

EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTÁ S. A. ESP

ESTUDIO DE MERCADO

WS2053722366

Agencias de publicidad integrales (ATL, BTL y Digital) que provean servicios especializados en estrategia, comunicación, creatividad, conceptualización, marketing y optimización de pauta digital, investigación, planeación e implementación de campañas para apoyar las diferentes actividades de mercadeo, comerciales, marca, endomarketing de los segmentos y unidades de negocio, así como el posicionamiento de la imagen corporativa de ETB.

BOGOTÁ D.C, MARZO 2026

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 de este 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 equívoco 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.

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”.

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(n) remitir dicha comunicación ingresando al link relacionado a continuación

[Dirección de Abastecimiento - ETB \(google.com\)](#)

INTERES DE PARTICIPACION

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

ACLARACIONES A LAS CONDICIONES PLANTEADAS

El interesado podrá solicitar aclaraciones respecto del contenido de este documento, 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.

Para tal efecto, deberá(n) remitir dicha comunicación ingresando al link relacionado a continuación

<https://script.google.com/a/etb.com.co/macros/s/AKfycbzzsXjpQEQI7M6qflCTw42mlqg3p1R8-GVKITGXK4-l61hCTiZVHVWZFjNSXMTztkkpw/exec>

PREGUNTAS ESTUDIO DE MERCADO

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, remitir el Anexo Diligenciado por el formulario previamente informado o la cuenta de correo **email2workspace-prod3+etb+WS2053722366+42vq@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.

ESTUDIO DE MERCADO

1. OBJETO

La EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTÁ S.A. E.S.P., en adelante ETB, está interesada en recibir información relacionada con la prestación de los servicios de agencias de publicidad integrales (ATL, BTL y Digital) que provean servicios especializados en estrategia, comunicación, creatividad, conceptualización, marketing y optimización de pauta digital, investigación, planeación e implementación de campañas para apoyar las diferentes actividades de mercadeo, comerciales, marca, endomarketing de los segmentos y unidades de negocio, así como el posicionamiento de la imagen corporativa de ETB.

2. CONDICIONES PARA LA PRESENTACIÓN DE LA RESPUESTA

Como respuesta al presente estudio de mercado se deberá entregar 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	
REPRESENTANTE LEGAL	
SOCIOS	
DATOS CONTACTO COMERCIAL	
DATOS CONTACTO TÉCNICO	

2. 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, excepto los relacionados con catálogos de fábrica.

3. En los casos en los que el INTERESADO lo considere conveniente, o ETB lo solicite, ETB agradece al INTERESADO entregar la información adicional solicitada.
4. La respuesta al presente documento debe mantener la numeración, e incluir un índice que contenga la relación de todos los numerales y anexos que la conforman.
Si la respuesta es referida a un catálogo o descriptivo técnico, ETB desea que sea entregada junto con la propuesta indicando el sitio de este, en el que se localiza la correspondiente descripción, para su verificación.
5. Valores estimados detallados en el Anexo - Financiero adjunto. Entregar cotización en Excel y PDF.
6. Para efectos del cálculo del precio de cotización, se deben tener en cuenta las garantías que exige ETB en su manual de Contratación, el cual se encuentra publicado en la página web de contratación.
7. Adicionalmente, el interesado deberá considerar incluir como parte del precio, todos los impuestos, derechos, tasas y contribuciones de cualquier orden vigentes y que ETB hará las retenciones de ley a que haya lugar.
8. Formas de pago: Se solicita al interesado indicar la forma de pago propuesta, teniendo en cuenta las políticas financieras vigentes ETB realiza pagos a 120 días calendario siguientes a la radicación de la factura y con pagos mensuales.
9. Vigencia de la cotización: Indicar la vigencia de la cotización presentada.
10. Moneda de cotización: Pesos colombianos.

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.

3. CALENDARIO DE EVENTOS

EVENTO	FECHA
Publicación estudio de mercado	05 de Marzo de 2026
Interés de Participación	13 de Marzo de 2026
Última fecha para la recepción de preguntas o solicitudes de aclaración	18 de Marzo de 2026
Respuestas de ETB a preguntas o solicitudes de aclaración	24 de Marzo de 2026
Última fecha para la recepción de las propuestas	27 de Marzo de 2026

El interesado debe tener en cuenta que las respuestas que suministre deben corresponder con los servicios solicitados.

Si la respuesta al requerimiento es evasiva, si no se suministra la aclaración o explicación solicitada, o si a pesar de haberse expresado “CUMPLE”, de la respuesta recibida se deduce que el requerimiento no se satisface total o parcialmente, o su cumplimiento se sujeta a condición.

La respuesta debe mantener la numeración, con índice que contenga la relación de todos los numerales y anexos que la conforman utilizando hipervínculos que faciliten su revisión.

Todos los documentos que integren la cotización deben ser redactados en idioma español,

Durante el análisis de las respuestas obtenidas como resultado del estudio de mercado, ETB se reserva el derecho de solicitar al interesado una presentación, en la cual se aclaren los aspectos específicos de la propuesta, sin que sea posible realizar modificaciones a la cotización presentada.

4. ANTECEDENTES:

La Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. E.S.P. – ETB cuenta con un amplio portafolio de productos y servicios de telecomunicaciones (Telco) y tecnología digital (Techco) dirigidos a personas naturales, empresas privadas y entidades de gobierno, cuya promoción constante resulta fundamental para mantener su visibilidad, vigencia y reconocimiento entre clientes actuales y potenciales. Por más de 25 años, ETB ha requerido los servicios de agencias creativas y de medios para diseñar, producir e implementar estrategias de comunicación y promoción que soporten el cumplimiento de sus objetivos institucionales y comerciales. En la actualidad, ETB dispone de contratos con diferentes agencias (creativa, trade marketing y digital) que han permitido dar continuidad a la gestión de comunicación de la marca y sus productos; sin embargo, esta fragmentación de servicios genera retos en términos de coherencia de marca, control presupuestal y optimización de resultados.

El mercado de la comunicación y el marketing digital avanza a gran velocidad, demandando de las empresas de telecomunicaciones y Techco respuestas ágiles, oportunas, claras y coherentes frente a las necesidades de sus clientes. Por esta razón, las compañías del sector cuentan cada vez más con agencias integrales capaces de articular creatividad, innovación, medios digitales y eficiencia en la inversión publicitaria. En línea con estas tendencias, ETB busca consolidar en un solo aliado estratégico la gestión de agencia creativa y de la agencia de medios digital, que aporte valor en planeación, ejecución y medición de resultados, garantizando consistencia en el discurso de marca y una visión 360° de las estrategias de comunicación.

Adicionalmente, en agosto de 2025 ETB implementó una nueva narrativa de marca, la cual exige un acompañamiento integral que permita desplegar mensajes con coherencia en todos los puntos de contacto, potenciar la experiencia digital End-to-End (E2E), y asegurar la construcción de un posicionamiento sólido y diferenciado frente a las

audiencias de interés. Bajo este contexto, la contratación de una agencia integral se convierte en un factor clave para responder de manera eficiente a los retos actuales y futuros de comunicación de ETB.

5. ALCANCE:

El alcance del servicio requerido por ETB, relacionado en este estudio de mercado comprende:

1. Generar estrategias de presencia digital optimizada hacia canales digitales que permitan generar mayor visibilidad y conversiones para las estrategias comerciales de ETB, lo que incluye la compra, optimización y seguimiento de pauta Digital
2. El desarrollo de actividades relacionadas con la elaboración de conceptos creativos, diseño de campañas publicitarias, estrategias de comunicación, relacionamiento, promoción y endomarketing.
3. Redacción de textos, elaboración de artes finales, ilustraciones, planos mecánicos, habladores, afiches, volantes, insertos, artes para medios impresos tales como prensa, revistas, comunicados internos y externos entre otros.
4. Producción para medios audiovisuales tales como radio, televisión, fotografía, audios, cuñas, videos, videos IA, fotos con IA, comerciales, promocionales y animaciones, podcast y otros formatos digitales
5. Diseño de piezas de publicidad exterior como vallas, paraderos, pantallas, pendones, gigantografías, rompe tráfico, entre otros.
6. Diseño y elaboración de material y piezas digitales, fijas o animadas y demás medios alternativos.
7. Creación de estrategias y planes de medios digitales con su ordenación, optimización, seguimiento y reportes.
8. Envíos de correos electrónicos, correos directos, sms, adquisición y entrega de premios, incentivos o material pop utilizado para incentivos utilizado para incentivos para cliente final de los diferentes segmentos de ETB.
9. Seguimiento y entrega de indicadores de campañas realizadas a través de correo, SMS, cuando se ejecuten conforme el punto anterior (entregas, lecturas, respuestas, leads, etc.)
10. Prestación de servicios especializados en actividades BTL, activaciones de marketing, lanzamientos de productos, promociones, eventos de toda clase, físicos, virtuales o híbridos, así como el personal, elementos y materiales para su realización.
11. Ejecución de evaluaciones y sondeos publicitarios y de mercado, estrategias comerciales para ATL y BTL.
12. Gestión integral para la participación de marca ETB, en actividades y eventos comerciales, educativos, culturales, de entretenimiento, institucionales, entre otros, que permitan el posicionamiento de la marca y gestión comercial de los servicios de la compañía.
13. Elaboración de aplicaciones de sistemas y desarrollos en plataformas colaborativas y en línea, según demanda y necesidades comerciales y de mercadeo de ETB.
14. Diseño de piezas digitales tales como: landing, banners, piezas elaboradas con IA, tarjeta digital para fechas especiales, Certificados y reconocimientos, post para

redes sociales tanto para redes propia como de pauta, Gift, carrusel, iconografía, banner, mailing, entre otras.

15. Recibir casos en negocios similares a los de ETB que hayan sido manejados por la agencia o su red internacional para capturar mejores prácticas.
16. Asesoría jurídica en términos de marca, gestión de registro de marcas y toda actividad de comunicación que contribuya a la divulgación, venta de los productos y servicios actuales y futuros ofrecidos por ETB y al posicionamiento de su imagen corporativa, ya sea de manera masiva o directa. (Según se requiera particularmente, y su costo estará incluido en el Fee mensual)
17. Además de la propuesta técnica detallada en esta invitación, ETB está interesada en recibir nuevas ofertas económicas para la prestación de los servicios de una agencia de publicidad integral (ATL, BTL y Digital), si los proponentes lo consideran pertinente. La oferta económica propuesta se deberá incluir en el Anexo Financiero del estudio de mercado.

5.1. SERVICIOS DE CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN

El alcance técnico de la presente invitación contempla la planeación estratégica de comunicación y la definición de lineamientos de marca, así como el diseño de conceptos creativos, la redacción de textos, la diagramación y la producción de piezas publicitarias en distintos formatos (ATL, BTL, digital, eventos, endomarketing, entre otros). De manera específica, dentro del diseño gráfico se espera que se contemplen propuestas visuales y audiovisuales, con un enfoque en la innovación de las creatividades y la entrega de artes finalizados. Asimismo, el alcance incluye la gestión de proveedores, talentos y producción de campañas integrales, actividades de vinculación de marca, rentabilización, fidelización y retención de clientes, eventos corporativos; la implementación y optimización de campañas digitales y multicanal en medios propios, pagados y ganados; la gestión de marca y el desarrollo de campañas de fidelización y endomarketing; el diseño y producción de eventos y activaciones btl; el desarrollo, soporte y mantenimiento de activos digitales como sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales; el monitoreo, medición y optimización de resultados, así como el control y administración del presupuesto publicitario con la rendición periódica de informes de gestión.

5.2 ASESORÍA Y ESTRATEGIA DIGITAL, COMPRA Y SEGUIMIENTO DE PAUTA DIGITAL Generar estrategias de presencia digital optimizada hacia canales digitales que permitan generar mayor visibilidad y conversiones para las estrategias comerciales de ETB, lo que incluye la compra, optimización y seguimiento de pauta Digital.

Asesoría y estrategia digital: Corresponde a la prestación de servicios especializados en comunicación digital, estructuración, diseño y desarrollo de campañas, contenidos, pauta y otras formas de comunicación digital para apoyar los planes comerciales y de promoción de los diferentes segmentos de negocio de ETB, de acuerdo a los términos y condiciones que se anexan en este documento.

Planificación, compra, implementación, seguimiento y optimización de pauta en medios digitales: Comprende la planificación, compra de espacios e implementación de piezas, acciones y actividades que sean necesarias para la ejecución de estrategias digitales y campañas en: medios, vehículos o plataformas digitales disponibles y que requieran administración propia o de terceros.

Seguimiento de las estrategias digitales: Gestión, control y optimización de las campañas y estrategias en todas las plataformas de pauta digital paga en medios directos y externos, así como las ejecutadas por aliados de ETB.

6. DEFINICIONES:

Para efectos de la presente invitación, se establecen las siguientes definiciones con el fin de precisar el alcance de los términos y unificar el entendimiento:

- **Estrategia integral de comunicación:** Diseño y ejecución de planes multicanal (ATL, BTL y digital) que articulen estrategia, creatividad, medios digitales y experiencias, orientados a captación, fidelización y posicionamiento de ETB.
- **Gestión de pauta digital:** Planeación, compra, optimización y seguimiento de campañas en buscadores, programática, redes sociales, display, video y audio digital, con segmentación avanzada, KPIs definidos y medición de resultados en tiempo real.
- **Creación, gestión y asesoría en servicios digitales (web, apps y redes sociales):** Diseño, desarrollo, administración y soporte de los activos digitales de ETB, garantizando disponibilidad, seguridad, experiencia de usuario (UX) y compatibilidad multiplataforma. Incluye SEO/SEM, integración con sistemas internos y actualización permanente de contenidos.
- **Experiencia digital End-to-End (E2E):** Análisis, diseño y optimización de los journeys de los activos digitales, asegurando experiencias fluidas, usables y alineadas con mejores prácticas de mercado.
- **Creatividad y producción publicitaria:** Creación y desarrollo de conceptos creativos, piezas gráficas, audiovisuales y digitales, listos para implementación en distintos formatos. Incluye innovación en narrativas, exploración de tendencias y coherencia con los lineamientos de marca.
- **Gestión de derechos y licencias:** Adquisición, administración y custodia de derechos de uso de marca, música, casting, imagen y voz de talentos o influencers, licencias de contenidos, territorios y temporalidades.
- **Investigación y análisis de mercado:** Monitoreo de competencia, estudios de consumidor, pruebas de concepto y análisis sectoriales que permitan ajustar estrategias creativas y de medios.
- **Lineamientos de ejecución y control:** Cumplimiento de manual de marca, cronogramas, KPIs de entrega y eficiencia, protocolos de calidad y reportes

periódicos. Incluye control documental, gestión de proveedores y planes de contingencia.

- Innovación y tendencias: Aplicación de nuevas tecnologías (IA, automatización, data driven marketing, formatos emergentes) para optimizar campañas y fortalecer el ecosistema digital de ETB.

7. ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

Para la ejecución del servicio deseado, La Agencia deberá desarrollar los servicios dando cumplimiento a los siguientes componentes:

7.1 Estrategia

- Desarrollo de estrategias de marca, posicionamiento y venta de producto y relacionamiento para todos los segmentos de clientes a través de metodologías propias de la agencia para ATL, BTL y Digital.
- Desarrollo de estrategias para el posicionamiento de ETB como promotor e impulsador de conceptos integrales de interés público y nacional que ETB defina como por ejemplo ciudades inteligentes, responsabilidad social, campañas integradas del distrito, etc.
- Estas estrategias deberán estar orientadas a la consecución de resultados de captación de clientes, rentabilización y fidelización del parque actual de clientes de ETB, por lo tanto, las competencias de La Agencia deberán estar orientadas en asesorar a ETB en las comunicaciones para todo tipo de campañas publicitarias.
- Dada la necesidad de mantener un conocimiento actualizado sobre el portafolio de productos, servicios, soluciones y servicios ofrecidos por ETB, se realizará transferencia de información y actualizaciones periódicamente al contratista, sobre el portafolio de servicios o promociones específicas, así como el target y segmentación de mercado.
- La Agencia será responsable de la correcta utilización de la marca(s) ETB, de acuerdo con lo establecido en el manual institucional de marca de ETB, a lo largo de todas las piezas publicitarias y/o campañas y se abstiene de compartir archivos, logos, iconos e imágenes de la marca con personal que no esté autorizado por el o los supervisores del contrato de parte de ETB.
- Las campañas publicitarias que realiza ETB pueden ser producidas en Colombia o en el exterior, para lo cual La Agencia deberá estar en capacidad de realizar todos los trámites necesarios para la gestión y obtención de permisos, derechos de autor, derechos en música entre otros según sea necesario.
- La Agencia deberá estar en permanente conocimiento de las acciones y/o actividades de los distintos competidores para ETB y usarlos como insumo para propuestas de acciones tácticas o estratégicas según la situación de mercado o ETB lo requiera. Esto debe incluir incluso actividades, programas o eventos de la categoría y los competidores con las empresas y entidades gubernamentales del país.
- La Agencia deberá elaborar un análisis trimestral del entorno de mercado tanto

para el segmento Hogares y MiPymes como para el Segmento Corporativo (Empresas y Ciudades Inteligentes), y otras unidades de negocio que ETB requiera, donde se incluya piezas publicitarias/ campañas, inversión en medios, estrategia digital y actividades BTL de los principales competidores para cada segmento y producto de ETB. El cual debe entregar en los quince (15) días siguientes a la finalización de cada trimestre contractual

- En el desarrollo de cada campaña de comunicación se deben contemplar tres plataformas de comunicación: ATL, Digital y/o BTL según la campaña y/o actividad requerida por ETB en el BRIEF.
- La Agencia podrá contratar servicios de asesorías especializadas o investigación para efectuar pruebas de concepto (test) necesario para el desarrollo de estrategias de marca, perfiles de consumo publicitario o evaluación de piezas publicitarias según ETB lo requiera mediante un brief; solo en los casos que sea solicitado, cuyo valor será el aprobado por ETB según las cotizaciones presentadas.
- Además, La Agencia cuando ETB lo requiera, deberá realizar la gestión correspondiente para la adquisición de los derechos de uso de marcas, musicalizaciones, casting, y otros requeridos en la producción de las campañas y en el desarrollo de las ideas creativas, así como la revisión de derechos de autor de cualquier pieza, música entre otros a utilizar en alguna campaña de ETB.

7.2 Diseños para el desarrollo de estrategias ATL y Medios Digitales

- La Agencia deberá iniciar el proceso de cada campaña y/o pieza a partir del Brief entregado por ETB, presentando 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 en el Brief.
- La Agencia deberá realizar propuesta creativa, diseño producción de cuñas, infografías, videos y artes para todos los medios que se propongan, tanto para radio, televisión, impresos, exteriores, digitales o los que surjan, según el caso y de acuerdo con las necesidades específicas del plan de medios para cada uno de los segmentos residencial, MiPymes como para empresas y ciudades inteligentes y otras unidades de negocio de la compañía.

7.3 Producción de actividades para el desarrollo de estrategias BTL

1. La Agencia deberá iniciar el proceso de cada evento y/o actividad a partir del Brief entregado por ETB, presentando como mínimo 3 cotizaciones acorde a los conceptos creativos con su respectivo planteamiento estratégico. En caso de no obtener las 3 cotizaciones en los tiempos requeridos dada las particularidades y prioridades del requerimiento; La Agencia presentará a ETB las cotizaciones con las que cuente en el tiempo acordado, con la debida justificación que deberá quedar plasmada en el presupuesto o cotización a aprobar, previa autorización del facultado y dando cumplimiento a las condiciones establecidas en el numeral 3.7 de gastos reembolsables.
2. La Agencia debe asegurar el correcto funcionamiento de cada evento y/o actividad desde el inicio y hasta el final de esta. En caso de presentarse alguna eventualidad tal como incumplimientos, fallas en la producción con el tercero

seleccionado, La Agencia deberá tomar los correctivos necesarios y en ningún caso esto representará un cobro adicional para ETB.

3. La Agencia deberá garantizar y demostrar que cuenta con un procedimiento de selección rigurosa de los terceros especializados en actividades BTL y eventos, quienes deben contar con experiencia comprobada y certificada en manejo de actividades de las calidades y dimensionamientos iguales o superiores a los desarrollados por ETB (como certificaciones ISO, instructivos de contratación interno, entre otros). Deben ser terceros con empresas legalmente constituidas que presten servicios o desarrollen actividades directamente relacionadas con el objeto de la actividad a contratar, donde se evidencie la evaluación de sus servicios, así como garantizar el cumplimiento de políticas del Sistema de Administración de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, cumplimiento de las políticas antifraude y anticorrupción, entre otras medidas de seguridad, evaluaciones que son responsabilidad y deben ser realizadas mínimo cada 6 meses por parte La Agencia.
4. Al finalizar cada actividad, La Agencia deberá presentar un informe de implementación y real cumplido de esta, entregando además de los costos realmente ejecutados, la base de datos de los asistentes o participantes de cada evento acorde con el registro realizado y una sección de novedades informando cambios o ajustes sobre lo que estaba planeado versus lo final ejecutado; cualquier cambio o ajuste siempre deberá contar con la aprobación previa del supervisor del contrato de ETB. El tiempo de entrega no deberá exceder de dos días hábiles después del cierre de la actividad.

7.4. Diseños para estrategias DIGITALES

- La Agencia deberá iniciar el proceso de cada campaña y/o pieza a partir del Brief entregado por ETB, presentando como mínimo dos (2) conceptos creativos con su respectivo planteamiento estratégico.
- La Agencia deberá diseñar y coordinar la producción de todas las piezas que componen todos los formatos requeridos en las campañas digitales, para medios externos como orgánicos y de pauta, así como el diseño y coordinación de piezas digitales para uso interno relacionadas con el apoyo comercial de los segmentos hogares, MiPymes, móvil, así como para empresas y ciudades inteligentes u otras áreas o unidades de negocio de la compañía.
- Teniendo en cuenta el alcance del servicio, el costo por el desarrollo de las piezas de uso digital y la elaboración de todos los artes para ATL está incluido en el valor del Fee mensual ofertado.

7.5. Asesoría y Estrategia Digital

- La Agencia deberá realizar el desarrollo de estrategias digitales de marca/ producto para todos los segmentos de clientes a través de metodologías propias del oferente.
- La Agencia deberá garantizar que las estrategias estén orientadas a la consecución de resultados de captación de clientes, rentabilización, potencialización y fidelización de la base actual de clientes de ETB. Por lo tanto, las competencias del oferente deberán estar orientadas en asesorar a ETB en las comunicaciones de todo tipo de campañas Digitales.

- La Agencia deberá prestar asesoría y estrategia digital con base a los KPIs establecidos por ETB, apoyo y asesoramiento para crear la estrategia más acertada con el fin de cumplir con los objetivos de comunicación definidos.
- La Agencia deberá estar en permanente conocimiento de las acciones y/o actividades de los distintos competidores para ETB y usarlos como insumo para propuestas de acciones tácticas o estratégicas según la situación de mercado o el cliente lo requiera.
- La Agencia deberá evaluar y proponer otros medios digitales que mejoren la efectividad de las campañas y estrategia de la compañía en conjunto con el equipo digital de ETB.
- La Agencia deberá realizar georreferenciación, perfiles de clientes y estrategias de segmentación según la campaña, objetivo y/o producto.
- La Agencia deberá tener la opción de integrarse con la plataforma de llamada predictiva de los operadores de ETB por web service u otros medios de integración web para entregar en línea o en tiempo real los leads de cada campaña. Sin perjuicio de lo anterior, la agencia deberá entregar por el medio que disponga los leads adquiridos en cada campaña en tiempo real.

7.6. Desarrollo e Implementación de campañas Digitales

- La Agencia deberá proveer los pixeles y herramientas necesarias para la realización de objetivo o remarketing que lo requiera en caso de que la landing no sea administrada por ella.
- La Agencia deberá realizar la elaboración del plan de medios según el presupuesto establecido por ETB, la selección de los medios se hace con base los resultados de las campañas del mes inmediatamente anterior y el histórico de las mismas.
- La Agencia para armar los planes de medios deberá apoyarse en el ecosistema digital que contempla redes sociales, medios específicos y redes especializadas en diferentes segmentos como lo son video, móviles, etc.
- La Agencia deberá realizar la implementación de cada campaña una vez se dé la aprobación del plan de medios, con base al material creativo y en las segmentaciones definidas; se deben realizar prácticas como lookalikes, remarketing, etc, que permitan llegar a públicos que estén más dados a cumplir con el objetivo de cada campaña.
- La Agencia deberá desarrollar la estrategia digital como parte estructural de la estrategia de marca realizada en conjunto con el equipo digital de ETB.
- La Agencia deberá definir el ecosistema digital y la operatividad del mismo para todos los segmentos que lo requieran según su estrategia.
- La Agencia deberá administrar el plan de contenidos establecido para cada segmento según su estrategia digital lo demande en conjunto con el equipo digital de ETB.
- La Agencia deberá suministrar información de influenciadores, bloggers, editores, etc, que complementen la estrategia digital.
- La Agencia deberá realizar la compra de espacios de pauta digital en las distintas plataformas de internet, a fin de ordenar la implementación de la difusión de campañas y/o acciones comunicacionales.
- La Agencia deberá gestionar la pauta digital a través de diversos canales y/o plataformas como email, sitios web, móviles, Instagram, Twitter, Google, Youtube, gestión en búsquedas simples y avanzadas, Youtube, Display,

publicidad programática, e incluso en plataformas “dark social” como Whatsapp, Facebook Messenger o Google Hangouts; configurar y programar campañas de acuerdo a los objetivos establecidos por ETB.

- La Agencia deberá realizar el despliegue de pauta digital incluyendo la implementación en sitios web, aplicaciones móviles y de escritorio, entre otros, teniendo en cuenta factores como navegabilidad, interactividad, usabilidad, experiencia de usuario, arquitectura de la información (almacenamiento y administración de bases de datos), generación de contenido multimedia (audio, video, imagen, texto, entre otros).
- La Agencia cuando las campañas queden activas deberá realizar una labor diaria en la cual deberá monitorear todo el comportamiento de las mismas y empezar a realizar los ajustes necesarios para optimizar de la mejor manera el presupuesto y por ende los resultados de cada campaña.
- La Agencia deberá realizar recomendaciones para tener Landings o páginas de destino que generen mejores conversiones.
- La Agencia deberá contar con disponibilidad para realizar una reunión de tráfico semanal, para analizar de manera conjunta con ETB los resultados de las campañas y contemplar opciones de mejora en cada una de ellas.
- ETB entregará a la Agencia un manual de marca con el cual podrá enterarse de los lineamientos que debe seguir para utilizar la marca de la compañía en las diferentes campañas y anuncios que se generen según la estrategia acordada. Este manual de marca maneja absoluta confidencialidad para ETB, para lo cual le serán aplicables las condiciones de la cláusula de confidencialidad del capítulo jurídico del proceso de contratación que se defina y del posterior contrato.

7.7. Seguimiento de las Campañas Digitales

- La Agencia deberá generar el proceso de seguimiento y evaluación de impacto durante el desarrollo de las campañas digitales, así como la consolidación de resultados en el marco del análisis cuantitativo y cualitativo de los canales digitales o redes sociales enfocadas en las necesidades de ETB.
- La Agencia deberá realizar y presentar a diario y semanalmente un reporte completo de las métricas de implementación del plan de medios digitales. (Impresiones, Clicks, CTR, etc).
- La Agencia deberá generar reportes parciales y finales de cada campaña. Los datos los debe actualizar dos veces a la semana o diario de ser necesario.
- La Agencia deberá generar todos los reportes detallados que ETB solicite.
- La Agencia deberá presentar mensualmente un estudio de competencia, con las piezas, medios utilizados, análisis, comparación, conclusiones y recomendaciones.
- La Agencia deberá disponer de herramientas y acceso para ETB, con el fin de realizar el seguimiento de las campañas y anuncios en tiempo real.
- La Agencia deberá garantizar que las cuentas utilizadas para montar las pautas tengan acceso de administración por parte de ETB y mantener el historial de las pautas creadas. Estas cuentas son propiedad de ETB y deben ser entregadas en el momento de finalizar el contrato.
- La Agencia deberá estar en capacidad de hacer seguimientos mensuales del posicionamiento de la marca (TOM) y de los indicadores de comunicación que se determinen, con el fin de medir el resultado de las campañas. Estos

deberán ser presentados máximo a los cinco días hábiles del mes siguiente de la medición.

- La Agencia deberá asegurar un costo máximo mensualmente por CPM, CPC, CPL y CPA, de mutuo acuerdo con el personal designado de ETB.
- La Agencia deberá estar en la capacidad de entregar los leads generados en las diferentes campañas en línea.

7.8. Actividades por demanda y/o servicios Digitales complementarios

ETB podrá solicitar de manera excepcional, servicios adicionales y propuestas puntuales, así como el desarrollo de proyectos especiales de acuerdo a las necesidades del negocio, de su estrategia comercial y del comportamiento o nuevos desarrollos en materia digital que se ofrezcan en el mercado, cuyo precio no esté pactado en el tarifario del contrato. Para este proceso el supervisor designado por parte de ETB solicitará al PROVEEDOR la cotización del respectivo proyecto, y verificará que los mismos se encuentren dentro de valores de mercado, si para dicho servicio hay más proveedores que lo ofrezcan, sin embargo podrán ser propuestas por desarrollos o formatos exclusivos de un tipo de medio o vehículo, los cuales no requerirán validación de más precios en el mercado, al considerarse como servicios de exclusividad de dicho medio o proveedor.

El supervisor del contrato por parte de ETB someterá a aprobación del facultado para contratar, quien los aprobará o determinará en caso de no llegarse a un acuerdo con el proveedor. Estos servicios adicionales o complementarios pueden ser entre otros:

1. Compra de pauta en formatos, vehículos o plataformas diferentes a las cotizadas en el anexo financiero, las cuales se requiera por necesidades específicas de ETB o porque son desarrollos nuevos que puede ofrecer el mercado de la comunicación digital y sean favorables para las estrategias de comunicación comercial de ETB.
2. Apoyo de las estrategias digitales con influenciadores, a través de sus redes sociales y demás plataformas.
3. Compra de material para ser usado en la implementación de las diferentes estrategias digitales, como pueden ser fotos, vídeos e imágenes.

8. CONDICIONES GENERALES

8.1 EXPERIENCIA DEL INTERESADO

ETB espera que La Agencia cuente con experiencia relacionada con el alcance de los servicios referidos en el presente estudio de mercado, para lo cual se desea que el INTERESADO informe en su cotización lo siguiente::

1. Cuento con la experiencia e idoneidad con objeto similar al informado en este estudio de mercado, soportado con Contratos ejecutados: Entre dos (2) y cuatro (4) certificaciones de contratos similares, que sumen al menos \$15.000.000.000 COP antes de IVA, firmadas por el cliente e indicando objeto, valor, plazo y servicios prestados. (Debe incluir de creatividad, ATL y BTL, publicidad digital, desarrollo de redes digitales y planeación de medios)

2. Unidades de negocio: Evidencia de contar con áreas propias o dentro de su grupo empresarial en ATL, BTL, activaciones de marketing, lanzamientos de productos, gestión y medios digitales, mercadeo relacional y producción audiovisual.
3. Red internacional: Certificación de afiliación a una red global de agencias, con detalle de composición accionaria, estructura en Colombia y beneficios que aporta a ETB.
4. Trayectoria: Entre 15 y 20 años en creatividad y más de 10 años en digital, demostrables en campañas integrales 360°.
5. Sectores de referencia: Preferiblemente con proyectos para empresas de gran escala en telecomunicaciones, tecnología o servicios masivos, incluyendo ejecución multicanal (ATL, BTL, digital, OOH, streaming y TV) y uso de herramientas de analítica y tecnologías emergentes.

8.2. MODELO DE OPERACIÓN Y ATENCIÓN DE LA CUENTA.

- La Agencia deberá contar con una infraestructura administrativa, financiera, creativa y ejecutiva, que garantice el buen desempeño y eficiencia del manejo de la cuenta. Para ello, ETB solicita el modelo operativo que se especifica en la tabla a continuación de manera exclusiva para ETB, en el caso de que en el modelo solicitado el porcentaje de atención sea menor al 100% el contratista deberá informar a ETB durante la ejecución del contrato con qué otras cuentas se comparte el equipo de trabajo.
- La Agencia deberá garantizar una estabilidad y continuidad en la prestación del servicio, reportando con la debida antelación los cambios a los que hubiere lugar y, participando a ETB la decisión tomada.
- La Agencia deberá mantener el perfil del modelo operativo asignado de acuerdo con los requerimientos de ETB.
- Con el fin de asegurar la calidad y sin perjuicio de la autonomía y responsabilidad de La Agencia, el personal asignado debe cumplir con las condiciones mínimas académicas y de experiencia para garantizar su idoneidad, a través de un modelo operativo **que cubra la totalidad de las labores descritas en este documento, así como el soporte administrativo requerido**, a continuación, se sugieren perfiles para el componente estratégico; sin embargo, se espera que la propuesta de valor del Fee del Anexo detalle la conformación completa del equipo para respaldar la operación y comprender el valor total del fee cotizado:

El interesado debe presentar el modelo operativo con los roles y cantidad de recursos asignados a la prestación del servicio que soporta la propuesta.

8.3. REQUISITOS OBLIGATORIOS DE EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y CONTROL:

Con el fin de garantizar la integralidad y eficiencia de las actividades, se establecen de manera diferenciada los alcances creativos y de medios digitales, cada uno con responsabilidades y entregables específicos, pero bajo un marco común de ejecución, seguimiento y control que asegure trazabilidad, cumplimiento contractual y alineación estratégica con los objetivos de ETB; en este sentido, la Agencia Integral deberá desarrollar estrategias, campañas y acciones que articulen ambos ámbitos creativo y digital, garantizando coherencia, innovación y resultados efectivos.

a) **Gestión administrativa.**

- La Agencia deberá optimizar la inversión de los recursos asignados por ETB, debiendo presentar reportes de control de inversión, ordenación y facturación, al cierre de mes, así como la ejecución de las negociaciones celebradas con proveedores externos. El mencionado reporte deberá entregarse en los cinco (5) primeros días hábiles del mes siguiente.
- Para la solicitud, aprobación y ejecución de gastos reembolsables el (los) supervisor (es) del contrato, deberán cumplir las condiciones establecidas en la política de Gastos Reembolsables, que da los lineamientos para realizar los reintegros de los gastos reembolsables a la agencia de publicidad.
- La Agencia y ETB acordarán procesos y tiempos para las diferentes actividades que se ejecutarán. El incumplimiento en los plazos establecidos por parte del contratista dará lugar a la aplicación de las sanciones previstas en el contrato.
- El contrato se ejecutará con base en órdenes de servicio (o su equivalente) que cursará el supervisor designado. ETB no se obliga a cursar un número determinado de ellos ni a solicitar en los que formule una cantidad mínima o máxima de bienes o servicios, pues ellos dependen de las necesidades puntuales de ETB. Por consiguiente, el contrato podrá tener asignado un cupo de recursos,

Rol	Formación Académica
Director(a) de Cuenta	Publicista, Administrador de Empresas o similar
Planner Estratégico	Publicista, Sociólogo, Administrador o similar
Director(a) de Medios Digitales	Comunicador, Publicista o Administrador de Empresas
Director(a) Creativo(a)	Publicista, Diseñador o Comunicador
Director Copy Creativo	Publicista, Comunicador Social o Filólogo

el cual puede o no agotarse. Se informa al INTERESADO estas condiciones para el dimensionamiento de su oferta.

- Entiéndase orden de servicio como las solicitudes y aprobaciones sobre los servicios requeridos por el (los) supervisor(es) del contrato por parte de ETB; primero se aprobará la cotización por correo electrónico y segundo se aprobará el presupuesto formal en la plataforma tecnológica del contratista para efectos de la facturación.
- La Agencia deberá presentar mensualmente el reporte de provisiones en la fecha que ETB determine y que será notificada a través del o los supervisores del contrato.
- La Agencia deberá gestionar el proceso de facturación conforme con la política de presentación y radicación de facturas y cuentas de cobro establecido por ETB y que será notificado y detallado a través del o los supervisores del contrato.
- La Agencia deberá poner a disposición de la cuenta durante toda la vigencia de ejecución del contrato y con acceso a las personas que ETB defina, el uso de aplicativos webs que permitan en tiempo real y en línea acceder a aprobaciones y a la información de ejecución financiera del contrato, para simplificar y facilitar los procesos administrativos entre el contratista y los diferentes actores de ETB, de acuerdo con los requerimientos, en cuanto a:
 - La presentación y aprobación de cotizaciones, aprobación de presupuestos, seguimiento a los presupuestos aprobados y sin aprobar. Aprobación de facturación.
 - Control de inversión y presupuesto comprometido, ordenado, facturado por centros de costos según estructura de ETB, con la facilidad de redistribución del presupuesto entre los diferentes centros de costos, en el momento que sea requerido por ETB. Este control se debe llevar rigurosamente partiendo de la información de reservas presupuestales por año, segmento y rubro de gastos que ETB le suministrará.
 - Repositorio de piezas: Mantener un archivo digital de las piezas producidas para las diferentes campañas, de fácil consulta en el momento que se requiera. Cada pieza deberá tener una codificación. El repositorio deberá estar organizado cronológicamente y de fácil consulta por segmento, producto o campaña. El archivo digital deberá entregarse a ETB al finalizar el contrato, en formatos editables y sin bloqueo o restricción para su uso.

b) Gestión de Proveedores

- La Agencia deberá garantizar la selección y gestión de proveedores, cuando así lo requiera, con el fin de garantizar la mejor y más eficiente producción en el tiempo acordado. Debe demostrar el procedimiento de selección y evaluación semestral de los proveedores que utilizará para presentar cotizaciones e implementar los servicios requeridos. Al inicio del contrato deberá presentar al supervisor de ETB el procedimiento o instructivos de selección y evaluación de sus proveedores, así como los resultados de los últimos 6 meses, posteriormente deberá presentar el

informe de selección y evaluación realizada a los proveedores utilizados al finalizar cada semestre de ejecución contractual.

- La Agencia será responsable de asegurar, que para actividades catalogadas como BTL ningún evento/actividad/campaña, contratado a través de un tercero, los gastos administrativos o servicio agencia que se requieran, nunca superen el 13% del valor de este. Sin embargo, ETB según las cotizaciones y opciones presentadas por La Agencia, se reserva el derecho de negociar igualmente esté porcentaje, pues el mismo podría variar en cada caso particular, según las especificaciones de cada actividad o evento.
- La Agencia debe diseñar las actividades BTL como activaciones de marketing, lanzamientos de productos y eventos que se requieran para complementar las estrategias de marca. La ejecución de estas podrá ser realizada por La Agencia o podrán ser subcontratadas con terceros. Para el desarrollo de actividades logísticas prestadas por terceros se espera la presentación de tres (3) cotizaciones. Aun cuando La Agencia está en la libertad de subcontratar varios servicios de publicidad, el responsable ante ETB es La Agencia que tenga el contrato suscrito.
- Para el desarrollo de actividades y eventos BTL, las agencias contratadas por La Agencia deben contar experiencia en actividades tales como: mesas de trabajo; transporte de elementos de fidelización a clientes; coordinación de congresos y convenciones de ventas; diseño, producción e implementación de eventos para la fidelización, captura y ventas de clientes para el segmento empresas y ciudades inteligentes y móviles. Todas estas actividades no solo se desarrollarán en Bogotá sino en las principales ciudades de Colombia por lo tanto la agencia contratada deberá garantizar la operación nacional en las ciudades que ETB requiera.
- ETB no autorizará para los terceros contratados (BTL) por La Agencia el pago de comisión y financiamiento de las propuestas presentadas y aprobadas. Dichos proveedores deben contar con la capacidad económica para implementar las actividades y surtir posteriormente el proceso de cobro con La Agencia y este a su vez ante ETB en los plazos de pago definidos contractualmente.
- Para actividades de vinculación de marca, rentabilización, fidelización y retención de clientes, se podrán realizar actividades de participación en eventos masivos, conciertos, festivales, congresos, actividades de apoyo a empresas aliadas, del distrito o patrocinios de eventos, presenciales o en línea temporadas culturales, actividades deportivas y recreación, y las que ETB determine como actividades que se requieran para participar en diferentes proyectos de vinculación de marca, que apoyen el cumplimiento de los objetivos comerciales e institucionales de la compañía y el posicionamiento de marca y fidelización de clientes. Incluye también, la compra de incentivos tipo bonos, premios, equipos para promoción a cliente final o de endomarketing que implican costos de financiación por pago anticipado o que requiera de una gestión por parte de la agencia para apoyar a ETB de manera expedita e inmediata y requiere de una gestión adicional. Para estas tipologías de proyectos gestionadas a través de un tercero, los gastos administrativos y/o de agencia no podrán superar el 4% sobre el valor del servicio a pagar y gestionar y se tendrá que negociar previamente con ETB ese valor, según la naturaleza de la actividad y se pagarán como rubro de "GASTOS ADMINISTRATIVOS POR DEMANDA PROYECTO DE VINCULACIÓN DE MARCA, RENTABILIZACIÓN, FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES.
- La Agencia debe supervisar todos los procesos de producción e implementación en cualquier actividad táctica o campaña que se implemente a través de terceros y debe garantizar el resultado final de las mismas. E informar oportunamente a ETB

en caso de novedades o cambios frente a lo planeado y aprobado por el supervisor de ETB, para que esté evalúe la situación y determine la autorización o no del ajuste a realizarse.

- La Agencia deberá estar en disposición de trabajar en equipo y en coordinación con otras empresas publicitarias, proveedores, aliados, centrales de medios, entre otros, que ETB indique.
- La Agencia controlará la adecuada implementación de las campañas de comunicación y coordinará la entrega oportuna de los materiales requeridos a las empresas publicitarias, proveedores, medios.
- La Agencia deberá entregar en un anexo a la factura, cuenta de cobro, etc. los informes fotográficos/ digitales de cualquier actividad realizada y entregada a través de terceros. Todos los soportes deberán ser almacenados en la plataforma informática que para tal fin deberá disponer La Agencia al servicio de ETB.
- La Agencia deberá velar porque los servicios prestados por terceros sean verificados y controlados de manera tal, que no se presenten incumplimientos por parte del proveedor. La Agencia deberá solicitar y hacer cumplir todas las pólizas o garantías que se consideren necesarias según el caso lo amerite.
- La Agencia y ETB acordarán procesos y tiempos para las diferentes actividades que se ejecutarán en el desarrollo del contrato. El incumplimiento en los plazos establecidos por parte de la Agencia dará lugar a la aplicación de las sanciones previstas en el contrato.
- La Agencia participará en el trámite de permisos y todo lo relacionado con sorteos, rifas, juegos y espectáculos, para lo cual deberá conocer, aplicar y dar cumplimiento a la regulación que rige las mismas. En cuanto a la entrega de premios la agencia deberá guardar y entregar toda la evidencia y soporte en medio físico y digital.
- Administrar el plan de contenidos establecido para cada segmento según la estrategia digital lo demande.
- Búsqueda de aliados/terceros para suministrar dicho contenido como influenciadores, bloggers, editores, etc.
- Negociación con estos terceros para poder desarrollar los contenidos requeridos para cada plataforma digital de cada segmento de ETB.
- Diseñar y coordinar la producción de todas las piezas que componen todos los formatos requeridos en las campañas digitales.
- Diseñar e implementar herramientas digitales como apps, blogs, plataformas, etc que permitan a ETB estar a la vanguardia de las tendencias digitales acorde con las estrategias de comunicación y publicidad definidas en conjunto con ETB.
- Crear y producir contenido digital para redes sociales de ETB.

c) **Gestión Legal**

La Agencia será responsable sobre el manejo que dé a todos los textos, logotipos de entidades regulatorias y otros indicados por ETB y, en el evento de no cumplir con las exigencias requeridas a La Agencia por ETB, será responsable de las consecuencias que por incorrecto manejo le ocasione a ETB.

Para lo anterior, La Agencia debe asesorarse en temas de derechos, contenidos, autorregulación, etc., con el fin de gestionar para ETB la mejor forma de comunicar sus campañas y el debido trámite de registros.

8.4. Garantías Contractuales:

Se informa al INTERESADO tener en cuenta las siguientes garantía para la estimación de su propuesta:

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.

- **CUMPLIMIENTO:** 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 el plazo de ejecución del mismo y hasta su terminación.
- **SALARIOS PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES LABORALES:** Por un valor asegurado del cinco por ciento (5%) 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 el plazo de ejecución del contrato hasta su terminación y tres años más.
- **CALIDAD DEL SERVICIO:** 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 el plazo de ejecución y hasta su terminación.
- **RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL:** 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 el plazo de ejecución del mismo 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.

9. MODELO DE REMUNERACIÓN.

ETB informa la forma de pago que podrá establecerse para las actividades objeto del servicio y alcance informado en el presente estudio de mercado:

Se informa al INTERESADO la forma de pago estimada para los servicios, por lo que se solicita al INTERESADO tenerlas en cuenta para la estimación de su propuesta:

9.1. **SERVICIOS FIJOS MENSUALES (FEE)** este valor comprende: Coordinación y acompañamiento de las actividades anteriormente mencionadas en el objeto y alcance y el establecimiento de un modelo de operación idóneo para el desarrollo de dichas actividades. Este ítem también incluye el diseño, correcciones y finalización de todas las piezas creativas y digitales que no requieran producción externa como comerciales, locuciones adicionales que serán catalogados como gastos reembolsables, entre otros, gestión de la estrategia y de compra y optimización de pauta digital. Los entregables incluyen:

- Entrega de hasta 1200 piezas únicas mensuales estáticas, fijas y de video y hasta el doble si son adaptaciones incluyendo el arte finalización de piezas

externas y la producción de los videos digitales de las ofertas y cuadros de materiales de campañas de marca, rentabilización fidelización, endomarketing y oferta mensual. Si se supera la cantidad máxima, se revisará el anexo financiero No. 1 – Precios Unitarios

- Hasta 200 fotografías desarrolladas con IA con la exclusividad y con derechos para ETB. Si se supera la cantidad máxima, se revisará el anexo financiero No. 1 y la Gerencia de Mercadeo aprobará las piezas al valor establecido en este.
- Hasta 60 locuciones realizadas con IA y la respectiva postproducción.
- Hasta 100 videos con animación de video, fotografía y texto diferentes a los videos de oferta comercial de los productos y ofertas mensuales. Si se supera la cantidad máxima, se revisará el anexo financiero No. 1 y la Gerencia de Mercadeo aprobará las piezas al valor establecido en este.
- Desarrollo de todas las campañas que se requieran al año con sus respectivas conceptualizaciones, desarrollo de piezas digitales, ATL, BTL, DIGITALES y procesos con terceros de todas las áreas y unidades de negocio que tenga ETB.
- Desarrollo de las estrategias de marca para lanzamiento de productos nuevos, conceptualización de negocios que requiera la compañía y sus respectiva elaboración de piezas.
- Diseños y conceptualizaciones de naming para marcas nuevas.
- Estructuración de los planes de medios digitales, su ordenación, implementación, compra, seguimiento, resultados y entregables. Asi como todo el planteamiento estratégico de medios digitales que soporten

El ciento por ciento (100%) del valor de los servicios se pagará por mensualidades vencidas, a los ciento veinte (120) días calendarios 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. La cual debe estar debidamente suscrita por el supervisor del contrato y el contratista.

9.2. SERVICIOS DE ARTES Y SERVICIOS DIRECTOS AGENCIA: Comprende todo el arte final de piezas publicitarias como: artes de prensa, revistas, publicidad exterior, marca, de apoyo comercial, así como producción de piezas audiovisuales y fotografía entre otros, que pueda realizar directamente la agencia. **Solo se aplicará cuando las necesidades de ETB superen los entregables incluidos y definidos en el Fee Mensual, para lo cual se aplicará el anexo financiero (tarifario) de artes.**

El cien por ciento (100%) de los servicios de artes y servicios directos agencia, se pagarán mediante cortes mensuales sobre la cantidad de servicios y materia efectivamente solicitados y entregados en el respectivo mes, a los ciento veinte (120) días calendarios 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 del respectivos servicios y materiales a entera satisfacción de ETB, la cual debe estar debidamente suscrita por el supervisor del contrato y el contratista.

9.3. GASTOS REEMBOLSABLES: Corresponde a la producción de piezas audiovisuales, producción fotográfica, elementos promocionales, merchandising, POP, desarrollo de aplicaciones y desarrollos de plataformas digitales, servicios especializados en actividades BTL, investigaciones de mercado, publicitarias, asesorías especializadas

estratégicas, activaciones de marketing, lanzamientos de productos, promociones, eventos de toda clase, compra de premios e incentivos, entre otros elementos propuestos en cada una de las estrategias creativas por la agencia de publicidad y que esta no pueda producir directamente, para lo cual deberá acudir a la contratación y coordinación de terceros especializados en cada uno de los servicios que se requiera y Compra de pauta digital. De igual forma también incluye la contratación de servicios dentro del objeto y alcance del contrato, que según necesidades comerciales y de mercadeo se requieran para el cumplimiento de los objetivos de la compañía.

ETB pagará el 100% del precio de los gastos reembolsables que se generen, a los cuarenta y cinco (45) días calendarios siguientes a la radicación en el portal de recepción facturas en cuentas por pagar de ETB, de la solicitud de reembolso correspondiente, acompañada de los documentos soporte y del acta de recibo mensual de únicamente los conceptos definidos, la cual debe estar suscrita por el supervisor del contrato, según las siguientes directrices: A) El reembolso de estos gastos serán reconocidos al costo. B) La Agencia 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. C) El contratista 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 de la Agencia, lo anterior para efectos de la aprobación por parte del supervisor de la solicitud de reembolso. Archivo que hará parte del historial del contrato. D) La certificación con la cual La Agencia deberá radicar la solicitud de reembolso 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 soporte 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 en el número de folio del documento como se encuentra organizado en el medio digital. E) Para la radicación del reembolso, la anterior certificación deberá ser avalada por el supervisor del contrato. F) La fecha de emisión de los documentos soporte requeridos no podrá ser superior a tres (3) meses respecto a la fecha de la solicitud de reembolso.

El incumplimiento significa que no se reconozcan dichos gastos ni el IVA generando en la operación. G) El reembolso 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, o quien haga sus veces. H) La certificación de reembolso de gastos deberá contener, entre otros puntos, lo siguiente; (i) No de contrato y Vicepresidencia a la cual pertenece. (ii) Unidades y detalle del recibo de servicios. (iii) Fecha de expedición de los documentos soporte. (iv) Separación de impuestos aplicados (v) Valoración en pesos colombianos, los cuales deben coincidir con los consignados en la solicitud de reembolso. (vi) La tasa representativa del mercado (TRM) vigente en la fecha en que se realizó el respectivo pago (vii) Totalización por conceptos de los gastos reembolsables.