratista se obliga a cumplir con las políticas de seguridad de la información y de protección o tratamiento de datos personales de los clientes de ETB.

ETB podrá requerir a discreción al contratista la firma de acuerdos de confidencialidad específicos a su personal y demás personas que éste autorice.

Los usuarios entregados al Contratista para acceder a los sistemas de información de ETB deben corresponder a personas que efectivamente estén ejecutando actividades relacionadas con el objeto contractual, en tal sentido, el Contratista se obliga a mantener informado a ETB sobre los usuarios a su cargo que deben estar vigentes, informando inmediatamente sobre cualquier retiro o cambio que éste realice sobre el personal que accede a los sistemas de información de ETB.

El Contratista se obliga a reportar cualquier debilidad sospechosa que incida en la seguridad de la información y reportar de manera inmediata la ocurrencia de incidentes de seguridad de la información que puedan vulnerar la confidencialidad, integridad y/o disponibilidad de la información de ETB o de sus terceros, tratada en desarrollo del contrato, contribuyendo, además, con todos los medios a su alcance para su remediación. Sin perjuicio de los reportes que realice ante ETB, el contratista deberá responder por los eventuales perjuicios que se generen con ocasión de los incidentes que puedan afectar la seguridad de la información.

El Contratista debe impartir a su personal, con relación a las acciones de toma de conciencia, educación, entrenamiento, actualizaciones regulares en políticas y procedimientos de seguridad de la información, según sea relevante para ejecutar el contrato.

ETB se reserva el derecho de verificar y monitorear, en cualquier momento o lugar, el cumplimiento de las políticas de seguridad de la información de ETB.

Antes de la finalización del contrato, el Contratista deberá devolver los activos físicos y electrónicos encomendados, garantizando que la información pertinente se devuelva a ETB de manera que no podrá usarse para ningún otro fin por parte del Contratista ni de sus trabajadores o sus propios contratistas.

Adicionalmente y en caso de que el Contratista o sus trabajadores o sus propios contratistas hayan adquirido un conocimiento importante a partir del desarrollo del contrato, el Contratista se obliga a documentar y transferir a ETB ese conocimiento.

2.13 HABEAS DATA

Cuando para la debida ejecución del contrato, el Contratista deba acceder, consultar y/o administrar bases de datos en calidad de Encargado del tratamiento de datos personales a nombre de ETB quien es Responsable del tratamiento de datos personales de sus clientes, trabajadores, contratistas, accionistas, ciudadanía en general o aquellas bases de datos personales que lleguen a surgir, previos los permisos concedidos para el efecto, el Contratista se obliga a disponer los medios necesarios para observar, cumplir e instruir a sus trabajadores sobre los principios de administración de datos de terceros y de tratamiento de datos personales, tales como: legalidad en materia de tratamiento de datos, veracidad o calidad, finalidad, acceso y circulación restringida, temporalidad, seguridad, confidencialidad, libertad y transparencia, conforme con lo establecido en la Ley 1266 de 2008, la Resolución CRC 5111 de 2017, la ley 1581 de 2012, Decreto 1377 de 2013 y demás normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan.

El futuro contratista aceptará adherirse a la Política de Tratamiento de Datos Personales adoptada en ETB para el manejo de la información personal que gestiona, incluyendo los datos de terceros, la cual se obliga a conocer y cumplir, así como instruir a su personal que ocupe para la ejecución del contrato, independientemente de la forma de vinculación del mismo, sobre la obligatoriedad de su cumplimiento. Dicha política debe ser consultada en la página WEB de ETB www.etb.com. Para lo anterior el Contratista, debe designar a una persona o área que asuma la protección de datos personales, adoptar un manual interno de políticas y procedimientos para garantizar el adecuado cumplimiento de la ley 1581 de 2012, realizar el Tratamiento de Datos Personales de acuerdo con la finalidad que los Titulares hayan autorizado y con las leyes aplicables, garantizar al Titular, en todo tiempo, el pleno y efectivo ejercicio del derecho de hábeas data, conservar la información bajo las condiciones de seguridad necesarias para impedir su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento, informar cuando se presenten violaciones a los códigos de seguridad y existan riesgos en la administración de la información de los Titulares y cumplir las instrucciones y requerimientos que imparta la Superintendencia de Industria y Comercio como autoridad nacional de Datos Personales. ETB se reserva el derecho de verificar y monitorear, en cualquier momento o lugar, el cumplimiento de la Política de Tratamiento de Datos Personales de ETB. Lo anterior, sin perjuicio de la obligación que le asiste al contratista de responder por los eventuales perjuicios que se generen con ocasión del incumplimiento de esta política.

Si con ocasión del objeto contractual, ETB debe entregar Bases de Datos Personales al Contratista para que éste realice actividades que no están en el marco de la relación contractual que estas personas tienen con ETB, el Contratista podrá ejecutar esas actividades hasta máximo quince (15) días hábiles después de la fecha de entrega de cada base de datos. Lo anterior con el fin de garantizar que los Datos Personales sean tratados sólo cuando cuentan con autorización de los Titulares.

De la misma forma, si dentro de la ejecución del contrato se requiere realizar una transmisión internacional de datos personales, el contratista acepta dar cumplimiento a las disposiciones vigentes en materia de protección de datos sobre “transferencia y transmisión internacional de datos personales”, previstas en los artículos 24 y 25 del Decreto 1377 de 2013 y demás normas vigentes aplicables, especialmente el contratista se obliga a dar aplicación a las disposiciones derivadas de la

Política de Tratamiento de Datos de ETB y a realizar el Tratamiento de datos de acuerdo con la finalidad que los Titulares hayan autorizado y con las leyes aplicables. Además de las obligaciones que impongan las normas aplicables dentro del contrato que se entienden incorporadas al mismo, el contratista acepta:

- a) Dar Tratamiento, a nombre del responsable, a los datos personales conforme a los principios que los tutelan.
- b) Salvaguardar la seguridad de las bases de datos en los que se contengan datos personales.
- c) Guardar confidencialidad respecto del tratamiento de los datos personales”.

2.14 INDEMNIDAD

El futuro contratista deberá mantener indemne a ETB de toda reclamación o demanda, por los daños y perjuicios que ocasione el personal a su servicio a terceros en desarrollo del contrato o por cualquier otro evento imputable a su responsabilidad.

2.15 AUDITORIA.

ETB tendrá derecho de verificar y examinar, directamente o a través de auditores designados por ella, cualquier proceso o suma facturada por el contratista. Las revisiones de los representantes autorizados por ETB se efectuará en las oficinas del contratista con acceso a los sistemas de información, a través de trabajadores a su servicio y/o en el mismo sitio de las operaciones, en horas normales de trabajo. El contratista atenderá, oportunamente los reclamos justificados que hiciera ETB como resultado de tales revisiones.

2.16 CANALES DE COMUNICACIÓN y OBSERVACIONES AL SERVICIO.

El futuro contratista deberá asignar de forma exclusiva un director de cuenta como líder encargado de la ejecución y control del contrato.

Son canales de comunicación válidos para cualquier solicitud o aclaración, los correos electrónicos corporativos o los comunicados suscritos por el personal que ETB designe. Con el fin de facilitar las comunicaciones, el contratista asignará al primer, segundo y tercer contacto un equipo celular activado con el operador celular ETB, desde el primer día de operación. El contratista informará a partir del momento en el que se inicie la ejecución, cuáles son las personas de contacto y los niveles de escalamiento para el manejo de las comunicaciones que así lo requieran, de la siguiente forma y orden:

- a. Director de cuenta (primer contacto)
- b. Gerente de cuentas (segundo contacto)
- c. Gerente general (tercer contacto)

Toda observación, sugerencia o queja que ETB realice con ocasión del servicio contratado, deberá formularse por escrito dirigido a la persona designada por el contratista como director de cuenta y de ahí en adelante se usará el esquema previamente definido de escalamiento

07-07.7-F-020-v.8

"Una vez impreso este documento, se considerará **documento no controlado**".

13/06/2023

Pág. 27

2.17 CONTROL DE PAGOS Y PRESUPUESTO

El futuro contratista deberá verificar mensualmente los desembolsos de pagos por parte de ETB, con el fin de evitar inconsistencias al final de la ejecución y durante el periodo de liquidación del contrato.

2.18 IDENTIFICACION DEL PERSONAL.

El futuro contratista deberá velar por que el personal contratado para la prestación del servicio se identifique en todo momento con un carné. En la operación de Retail, los establecimientos con los que ETB firma contratos que permiten tener presencia comercial, exigen que todo el personal presente en el momento de solicitar la autorización de ingreso a los puntos de venta y de realizar el curso de inducción que algunos exigen, o en cualquier momento que el establecimiento lo exija, documentación que certifique al personal como empleados del Contratista. Entre los documentos solicitados están:

- a.) Cedula de Ciudadanía y fotocopia de la misma.
- b.) Fotocopia Tarjeta militar (hombres).
- c.) Pasado judicial y/o antecedentes disciplinarios.
- d.) Acta de grado bachiller, Técnico y/o profesional.
- e.) Hoja de vida minerva 1003.
- f.) Contrato laboral.
- g.) Carta de presentación ETB.
- h.) Autoliquidaciones ARP y EPS.

Es importante que el futuro contratista pueda garantizar los procesos necesarios que permitan a su personal presentar esta documentación en cualquier momento que las áreas administradoras de los establecimientos directos o contratados la exijan.

2.19 VALOR AGREGADO

El futuro contratista podrá entregar como valor agregado todo aquello que contribuya al adecuado desempeño de la operación y que no esté contemplado en el presente documento sin que esto genere costo alguno para ETB. Por ejemplo, personal adicional, software para la administración de actividades, reportes en línea, distribuciones o auditorias adicionales, etc.

2.20 RELACION DE ANEXOS

A continuación, se consolida la relación de anexos que hacen parte de este documento:

- Anexo Técnico No. 1 - FICHA TECNICA MOBILIARIO TRADE
- Anexo Financiero

2.21 CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACION

Se relacionan los principales aspectos que se deben tener en cuenta ante un eventual futuro nuevo proceso de contratación.

2.21.1 VIGENCIA

El plazo establecido para estimar el servicio objeto del estudio de mercado es de veinticuatro (24) meses.

2.21.2 GARANTÍAS CONTRACTUALES

Se relacionan las principales garantías contractuales que se pueden considerar en un nuevo proceso de contratación y posterior contrato

Será responsabilidad del proveedor gestionar de manera oportuna la disponibilidad de cupo y la constitución de las garantías contractuales, con una compañía aseguradora o con una entidad bancaria vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia.

- a) **CUMPLIMIENTO:** por un valor asegurado del **veinte por ciento (20%)** del precio del contrato antes de IVA, vigente desde la fecha de suscripción del contrato, durante su plazo de ejecución y hasta su liquidación.
- b) **SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES LABORALES:** por un valor asegurado del **cinco por ciento (5%)** del precio del contrato, antes de IVA, vigente desde la fecha de suscripción del contrato, durante el plazo de ejecución del contrato hasta su terminación y tres años más.
- c) **CALIDAD DEL SERVICIO:** por un valor asegurado del **veinte por ciento (20%)** del precio del contrato, antes de IVA, vigente desde la fecha de suscripción del contrato, durante el plazo de ejecución y, hasta su liquidación
- d) **RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL:** por un valor asegurado del **veinte por ciento (20%)** del precio estimado total del contrato (incluido el valor correspondiente a gastos reembolsables), antes de IVA, vigente desde la fecha de suscripción del contrato, durante su plazo de ejecución y hasta su terminación. Lo anterior, sin perjuicio de las acciones que pueda iniciar ETB en el evento en que los perjuicios puedan superar el porcentaje establecido.

2.21.3 ESQUEMA DE COTIZACION DE LOS PRECIOS

Los bienes y servicios deberán ser cotizados bajo el sistema de precios unitarios fijos, entendiendo como tal que el precio unitario pactado inicialmente permanecerá fijo durante el primer año de ejecución; para

el segundo año de ejecución, los precios unitarios podrán ser revisados, con una periodicidad anual, producto de lo cual podrán variar; en el evento de aumentar el reajuste máximo no podrá exceder el Índice de precios al consumidor para la República de Colombia, certificado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE- para el año inmediatamente anterior.

Serán por cuenta del proveedor y se considerarán incluidos como parte del precio, todos los impuestos, derechos, tasas y contribuciones de cualquier orden, vigentes.

2.21.4 FORMA DE PAGO

- Servicios Fijos Mensuales:

El (100%) de los Servicios Fijos Mensuales, se pagará por mensualidades vencidas a los sesenta (60) días calendario siguientes a la radicación, en el portal de recepción facturas de cuentas por pagar de ETB, de la factura correspondiente, acompañada del Acta mensual de los respectivos servicios a entera satisfacción de ETB, suscrita por el supervisor del contrato y el contratista.

NOTA 1: Los servicios se liquidarán por mes o fracción, de acuerdo con la prestación efectiva del servicio. Por lo anterior los periodos inferiores a un mes se liquidarán de manera proporcional al precio mensual cotizado. Para todo el caso se entenderá que el mes es de 30 días.

- Bienes y Servicios:

El (100%) de los Bienes y Servicios objeto del presente contratación, se pagarán mediante cortes mensuales, sobre la cantidad de bienes o servicios efectivamente recibidos en el respectivo mes, a los sesenta (60) días calendario siguientes a la radicación, en el portal de recepción facturas de cuentas por pagar de ETB, de la factura correspondiente, acompañada del Acta de recibo mensual de los respectivos bienes a entera satisfacción de ETB, la cual debe estar suscrita por el Supervisor del Contrato y el Contratista.

- GASTOS REEMBOLSABLES:

Los siguientes son los requisitos que se debe tener en cuenta para el pago de los gastos reembolsables:

1. El reembolso de estos gastos será reconocido al costo
2. El proveedor deberá practicar las retenciones de ley sobre los pagos o abono en cuenta que realice a título de gastos reembolsables, asumiendo para tal efecto la calidad tributaria de ETB.
3. El proveedor deberá suministrar al supervisor del contrato, en medio digital copia de los documentos soporte de los referidos gastos, los cuales deberá revisar contra la respectiva certificación donde conste que se han efectuado las respectivas retenciones de ley y que realmente los gastos estén amparados bajo el contrato suscrito. Dichos documentos deben ser expedidos a nombre del proveedor, lo anterior para efectos de la aprobación por parte del supervisor de la solicitud de reembolso. Archivo que hará parte del historial del contrato.
4. La certificación con la cual el proveedor deberá radicar la solicitud de reembolso será la

establecida en la mencionada Directriz y deberá estar suscrita por el revisor fiscal o contador público según lo dispuesto en el artículo 3 del Decreto Reglamentario 1514 de 1998, esta contendrá la desagregación de los respectivos costos, deducciones e impuestos, detallando uno a uno los documentos soportes de los gastos incurridos y totalizándolos por cada concepto, los cuales deberán estar autorizados en el contrato. Así mismo, en este formato se deberá indicar el número de folio del documento como se encuentra organizado en el medio digital.

5. Para la radicación del reembolso, la anterior certificación deberá ser avalada por el supervisor del contrato.

6. La fecha de emisión de los documentos soporte requeridos no podrá ser superior a 3 meses respecto de la fecha de la solicitud de reembolso. El incumplimiento implicará que no se reconozcan dichos gastos ni el IVA generado en la operación.

7. El reembolso y desembolso de gastos, se efectuará a los 45 días calendarios siguientes a la radicación de las solicitudes respectivas en el Equipo de Cuentas por Pagar de ETB.

8. La solicitud de reembolso de gastos deberá contener, entre otros puntos, lo siguiente:

- N° de Contrato y Vicepresidencia a la cual pertenece
- Unidades y detalle del recibo de servicios
- Fecha de expedición de los documentos soporte
- Separación de impuestos aplicados
- Valoración en pesos, los cuales deben coincidir con los consignados en la solicitud de reembolso.
- Totalización por conceptos de los gastos reembolsables.