



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

La EL PRESENTE CONTRATO entra en vigor a partir de la Fecha Efectiva:

Entre	1) Unilever , como se identifica en la Hoja de Datos del Contrato; y
	2) Agencia , como se identifica en la Hoja de Datos del Contrato.
	Siendo cada una de ellas una Parte y, ambas, las Partes .

Contexto:	A. Unilever desea contratar a la Agencia para la prestación de servicios de activación y promoción de marcas, organización, montaje y desarrollo de eventos especiales e implementación de estrategias de Mercadeo.
	B. El Agencia cuenta con la infraestructura, experiencia, personal, tecnología, capacidad logística y autonomía suficiente para la implementación de estrategias de Mercadeo y demás servicios que requiere Unilever.

Hoja de Datos del Contrato

Fecha Efectiva (cláusula 4)	01 de junio del año 2020;
Unilever (primera página)	<i>Unilever Andina Ecuador S.A., con su domicilio social o dirección primaria en Km 25 Via a Daule, Guayaquil, Ecuador;</i>
Agencia (primera página)	<i>Visacom S.A., con su domicilio social o dirección primaria en Higuera 901 y Acacias, Guayaquil, Ecuador;</i>
Descripción de los Servicios (cláusula 2.1)	<p><i>Las Partes acuerdan que la Empresa le proporcionará a Unilever los Servicios de activación y promoción de marca exclusivamente para la categoría de ICE CREAM en punto de venta así como la organización, montaje y desarrollo de eventos especiales en diferentes locaciones y la implementación de estrategias de mercadeo desarrolladas por la Agencia, (en adelante los "Servicios") ya sea por encargo de Unilever o desarrollados conjuntamente por las Partes de acuerdo con el Brief y Plan de Trabajo definido para cada Proyecto y las condiciones incluidas en las Órdenes de Compra que sean emitidas por Unilever.</i></p> <p><i>La Agencia se obliga a ejecutar los Servicios (los "Entregables"), de acuerdo con los requerimientos técnicos y de calidad descritos en el Anexo de scorecard que incluye los indicadores de servicio (KPI's) requeridos para cada Proyecto, así como de acuerdo con el Brief aprobado por las partes y el Plan de Trabajo que sean requeridos por Unilever en cada Orden de Compra. Los Entregables deberán ser previamente revisados por Unilever a efecto de que indique si estos son aceptados o rechazados. Si Unilever rechaza algún Entregable total o parcialmente solicitará a la Agencia la corrección del mismo, sin</i></p>



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

	costo adicional para Unilever. Si el Entregable corregido no cumple con las especificaciones y/o calidad requeridas, Unilever se lo notificará a la Agencia y se reserva el derecho de descontar de cualquier suma adeudada a la Agencia, las sumas que correspondan a la parte del Entregable rechazado, lo cual es expresamente aceptado por la Agencia.;
Plazo (cláusula 4.1)	01 de junio del año 2020 finalizando el día 31 de mayo del año 2021;
Plazo de Prorroga (cláusula 4.1)	Las Partes acuerdan que el Plazo del contrato se prorroga automáticamente por periodos iguales y consecutivos de 1 año, salvo que alguna de las Partes decida darlo por terminado dando aviso a la otra con un mínimo de 30 días de anticipación a la fecha de vencimiento correspondiente;
Plazo de Pago (clausula 5.5)	Ciento veinte (120) días contados desde la recepción de la factura o desde la recepción de los Servicios, lo que ocurra después, salvo acuerdo distinto por escrito entre las Partes o restricción por las leyes obligatorias aplicables;
Valor Estimado del Contrato (clausula 21)	El valor de los Servicios estará indicado en las Órdenes de Compra que Unilever envíe a la Agencia, según las condiciones económicas contenidas en el Anexo de Cargos. El valor total estimado del contrato es de USD\$110,000.00 dólares de los Estados Unidos de América El Valor Estimado del Contrato es únicamente para efectos de Garantías/Seguros;
Cargos	<p>El valor de los Servicios estará indicado en las Órdenes de Compra que UNILEVER envíe a LA AGENCIA, según las condiciones económicas contenidas en el Anexo de Cargos. Los Costos de Terceros se cobrarán al costo neto sin margen de ningún tipo, incluyendo las retenciones de impuestos. "</p> <p>Sobre el total de ítems cotizados por LA AGENCIA para una determinada activación o evento en los términos de la respectiva Orden de Compra, UNILEVER pagará a LA AGENCIA (i) una comisión fija del 8% y (ii) una comisión variable de hasta el 10,5% que será determinada de acuerdo con la calificación del scorecard definido para cada Proyecto, de acuerdo al modelo de scorecard definido en el anexo.</p> <p>Los detalles de los Cargos se establecen en el Anexo de Condiciones Económicas que se adjunta al presente contrato y forma parte integral del mismo.</p> <p>Los Costos de Terceros se cobrarán al costo neto sin margen de ningún tipo, incluyendo las retenciones de impuestos. "Costos de Terceros" significa todos los costos de terceros incurridos por la Empresa o sus Filiales en el curso de la prestación de los Servicios y pagaderos por Unilever (siempre que dichos costos de terceros hayan</p>



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

	<i>sido aprobados por escrito por Unilever antes de que se incurra en los mismos);</i>
Legislación de Protección de Datos (Cláusula 29)	Cualquier legislación aplicable relacionada al Procesamiento, privacidad y uso de datos personales, incluyendo, pero no limitándose a: (i) Directiva del Consejo UE 2002/58/EC; (ii) el RGDP; (iii) cualquier ley o regulación nacional equivalente aplicable;
Cláusulas Modelo Contractuales (Cláusula 29)	Las cláusulas modelo contractuales anexo a la Comisión UE 2010/87/EU del 5 de febrero del 2010 para transferencia de datos personales a procesadores establecidos en Terceros Países (y cualesquiera clausulas sucesoras);
Datos Personales (Cláusula 29)	Cualquier información proporcionada por o en representación de Unilever a la Agencia, relacionada con una persona física identificada o identificable, o como sea definido en la Legislación de Protección de Datos aplicable;
RGDP (Cláusula 29)	La Regulación del Parlamento Europeo y del Consejo para la protección de personas naturales con respecto al procesamiento de datos personales y al movimiento libre de dichos datos.
Procesamiento o Procesar (Cláusula 29)	Como se defina en RGDP;
Filial	En el caso de la Agencia, toda sociedad mercantil o entidad social que controle, sea controlada o esté bajo control común de, directa o indirectamente, de la Agencia. En el caso de Unilever, las empresas o sociedades del grupo Unilever controladas, directa o indirectamente, por Unilever PLC en Londres y/o Unilever NV en Róterdam.

SE ACUERDA QUE:

1. Definiciones

- 1.1 Brief:** Documento por el cual las Partes definen el alcance, tareas, responsables, entregables y, en general, las actividades asociadas a cada Proyecto, en los términos previstos en el presente Contrato. El Brief firmado por ambas Partes, cuyo formato se adjunta como **Anexo Formato de Brief** del presente Contrato, será requisito previo para la emisión de cualquier Orden de Compra por parte de Unilever.
- 1.2 Orden de Compra:** Es el documento que precisa los bienes y/o servicios, su precio y modalidades de cumplimiento, fecha de entrega, condiciones de pago y todos los detalles relevantes para la ejecución de cada Proyecto.
- 1.3 Proyecto:** Se refiere a la ejecución específica del objeto del presente Contrato mediante la realización de las actividades señaladas en cada Orden de Compra, de acuerdo con los requerimientos de Unilever.
- 1.4 Proceso de Selección de Agencia:** Consta de las siguientes fases:
- a) Presentación por Unilever de propuesta para la ejecución de un Proyecto.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

- b) Presentación de la cotización por parte de la Agencia a Unilever con el detalle de servicios requeridos para el Proyecto de que se trate.
- c) Evaluación por parte de Unilever y selección de la persona jurídica a la que se encomendará la ejecución del Proyecto.
- d) Notificación a la Agencia de aceptación o rechazo de propuesta y cotización (feedback).

La presentación de una cotización por la Agencia no obliga a Unilever a seleccionarla. La cotización y toda la información que sea presentada por la Agencia, será revisada y analizada por Unilever quien se reserva el derecho a seleccionar a la persona jurídica que considere más idónea para la ejecución del Proyecto. La Agencia entiende y acepta que en ningún caso Unilever será responsable por los gastos incurridos por la Agencia en la preparación, presentación y envío de sus cotizaciones, ni estos serán reembolsables.

1.5 Plan de Trabajo: Es el documento que contiene el calendario de actividades y las fechas de entrega de los Servicios y/o cada Entregable de un Proyecto en particular.



2. Objeto

- 2.1** En virtud del presente Contrato, la Agencia se obliga a realizar las actividades descritas en la Descripción de los Servicios, desarrolladas por la Agencia, por Unilever o por ambas Partes conjuntamente (en adelante los “Servicios”) de acuerdo con el Brief definido para cada Proyecto y en las condiciones de las Órdenes de Compra que sean emitidas por Unilever.
- 2.2** Las Partes acuerdan que tratándose de la realización de eventos y/o promociones, la Agencia actuará ante los terceros y las autoridades que correspondan, en su propio nombre. Por lo anterior, la Agencia será la única responsable por dichos eventos y/o promociones ante cualquier autoridad y/o terceros, , así como con la obtención de permisos, registros sanitarios y normas de salud sobre los productos que son objeto de una campaña en la forma señalada por la autoridad; y será también la única responsable del pago de derechos y/o impuestos derivados de dichas promociones, obligándose a mantener indemne a Unilever frente a cualquier reclamación relacionada con los eventos y/o promociones realizadas en los términos establecidos en este Contrato, sus Anexos y las Órdenes de Servicio
- 2.3** La Agencia no está autorizada para iniciar la prestación de los Servicios y/o producción de los Entregables de cada Proyecto, a menos que dichos Servicios y/o Entregables le hayan sido solicitados a través de una Orden de Compra. La prestación de los Servicios sin este requisito previo, dará lugar al no pago de los Servicios por parte de Unilever. La Agencia reconoce que Unilever no se encuentra obligada a emitir un volumen mínimo de Órdenes de Compra, entendiendo que sus necesidades se sujetan a las de su negocio y, en consecuencia, podrá solicitar otras cotizaciones y requerir los servicios de otras Agencias.

3. Entregables

- 3.1** La Agencia se obliga a ejecutar los Servicios (los “Entregables”), de acuerdo con los requerimientos técnicos y de calidad, así como de acuerdo con el Plan de Trabajo que sean requeridos por Unilever en cada Orden de Compra. Los Entregables deberán ser previamente revisados por Unilever a efecto de que indique si estos son aceptados o rechazados, en un plazo no mayor a cinco días contados a partir de la entrega del Entregable. Si Unilever rechaza algún Entregable total o parcialmente solicitará a la Agencia la corrección del mismo, sin costo adicional para Unilever. Si el Entregable corregido no cumple con las especificaciones y/o calidad requeridas, Unilever se reserva el derecho de descontar de cualquier suma adeudada a la Agencia, las sumas que correspondan a la parte del Entregable rechazado, lo cual es expresamente aceptado por la Agencia.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

4. Duración

- 4.1** El término de duración del presente Contrato será por el Plazo contado a partir de la Fecha Efectiva. El Contrato se prorrogará automáticamente por periodos iguales al Plazo de Prorroga, salvo que alguna de la Partes manifieste por escrito su intención de no prorrogarlo con al menos treinta (30) días de antelación a la fecha del vencimiento del término inicial o de cualquiera de sus prórrogas.
- 4.2** Sin perjuicio de la fecha Efectiva las cláusulas 1.4, 2, 7.1.k, 9, 10, 19, 26, 28, 29 que estarán vigentes desde la fecha de firma de este Contrato.



5. Valor y Forma de Pago

- 5.1** El valor de los Servicios estará dado por el valor de las Órdenes de Compra que Unilever envíe a la Agencia, según las condiciones económicas contenidas en el **Anexo Condiciones Económicas**.
- 5.2** En el evento de renovación del presente Contrato en los términos previstos en la cláusula 4, las tarifas establecidas en el **Anexo Condiciones Económicas** y los montos indicados en la cláusula 5.1 de la presente cláusula, se incrementarán en el porcentaje que las Partes acuerden.
- 5.3** Unilever realizará los pagos dentro del Plazo de Pago tras la radicación de la correspondiente factura con el lleno de los requisitos fiscales. Si de acuerdo con este plazo el día de pago no corresponde a un día hábil, Unilever realizará dicho pago el primer día hábil posterior al día en que debería realizarse el pago. A efectos de lo dispuesto en la presente cláusula, un día hábil significa un día en el que los bancos del lugar en el que vaya a realizarse el pago estén abiertos al público en general



6. Licencias y Permisos

- 6.1** Para la correcta prestación de los Servicios, la Agencia se obliga a obtener y asumir todos los gastos relacionados con todos los permisos, avisos, licencias y/o autorizaciones de las autoridades o terceros correspondientes, necesarios para el desarrollo y perfeccionamiento de cada Proyecto, en el entendido de que cualquier multa o sanción generada por el incumplimiento de cualquiera de los trámites mencionados, deberá ser cubiertas por la Agencia de manera inmediata. La Agencia mantendrá indemne a Unilever frente a cualquier daño o perjuicio que su personal o los terceros que la Agencia contrate para la ejecución del presente Contrato pudieran ocasionar a Unilever o a terceros, con motivo de dicha ejecución.
- 6.2** La Empresa se obliga a obtener todos los permisos, avisos, licencias y/o autorizaciones de las autoridades o terceros que le correspondan conforme a la presente cláusula, necesarias para que se pueda prestar los Servicios. Unilever se compromete a reembolsar los gastos de la obtención de las licencias siempre y cuando la Agencia previamente y por escrito le informe a Unilever de los gastos a incurrir y de la necesidad de la licencia, permiso o autorización para la prestación de los Servicios.

7. Obligaciones de la Agencia

- 7.1** Son obligaciones especiales de la Agencia bajo el presente Contrato las siguientes:
- a.** Prestar los Servicios con los más altos estándares de calidad, eficiencia, en los términos contenidos en el presente Contrato y sus Anexos.
 - b.** Cumplir a cabalidad los encargos realizados por Unilever en las Órdenes de Compra que se generen durante toda la relación contractual.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

- c. Permitir en cualquier momento que Unilever lo solicite, visitas a las instalaciones de la Agencia para la realización de cualquier revisión de documentos, procedimientos y operaciones relacionadas con el Proyecto, visitas que deberán ser solicitadas por escrito con una antelación mínima de tres días, a cuenta y cargo de Unilever. Unilever se reserva el derecho de realizar dichas visitas por sí o por medio de terceros designados por Unilever para tal efecto.
- d. Cumplir con todas las obligaciones inherentes a su actividad comercial, notificando a Unilever en caso de recibir cualquier acto de autoridad que pueda implicar un riesgo de retraso en el cumplimiento de las obligaciones a su cargo contenidas en este Contrato, sus Anexos y/o sus Órdenes de Servicio.
- e. Conservar los archivos físicos y electrónicos, documentos de soporte y cualquier información relacionada con los Proyectos de que se trate, por el término de cinco (5) años contados desde la fecha de terminación de este Contrato.
- f. Presentar a Unilever el presupuesto requerido para cada Proyecto de conformidad con el formato previsto en el **Anexo Formato de Cotización** del presente Contrato, así como los soportes correspondientes a la compra de bienes que lleguen a ser efectivamente requeridos para la ejecución del mismo. La Agencia reconoce que la propiedad de estos bienes es de Unilever.
- g. Dar cumplimiento a los indicadores de servicio (KPI's) requeridos para Proyecto, según se indica en el **Anexo Indicadores de servicio (scorecard)** del presente Contrato.
- h. La Agencia garantiza que la ejecución de los Servicios, se hará con sujeción absoluta a las instrucciones proporcionadas por Unilever para el Proyecto de que se trate, incluyendo especificaciones, niveles de servicio, cotizaciones, tiempo y forma de entrega. La Agencia es responsable frente a Unilever por todos aquellos actos u omisiones de sus empleados o terceros contratados por la Agencia para la prestación de los Servicios y ejecución de los Proyectos.
- i. En caso de que el Proyecto requiera la utilización de marcas registradas por terceros y/o la imagen de terceros y/o cualquier obra propiedad de terceros, la Agencia se obliga a obtener previamente al lanzamiento al público del Proyecto de que se trate, todas y cada una de las autorizaciones requeridas de dichos terceros. La Agencia deberá entregar a Unilever copia de dichas autorizaciones, las cuales se agregarán como anexos a la Orden de Servicio de que se trate formando parte integral de las mismas.
- j. Asignar a la prestación de los Servicios personal altamente calificado y entrenado.
- k. Garantizar la confidencialidad de la información obtenida con ocasión de la prestación de los Servicios.
- l. Atender en forma inmediata las consultas, inquietudes o comentarios de Unilever que le sean formuladas por cualquier medio.
- m. Las demás que se deriven del presente Contrato y/o las Órdenes de Compra que sean entregadas a la Agencia en ejecución del mismo.
- n. Abstenerse de contratar con terceros los servicios prestados a Unilever (excluyendo el servicio de activación de marcas), sin que medie autorización previa y expresa del departamento de compras de Unilever.
- o. Diligenciar el formato señalado en el Anexo 5, en el cual deberá incluirse de forma detallada la información de los bienes adquiridos por la Agencia con ocasión del presente Contrato.
- p. Abstenerse de ejecutar el pago de bienes o servicios en aquellos casos en los que los bienes y/o servicios tengan como origen una cotización entregada por un funcionario de Unilever.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

- q. Obtener el visto bueno por escrito del Departamento de Compras de Unilever, previo a prestar servicios o adquirir bienes por montos iguales y/o superiores a: i) CUATRO MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD 4.000,00) en la categoría Premium, ii) CINCO MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD 5.000,00) en la categoría POSM y iii) TRES MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD 3.000,00) en la categoría Printing

7.2 Cuando los Servicios incluyan la creación, manejo y/o ejecución de un evento creado por, o para, Unilever ("**Eventos Designados de Unilever**"), la Agencia garantiza y representa que en la ejecución de los Servicios, la Agencia deberá en todo momento cumplir con los **Principios de Seguridad y Protección para los Eventos Designados de Unilever**, como se expone en el Anexo de Políticas, el cual puede ser modificado ocasionalmente, y todas las referencias a "Agencia Responsable" allí realizadas se refieren a la "Agencia".

8. Obligaciones de Unilever

8.1 Son obligaciones especiales de Unilever bajo el presente Contrato las siguientes:

- a. Facilitar a la Agencia el acceso a la información que sea necesaria de manera oportuna para la debida prestación de los Servicios.
- b. Suministrar a la Agencia las instrucciones claras sobre los Servicios a prestar.
- c. Realizar el pago de los Servicios de conformidad con lo dispuesto en la cláusula 5 del presente Contrato.
- d. Entregar a LA AGENCIA la respectiva Orden de compra de la actividad antes de iniciar la ejecución de cada Proyecto.
- e. Cuando por solicitud directa de Unilever, la Agencia incurra en gastos adicionales ocasionados por la compra de bienes y que estos no hagan parte del parte del alcance del Servicio objeto de este Contrato y, además, no estén dentro del presupuesto previamente asignado para el respectivo Proyecto, Unilever reembolsará a la Agencia el valor pagado por dichos bienes más la comisión fija establecida del 8%. En este caso, la Agencia deberá informar a Unilever sobre dichos gastos extras, de manera previa a su adquisición con el fin de que sea aprobada la compra por escrito por el departamento de Compras de Unilever. Unilever se reserva el derecho de conseguir los bienes a un mejor precio y proporcionar el contacto a la Agencia, o en sí entregarle los bienes, en caso los bienes sean directamente entregados por Unilever no existe comisión alguna para la Agencia, en el caso Unilever sugiera al proveedor y la Agencia realice la gestión, la Agencia tendrá derecho a la comisión pactada.
- f. Todas las demás obligaciones que se desprendan del presente Contrato.

9. No Exclusividad por parte de Unilever

9.1 El presente Contrato no implica exclusividad, por lo que Unilever se reserva el derecho de contratar con otras agencias o terceros, la prestación de servicios iguales o similares a los Servicios prestados por la Agencia.

9.2 La Agencia entiende y acepta que en la implementación de campañas de mercadotecnia (en adelante las "Activaciones") a que haya lugar con ocasión del presente Contrato, podrá apoyarse con los proveedores autorizados por Unilever para prestar los Servicios de materiales impresos,



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

promocionales, páginas de internet, viajes, incentivos y/o promotoría, entre otros, siempre y cuando los costos ofrecidos por estos proveedores autorizados resulten más favorables que los ofrecidos por los proveedores de la Agencia. En todo caso, la la relación con los proveedores autorizados por Unilever será responsabilidad exclusiva de la Agencia.

10. Exclusividad por Parte de la Agencia

- 10.1** Durante la vigencia de este Contrato, la Agencia deberá informar a Unilever de manera inmediata sobre cualquier negociación o trabajo a realizar para competidores directos o indirectos de Unilever en una categoría determinada. En estos eventos, Unilever podrá abstenerse de requerir los Servicios de la Agencia para la respectiva categoría.
- 10.2** La Agencia podrá producir, organizar, desarrollar, implementar y supervisar los eventos para marcas de terceros de la misma categoría que se indique en cada Orden de Compra, previa autorización por escrito de Unilever con treinta (30) días calendario de antelación a la fecha en que la Agencia pretenda prestar dichos servicios.
- 10.3** Las Partes acuerdan que el incumplimiento a lo establecido en la presente cláusula, dará lugar a la terminación del Contrato con justa causa por parte de Unilever, sin que haya lugar al pago de indemnización alguna a favor de la Agencia. Sin perjuicio de lo anterior y en caso que esté ejecutándose un Servicio, este será pagado por Unilever por lo que efectivamente se haya ejecutado del Servicio hasta el momento en que la Agencia haya incumplido con la presente cláusula.

11. Uso de Productos y Materiales

- 11.1** La Agencia se obliga a cuidar y hacer buen uso de los productos, materiales impresos y/o promocionales que Unilever le entregue para la correcta prestación de los Servicios y ejecución del Proyecto de que se trate (en adelante los "Materiales").
- 11.2** La Agencia se obliga frente a Unilever a ser depositario de los Materiales, mientras se encuentren en su poder, renunciando expresamente a recibir retribución alguna por este concepto, en los siguientes términos:
 - a.** La Agencia deberá conservar los Materiales y utilizarlos exclusivamente para los fines que se detallen en la Orden de Compra correspondiente.
 - b.** En caso que los Materiales no se hubiesen agotado durante la ejecución del Proyecto, la Agencia se obliga a devolverlos a Unilever, en las condiciones en que los haya recibido, dentro de los dos (2) días calendario siguientes a la terminación de las actividades consideradas en el Proyecto para el cual fueron entregados, salvo instrucción en contrario por parte de Unilever. De llegar a requerirse un plazo adicional para el almacenamiento de los materiales, se procederá de conformidad con lo previsto en el numeral e de la Cláusula Octava del presente Contrato, siempre que conlleve un aumento en los Cargos, costos o gastos debe mediar una autorización previa y por escrito del departamento de Compras de Unilever.
 - c.** La Agencia deberá responder ante Unilever por el menoscabo, daños y perjuicios o pérdida que sufrieren los Materiales.
 - d.** La agencia no será responsable por el desgaste que sufran los materiales como consecuencia del uso normal y ordinario de estos.
 - e.** La Agencia no podrá bajo ningún concepto vender, gravar y/o disponer de los Materiales, ni utilizarlos en forma distinta a lo previsto en este Contrato, sus Anexos y/o sus Órdenes de Compra.
 - f.** La pérdida imputable a la Agencia de los Materiales en los términos señalados en la presente cláusula, facultará a Unilever para exigir a la Agencia la reposición de los mismos conforme al valor de mercado que tengan los Materiales con iguales características de calidad que los bienes perdidos al momento de la reposición.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0



12. Personal de la Agencia

- 12.1** Para la prestación de los Servicios, la Agencia se obliga a utilizar personal calificado y experimentado. El personal designado por la Agencia para la ejecución de los Servicios, será designado en cada Orden de Compra (el "Personal Clave"). En caso de que durante la prestación de los Servicios, la Agencia tuviere que cambiar al Personal Clave, ésta se obliga a designar un reemplazo que tenga un perfil y experiencia igual o superior al designado originalmente y sin costo extra para Unilever. Dicho reemplazo deberá ser previamente aprobado por Unilever.
- 12.2** Unilever podrá solicitar el reemplazo sin costo adicional alguno a cargo de ésta última, de cualquier miembro del personal de la Agencia, incluyendo al Personal Clave designado para la prestación de los Servicios. La Agencia procederá acorde al proceso interno de selección de personal para la designación del reemplazo el cual no podrá exceder de 15 días calendario para designación del reemplazo.

13. Supervisión y Reportes

- 13.1** La Agencia se obliga a entregar reportes a Unilever de las actividades que realice en las diversas etapas de ejecución del Proyecto de que se trate, con la periodicidad que requiera Unilever. Los reportes deberán incluir toda la información relacionada con los Servicios, incluyendo una relación de las actividades efectivamente realizadas por la Agencia.
- 13.2** Unilever a través de sus representantes, tendrá en todo tiempo el derecho de supervisar y vigilar el desarrollo de los Servicios, así como de dar a la Agencia las instrucciones que estime pertinentes para la adecuada prestación de los Servicios.
- 13.3** La Agencia será la única responsable por la adecuada prestación de los Servicios. En consecuencia, Unilever estará facultada para solicitar a la Agencia en cualquier momento, cualquiera de las siguientes acciones:
- a.** La corrección de las irregularidades encontradas.
 - b.** La reposición inmediata de los Entregables y/o Servicios defectuosos o que no se hubiesen prestado, conforme a los Planes de Trabajo que se contengan en cada Orden de Servicio.
 - c.** Dar por terminado el presente Contrato con justa causa u ordenar la cancelación del Proyecto y su correspondiente Orden de Compra en el cual se hubieren detectado irregularidades.
- 13.4** Las medidas correctivas a que hacen referencia los literales a. y b. de la presente cláusula, deberán ser ejecutadas por la Agencia sin que haya lugar a ningún pago adicional a cargo de Unilever.

14. Exclusión de Relación Laboral

- 14.1** Para todos los efectos derivados del presente Contrato, la Agencia será y se considerará un contratista independiente y no el agente, representante, empleado, o el simple intermediario de Unilever. Ni Unilever ni sus representantes tendrán autoridad alguna para ejercer cualquier tipo de subordinación frente a los empleados, representantes o subcontratistas de la Agencia.
- 14.2** Queda expresamente entendido y estipulado que todos y cada uno de los funcionarios, técnicos y demás personal asignado por la Agencia a la ejecución de las obligaciones derivadas del presente Contrato, generan una relación única y exclusivamente con la Agencia, por lo que corresponde a ésta el pago de todos los salarios, prestaciones sociales y en general, de las acreencias laborales, así como de los aportes al sistema de seguridad social integral y aportes parafiscales, en calidad de empleador de sus trabajadores.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

14.3 Si por causa de incumplimiento de la Agencia y por efecto de lo dispuesto en el artículo 34 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas que lo adicionen o reformen, Unilever se viera obligado a efectuar pagos o indemnizaciones que corresponden a la Agencia en relación con sus trabajadores, así establecido por una sentencia o fallo, Unilever tendrá derecho de repetición contra la Agencia y podrá ejercer el derecho de retención sobre cualquier suma que adeude a la Agencia, hasta por los valores que le estuvieren siendo cobrados judicial o extrajudicialmente.

15. Seguridad Social e Industrial

15.1 La Agencia garantiza que las personas con las cuales ejecutará los Servicios aquí ofrecidos se encuentran afiliadas a una empresa promotora de salud y a una aseguradora de riesgos profesionales, igualmente reciben en debida forma todas las prestaciones sociales a las que tienen derecho de conformidad con la normatividad vigente. Si alguno de los empleados o dependientes de la Agencia, careciera siquiera de una de las anteriores afiliaciones, no podrá participar en la ejecución de las prestaciones contenidas en este Contrato.

15.2 La Agencia deberá presentar mensualmente a Unilever, dentro de los primeros diez (10) días calendario de los meses de cada mes la constancia de pago de los aportes a seguridad social de todos los trabajadores involucrados en la ejecución del presente Contrato del mes anterior. En todo caso esta información deberá estar disponible en cualquier otro momento cuando Unilever la requiera.



16. Propiedad Intelectual

16.1 Todos los productos, conceptos, ideas y, en general, las creaciones y Entregables de cualquier tipo que hayan sido desarrollados por la Agencia en virtud del presente Contrato, serán consideradas Obras por Encargo, en tal sentido, todos los derechos patrimoniales sobre dichas obras o creaciones se entienden transferidos a Unilever desde la fecha de su creación y son de su libre uso y disposición, pudiendo ésta realizar cualquier forma de utilización y explotación en cualquier país del mundo, por cualquier medio conocido o por conocer, tales como su reproducción, transformación y adaptación, directamente o a través de terceros. Unilever podrá patentar o registrar a su nombre tales creaciones, inventos, descubrimientos o mejoras. La Agencia conservará para sí los derechos morales o de carácter extrapatrimonial.

16.2 La Agencia declara que los servicios que proveerá a Unilever, cuentan con todas las licencias que sean exigidas por la legislación en materia de Propiedad Intelectual y demás disposiciones legales vigentes tanto en a nivel nacional, como en el exterior. En consecuencia, la Agencia deberá relevar, defender e indemnizar a Unilever y mantenerla indemne de todos los reclamos y pérdidas relacionados con o resultantes de violaciones o supuestas violaciones a patentes, secretos comerciales, know-how, derechos de autor y otros derechos de propiedad intelectual que cubran los servicios, métodos o procesos utilizados por la Agencia en la ejecución de los Servicios aquí contratados y, en todo caso, se presumirá la buena fe de Unilever. Se entiende que la protección antes requerida por Unilever es respecto de acciones generadas por parte de la Agencia y no de terceros, a menos que sean terceros subcontratados por la Agencia o licencias y permisos obtenidos o cuyo derecho de uso haya sido obtenido por la Agencia.

17. Indemnidad Marcaria

17.1 La Agencia reconoce que la eventual utilización de marcas, logos o emblemas de propiedad de Unilever que se requieran para la ejecución de los Servicios, no constituye o genera a su favor derecho alguno sobre dichos bienes y Unilever los concede única y exclusivamente para los efectos contemplados en la misma. Igualmente la Agencia entiende y acepta que por las circunstancias aquí



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

indicadas no se le conceden derechos de licencia de marcas, ni permisos de uso, ni se originan pagos de regalías o derechos por acreditación de las mismas

- 17.2** La Agencia se obliga a no registrar directa ni indirectamente en el país del domicilio de la entidad de Unilever firmante de este Contrato, ni en el extranjero derechos de autor, marcas, patentes o cualquier derecho de propiedad industrial o intelectual en relación con la información proporcionada por Unilever o generada por la prestación de los Servicios, ya que la propiedad industrial e intelectual y la información es propiedad exclusiva de Unilever o sus compañías subsidiarias o afiliadas y, en consecuencia, será exclusivamente estas últimas quienes puedan registrar los derechos de autor e industriales correspondientes.



18. Políticas y SCSU

- 18.1** La Agencia entiende y acepta que Unilever tiene políticas según el **Anexo de Políticas**, de cuya aplicación se desprenden postulados como la obediencia a la ley y la protección de la compañía, sus empleados, sus clientes, sus accionistas y oferentes. Una copia firmada por la Agencia en señal de aceptación de dicho Anexo de Políticas, se adjunta al presente documento como Anexo de Políticas el cual la Agencia se compromete a hacer extensivo a todas las personas que trabajen para el mismo, en ejercicio del objeto del presente Contrato. Igualmente, es entendido y aceptado por la Agencia que el incumplimiento del Anexo de Políticas por su parte o la de sus empleados, subcontratistas o dependientes a juicio de Unilever, será justa causa para dar por terminado el presente Contrato, sin que esto genere indemnización alguna a favor de la Agencia.
- 18.2** La Agencia debe leer y asegurarse de que tanto ella como su personal, agentes, Filiales y personal subcontratado permitido cumplan las políticas establecidas o mencionadas en el Anexo de Políticas. Unilever puede enmendar dichas políticas durante la Vigencia. En ese caso, Unilever informará a la Agencia y le dará un periodo de tiempo razonable para adaptarse al cumplimiento de éstas.
- 18.3** A petición de Unilever, la Agencia deberá registrarse (por su propia cuenta) en el sistema de garantía y cumplimiento del suministrador de Unilever, referido como **Sistema de Calificación del Suministrador de Unilever ("SCSU")**, y completar los pasos requeridos para lograr el cumplimiento del SCSU.



19. Confidencialidad

- 19.1** La Agencia se obliga a mantener la más absoluta confidencialidad con respecto a la información que reciba o adquiera en desarrollo del presente Contrato, la cual no comunicará ni entregará a terceros, salvo autorización previa y escrita de Unilever. El incumplimiento de esta obligación específica por parte de la Agencia dará lugar a la otra para dar por terminado el Contrato y solicitar la indemnización de perjuicios.
- 19.2** Para todos los efectos de este Contrato se tendrá como Información Confidencial: cualquier información societaria, técnica, financiera, comercial, estratégica o relativa a la estructura organizacional y cualquier dato relacionado con las operaciones de negocios presentes y/o futuras de Unilever, sus matrices, filiales y subsidiarias y/o socios de negocios, así como cualquier información técnica o comercial relacionada con la formulación, producción, compra y/o venta de los productos que comercializa Unilever, ya sea escrita, verbal, visual, virtual o magnética, de la que la Agencia tenga conocimiento o a la que tenga acceso por cualquier medio o circunstancia en virtud de la ejecución de este Contrato.
- 19.3** El uso de la Información Confidencial, no otorga derecho ni constituye licencia para la Agencia o los empleados autorizados, para utilizar la Información Confidencial sin observar los principios de la ética



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

comercial y la leal competencia, ni otorgando, favoreciendo ni beneficiando a cualquier otra persona natural o jurídica. Para ello la Agencia acuerda expresamente emplear todos los medios a su alcance para impedir ese uso irregular de la Información Confidencial.

- 19.4** La Agencia se compromete a devolver a Unilever dentro de los quince (15) días calendario siguientes a la fecha de terminación del presente Contrato, todos los documentos, manuales, libros, correspondencia y demás bienes que pudieren contener Información Confidencial de Unilever.
- 19.5** La obligación de confidencialidad se mantendrá durante el término de ejecución del presente Contrato, sus prórrogas y hasta tanto la información conserve el carácter de confidencial.
- 19.6** En relación con la Información Confidencial suministrada por Unilever, la Agencia adquiere las siguientes obligaciones en relación con su cuidado, trato, protección y manejo responsable:
- 19.7** Abstenerse de divulgar y hacer que cada empleado o representante, se abstenga de divulgar parcial o totalmente la Información Confidencial a cualquier persona natural o jurídica, entidades gubernamentales o privadas, etc., excepto en los casos que se precisan a continuación:
- a. Cuando la información sea solicitada por Unilever.
 - b. En cumplimiento de una decisión judicial en firme, orden, requerimiento o una solicitud oficial expedida bien sea por: un tribunal competente o una autoridad u órgano judicial o legislativo con competencia para ello.
 - c. Cuando cualquier autoridad gubernamental o regulatoria la haya requerido legalmente, siempre y cuando la Información Confidencial se entregue a la mencionada autoridad cumpliendo con los mecanismos de cuidado, protección y manejo responsable de la información estipulados en esta cláusula, previa notificación a Unilever, con el fin de que este último pueda tomar las acciones administrativas y judiciales pertinentes.
- 19.8** En todo caso la Agencia se abstendrá de utilizar, explotar, emplear, publicar o divulgar la Información Confidencial en una forma diferente a la autorizada en esta cláusula. la Agencia tomará todas las medidas necesarias para que la Información Confidencial que le sea suministrada en medio físico o electrónico, se transporte, manipule y mantenga en un lugar seguro y de acceso restringido.
- 19.9** Así mismo, Instruirá a todas aquellas personas que tengan acceso a la Información Confidencial sobre la forma de manipulación, utilización, manejo de medidas de seguridad y demás, para que la información subsista bien manejada y protegida.
- 19.10** En el evento en que por las mismas razones indicadas en las cláusulas **19.7.b** y **19.7.c** anteriores, Unilever se viera obligada a divulgar Información Confidencial de la Agencia que tenga en su poder, deberá notificar de manera inmediata a éste último, con el fin de que la Agencia pueda tomar las acciones administrativas y judiciales pertinentes.



20. Terminación Anticipada

- 20.1** Además de las causales señaladas de manera general en la ley, el presente Contrato podrá ser terminado con justa causa en cualquiera de los siguientes eventos:
- a. Por mutuo acuerdo entre las Partes en cualquier momento de su duración.
 - b. Por cualquiera de las Partes, a su entera discreción, en el evento de incumplimiento de la otra parte de cualquiera de las obligaciones, términos y condiciones establecidos en el presente Contrato. La terminación sólo procederá si pasados quince (15) días de la comunicación escrita que la Parte cumplida le hubiere hecho a la Parte incumplida sobre la existencia del incumplimiento, la Parte incumplida no hubiere corregido dicho incumplimiento.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

- c. Por disolución o liquidación de la Agencia o insolvencia financiera que, a juicio de Unilever, imposibilite la continuación del Contrato.
- d. Por condena judicial de la Agencia que implique menoscabo de la reputación de los negocios de Unilever.
- e. En el evento en que la Agencia o cualquiera de sus representantes legales sean: (a) vinculados por parte de las autoridades competentes a cualquier tipo de investigación a nivel nacional o en el exterior por delitos de narcotráfico, terrorismo, secuestro, lavado de activos, financiación del terrorismo y administración de recursos relacionados con actividades terroristas u otros delitos relacionados con el lavado de activos y financiación del terrorismo; y/o (b) incluidos en listas para el control de lavado de activos y financiación del terrorismo administradas por cualquier autoridad nacional o extranjera, tales como la lista de la Oficina de Control de Activos Extranjeros - OFAC emitida por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos de Norte América, la lista de la Organización de las Naciones Unidas y otras listas públicas relacionadas con el tema del lavado de activos y financiación del terrorismo; y/o (c) condenados por parte de las autoridades competentes en cualquier tipo de proceso judicial relacionado con la comisión de los anteriores delitos. En este evento, Unilever podrá terminar el Contrato, sin responsabilidad alguna a cargo de Unilever ni la obligación de indemnizar a la Agencia
- f. Unilever podrá dar por terminado el presente Contrato en cualquier momento de su vigencia, dando previo aviso a la Agencia con por lo menos treinta (30) días calendario de antelación a la fecha pretendida de terminación, sin que lo anterior genere la obligación de indemnizar a la Agencia.
- g. Por el incumplimiento del Anexo de Políticas por parte de la Agencia o sus empleados, subcontractistas o dependientes a juicio de Unilever, según se establece en la cláusula 18 del presente Contrato, sin que dicha terminación genere responsabilidad alguna a cargo de Unilever ni la obligación de indemnizar a la Agencia.
- h. Por el incumplimiento por parte de la Agencia de las obligaciones establecidas en la cláusula 26 del presente Contrato, sin que dicha terminación genere responsabilidad alguna a cargo de Unilever ni la obligación de indemnizar a la Agencia.

20.2 En el evento de terminación del presente Contrato, por cualquiera de las causas previstas en los numerales anteriores, Unilever podrá a su entera discreción, tomar cualquiera de las siguientes medidas frente a los Proyectos que se encuentren en curso en el momento de la terminación:

- a. La terminación anticipada de todos los Proyectos que se encuentren en desarrollo.
- b. Solicitar a la Agencia la ejecución total de todos o sólo algunos de los Proyectos conforme a lo establecido en la Orden de Servicio correspondiente.
- c. La Agencia deberá entregar a Unilever los materiales y/o las actividades en el estado o fase de desarrollo en la que se encuentren al momento de la terminación y en el formato y medio que sea especificado por Unilever, quien pagará a la Agencia el valor proporcional correspondiente a las actividades que haya sido efectivamente ejecutadas por la Agencia.



21. Garantías

21.1 Para respaldar el cumplimiento de las obligaciones objeto del presente Contrato, la Agencia se compromete a obtener dentro de los cinco (5) días siguientes a su firma, la siguiente póliza de seguros expedida por una compañía de seguros autorizada por la Superintendencia Financiera, la cual debe ser emitida a favor de Unilever y debe cubrir los siguientes amparos:



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

21.2

22. Póliza de errores u omisiones: por un valor total del 30% del Valor Estimado del Contrato, con una vigencia igual a la duración del mismo y tres (3) meses más;

22.1 En caso de prórroga del término del Contrato, la Agencia se obliga a ampliar la vigencia de la póliza de manera que se garanticen las condiciones señaladas en la presente cláusula.

22.2 En los términos del presente Contrato y la Ley, la Agencia mantendrá indemne a Unilever por todos los eventos generadores de perjuicios que le sean imputables. La ausencia de cobertura de las pólizas requeridas o la insuficiencia de las mismas, bien por razón del límite asegurado o por la aplicación de deducibles o en general por cualquier causa, no exonerará a la Agencia de la obligación de indemnización plena a su cargo. En este contexto, la constitución de pólizas requeridas no podrá ser entendida como limitación de la responsabilidad que pudiese recaer sobre la Agencia.

22.3 En cualquier evento en que se prorrogue la vigencia del presente Contrato o se afecten las pólizas aquí previstas por la ocurrencia de algún siniestro, las mismas deberán ampliarse, prorrogarse o reajustarse, según sea el caso, de acuerdo con las condiciones aquí establecidas, bajo la exclusiva responsabilidad de la Agencia.

22.4 Las pólizas enunciadas en la presente cláusula se constituyen como un requerimiento mínimo, pero no limitan la responsabilidad de la Agencia de considerar riesgos adicionales encaminados a proteger su patrimonio y sus bienes.

23. Cláusula Penal

23.1 En caso de retardo o incumplimiento, parcial o total, por parte de la Agencia respecto de las obligaciones objeto del presente Contrato, pagará a Unilever a título de pena, una suma equivalente al 30% del valor total resultante de sumar los valores de las Ordenes de Compra emitidas por Unilever durante el año calendario anterior a la fecha del incumplimiento o la proyección proporcional a futuro de los valores (con base a los ya existentes) si el año no se hubiere cumplido, sin perjuicio del derecho de Unilever de exigir el cumplimiento o la terminación del Contrato y la correspondiente indemnización de perjuicios, incluyendo el pago de daño emergente y lucro cesante. Para efectos del pago de la suma a que se refiere el inciso primero de la presente cláusula, Unilever deberá enviar a la Agencia una notificación del incumplimiento. La Agencia tendrá quince (15) días calendario contados a partir de la fecha de la notificación para corregir el incumplimiento. Si pasados los quince (15) días, la Agencia no lo hubiere corregido, Unilever le enviará una notificación en la que le informe que procede a hacer efectiva la Cláusula Penal y la Agencia pagará la suma aquí establecida dentro de los ocho (8) días calendario siguientes a la notificación.

24. En caso de incumplimiento total o parcial de una orden de compra o proyecto en específico imputable a la Agencia, esta debe devolver el 100% del valor de la orden de compra incumplida o demorada en su cumplimiento final.

24.1 Las obligaciones que surjan para la Agencia con ocasión del presente Contrato, prestarán mérito ejecutivo, sin necesidad de requerimiento ni constitución en mora, privada o judicial.

25. Modificaciones

25.1 Cualquier modificación de los términos del presente Contrato, para tener eficacia jurídica, deberá ser adoptada por escrito firmado por ambas Partes e incorporado expresamente al presente Contrato.

26. Renuncia de Derechos



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

- 26.1** La renuncia, expresa o presunta, de una de las Partes en un momento determinado, a alguno de los derechos previstos en este Contrato, no supondrá ninguna renuncia al ejercicio de este mismo derecho en otro momento o al ejercicio de cualquier otro de los derechos previstos en el presente Contrato, a no ser que se haga por escrito y esté debidamente firmada por el representante de la parte renunciante.



27. Impuestos y Gastos

- 27.1** Los impuestos y gastos del presente Contrato se regirán por las normas aplicables, y se seguirá el siguiente procedimiento:
- Cada una de las Partes asumirá y será responsable del pago de sus respectivos impuestos conforme a la ley.
 - El pago de todos los impuestos, gravámenes, tasas, contribuciones o similares que se ocasionen por esta Contrato, serán de cargo del sujeto pasivo del respectivo tributo, quien deberá pagarlos conforme a las leyes y reglamentos vigentes.



28. Cesión, contratación y Cambio de Control

- 28.1** Este Contrato y los derechos y obligaciones que de él se derivan, no podrán ser cedidos en todo ni en parte a ningún título, sin el consentimiento expreso, previo y escrito de Unilever. En todo caso, Unilever se reserva el derecho a ceder total o parcialmente el presente Contrato a cualquier subsidiaria, filial o sociedad vinculada en el país o fuera de éste, para lo cual bastará la notificación por escrito a la otra Parte.
- 28.2** La Agencia deberá notificar de inmediato a Unilever cuando: (i) se produzca un cambio de accionistas o socios que tengan una mayoría mínima decisoria en los órganos sociales de la compañía; (ii) la Agencia realice una transferencia de la totalidad o sustancialmente la totalidad de los activos de la compañía; (iii) en caso de fusión o reorganización empresarial; o (iv) en general, cuando se produzca cualquier otro evento que implique un cambio de control de conformidad con la legislación aplicable.
- 28.3** Si la Agencia no comunica a Unilever la situación de cambio de control, de conformidad con lo previsto en la presente cláusula, Unilever tendrá derecho a terminar el Contrato de manera inmediata, con justa causa.

29. Divisibilidad

- 29.1** La invalidez e inexigibilidad de alguna o algunas de las disposiciones de este Contrato no afectará la validez o exigibilidad de las demás disposiciones contenidas en el mismo. En estos eventos las Partes se obligan a negociar de buena fe una cláusula válida y legalmente exigible, de ser ello posible, que tenga el mismo propósito o finalidad que la que adolece del vicio de invalidez o inexigibilidad.



30. Legislación Aplicable y Jurisdicción

- 30.1** El presente Contrato (incluido cualquier litigio relacionado) **se regirá e interpretará conforme** a la legislación del país donde Unilever tenga su domicilio social o dirección primaria según lo indicado en la Hoja de Datos del Contrato.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

30.2 Sin impedir que las Partes puedan adoptar medidas u otros medios provisionales en un tribunal competente, en caso de que surja una diferencia, conflicto o desacuerdo en relación con el presente Contrato, su interpretación, validez, aplicación o ejecución: (i) las Partes harán lo posible por resolverla de manera amigable en un plazo de 30 días desde la fecha en que una de las Partes manifieste la diferencia; y (ii) en caso de no llegar a un acuerdo amigable, la diferencia será resuelta mediante un arbitraje en Derecho, administrado por un Tribunal Arbitral del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, que se someterá a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guayaquil y los siguientes principios: **a)** El Tribunal Arbitral estará compuesto por tres (3) árbitros. **b)** Cada Parte nombrará un árbitro (y su alterno); el tercero (y su alterno) serán designados por los dos árbitros principales previamente nombrados. La parte demandante designará al árbitro principal y al suplente, en la demanda; y la parte demanda lo hará en la contestación de la demanda. Si una de las Partes no designase árbitro principal o suplente, la designación se hará por sorteo, entre quienes integren en ese momento la lista de árbitros del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guayaquil. De igual forma, si los dos árbitros principales que deben elegir al tercer árbitro (y a su suplente) no se pusiesen de acuerdo en la designación hasta en quince días luego de que ambos se hayan posesionado, la designación se hará por sorteo, entre quienes integren en ese momento la lista de árbitros del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guayaquil; **c)** El arbitraje tendrá lugar en las instalaciones del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guayaquil; **d)** El procedimiento arbitral será confidencial; **e)** El Tribunal Arbitral emitirá su laudo en derecho; **f)** Las Partes renuncian a la jurisdicción ordinaria y se obligan a acatar el laudo que expida el Tribunal Arbitral.



31. Obligación de Protección de Datos

31.1 La Agencia debe producir y conservar registros de la realización de los Servicios, así como de la aplicación de las cláusulas del presente Contrato (incluido el pago de cualquier cargo pagado bajo este Contrato), de una manera coherente con las buenas prácticas profesionales. Tras el vencimiento o la terminación del presente Contrato, la Agencia deberá conservar los registros (i) en el caso de los registros financieros, durante un periodo de 7 años o el periodo requerido por la legislación aplicable; y (ii) en el caso de otros registros, durante 3 años. En el caso de que Unilever lo solicite, la Agencia deberá presentar copias de dicha documentación.

31.2 Los registros relacionados con la prestación de los Servicios y cualquier aplicación de las disposiciones de este Contrato, como es requerido en la cláusula 2.3, pueden ser auditados al menos una vez al año o de forma ad hoc en caso de incumplimiento, por Unilever. La auditoría puede cubrir (i) toda la información, documentos y registros relacionados al objeto de este Contrato.

31.3 La Agencia debe de forma fiable tener una copia de respaldo (back up) de toda los datos proporcionados, usados o generados con relación a este Contrato (en cuanto a los datos electrónicos, en forma encriptada de no menos de 256 bit de fuerza de clave) y debe de cualquier manera establecer y mantener medidas de seguridad organizacionales y técnicas contra destrucción no autorizada, robo, uso revelación o pérdida de dichos datos en posesión o control de la Agencia.



31.4 Cuando se de procesamiento de datos personales, cada Parte debe cumplir con la Legislación de Protección de Datos aplicable (incluyendo, pero no limitándose a la Legislación de Datos Personales Europea) en todo momento durante la Vigencia de este Contrato.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

31.5 Cuando la Agencia procese datos personales, la Agencia debe cumplir con los términos obligatorios indicados abajo:

- a. Debe utilizar los datos personales a los que tenga acceso solo en la medida que sea estrictamente necesario para la prestación de los Servicios solicitados en este Contrato y mantener registros escritos de todas las categorías de procesamiento de datos personales, incluyendo el objeto, duración, naturaleza y propósito del procesamiento junto a las categorías del sujeto de los datos (persona interesada) y tipos de datos personales procesados por la Agencia en representación de Unilever;
- b. Debe evaluar la necesidad de un Oficial de Protección de Datos y tener implementados los acuerdos para asegurar que protege los derechos de los sujetos de los datos (personas interesadas), incluyendo proveer asistencia a Unilever en caso de que Unilever reciba una solicitud para proporcionar a un sujeto de los datos (persona interesada) acceso a sus datos personales;
- c. Cuando nombre a un sub-procesador, debe asegurar que dicho nombramiento se realice en un contrato escrito y que las obligaciones y procesamiento realizado sea consistente con el procesamiento específico establecido en este Contrato;
- d. No debe revelar o transferir datos personales de Unilever a terceras partes sin el consentimiento previo y por escrito de Unilever (dicho consentimiento no debe ser retenido de forma irrazonable) y sujeto a que la entidad que reciba los datos personales de Unilever este ubicada dentro de un territorio que es sujeto a requerimiento a proporcionar protección de datos personales adecuada bajo la Legislación de Protección de Datos aplicable; o cuando la Agencia y/o la entidad ha ejecutado las Cláusulas Modelo Contractuales o es sujeto de un mecanismo equivalente aprobado por las autoridades competentes de acuerdo a la Legislación de Protección de Datos aplicable, previo a la recepción de datos personales de Unilever;
- e. Debe asegurar que ni de forma consiente ni de forma negligente realice o deje de realizar cualquier acción que ponga a la Agencia o a Unilever en incumplimiento de sus obligaciones bajo la Legislación de Protección de Datos; y
- f. Debe informar inmediatamente a Unilever de cualquier acceso, pérdida, destrucción robo, uso, revelación o alteración de datos personales de forma accidental, no autorizada o ilegal, o de cualquier otro incumplimiento de este Contrato (una "Violación de Datos") dando razones detalladas de la Violación de Datos y sin costo adicional para Unilever, tomar las medidas necesarias para mitigar el riesgo y proporcionar cualquier asistencia razonable requerida por Unilever.

32. Notificaciones

32.1 Las Notificaciones facilitadas en virtud del presente Contrato **deberán realizarse por escrito y se considerarán entregadas:**

- a. en la fecha de entrega que figure en la documentación de un **servicio de mensajería** con porte pagado reconocido;
- b. cinco días después del envío si se ha realizado por correo certificado no urgente con **franqueo pagado**; o
- c. en la **fecha de la entrega en persona**;
- d. cuando la parte receptora acusa recibo de un correo electrónico, **si la entrega se ha realizado por correo electrónico**.

33. Sistema de Riesgos de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo – SARLAFT



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

33.1 La Agencia declara que:

- (a) el origen de los fondos que administra no proviene de actividades ilícitas, y no admite ni admitirá que terceros efectúen depósitos a sus cuentas o hagan transacciones a su nombre provenientes de actividades ilícitas, ni efectuará transacciones destinadas a tales actividades a favor de terceros relacionados con las mismas;
- (b) ningún miembro de la Agencia que representa se encuentre vinculado por parte de las autoridades competentes a cualquier tipo de investigación en cualquier país del mundo por delitos de narcotráfico, terrorismo, secuestro, lavado de activos, financiación del terrorismo y administración de recursos relacionados con actividades terroristas u otros delitos relacionados con el lavado de activos y financiación del terrorismo, así como soborno nacional y/o transnacional;
- (c) ningún miembro de la Agencia que representa está condenado por parte de las autoridades competentes en cualquier tipo de proceso judicial relacionado con la comisión de los anteriores delitos;
- (d) ningún miembro de la Agencia que representa se encuentra vinculado a cualquier tipo de lista restrictiva nacional o internacional para el control de lavado de activos y financiación del terrorismo así como soborno nacional y/o transnacional, tales como la lista de la Oficina de Control de Activos Extranjeros - OFAC emitida por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos de Norte América, la lista de la Organización de las Naciones Unidas y otras listas públicas relacionadas con el tema del lavado de activos y financiación del terrorismo, así como soborno nacional y/o transnacional. En caso de incumplimiento de alguna de las obligaciones de la presente cláusula, Unilever, podrá dar por terminadas con justa causa todas las relaciones comerciales con la Empresa, sin responsabilidad alguna a cargo de Unilever, ni la obligación de indemnizar al proveedor, aun habiendo existido cualquier actividad o acuerdos celebrados con terceros con anterioridad a dicha terminación.

33.2 La Agencia se compromete a informar a Unilever de manera inmediata en el evento que:

- (a) maneje recursos públicos;
- (b) que cualquiera de los accionistas, representantes legales y/o miembros de junta directiva tengan o hayan tenido cargos públicos o vinculación con funcionarios públicos;
- (c) cualquier cambio en campos sensibles como cambios en la composición accionaria mayor al 5% y otros campos de los datos de la compañía proporcionados anteriormente a Unilever.

33.3 En caso de incumplimiento de alguna de las obligaciones de la presente cláusula, Unilever, podrá dar por terminadas con justa causa todas las relaciones comerciales con la Empresa, sin responsabilidad alguna a cargo de Unilever, ni la obligación de indemnizar al proveedor, aun habiendo existido cualquier actividad o acuerdos celebrados con terceros con anterioridad a dicha terminación.

34. Anexos

34.1 Son anexos del presente Contrato los siguientes:

- Anexo Formato de Brief.
- Anexo Condiciones económicas.
- Anexo Formato de cotización.
- Anexo Indicadores de servicio (scorecard).
- Anexo Informe bienes adquiridos

El presente Contrato se puede **firmar en ejemplares separados**. En ese caso, dichos ejemplares funcionarán como un único instrumento al juntarse



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

Firmar
aquí

DocuSigned by:

1FF458A7B2074E6...

Por Unilever:

Nombre: Marcos Dueñas
Cargo: Gte Marketing HC
Lugar: Guayaquil
Fecha: 31 de octubre de 2020
Dirección para las Notificaciones: *ver la Hoja de Datos del Contrato*

Firmar
aquí

DocuSigned by:

47F344AE18D5427...

Por la Agencia:

Nombre: Maria Dolores Casal
Cargo: presidente
Lugar: Guayaquil
Fecha: 04 de noviembre de 2020
Dirección para las Notificaciones: *ver la Hoja de Datos del Contrato*

Firmar
aquí

DocuSigned by:

5285665D0BD74E0

Por Unilever:

Nombre: Mario Goncalves
Cargo: Big C Leader IC
Lugar: Guayaquil
Fecha: 30 de octubre de 2020
Dirección para las Notificaciones: *ver la Hoja de Datos del Contrato*



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0



Anexo de Políticas

1. Política de Abastecimiento responsable

La Agencia reconoce que ha leído la Política de Abastecimiento responsable de Unilever (la "RSP") y entiende que reemplaza a todo código de proveedor anterior. La Agencia acuerda:

- (a) cumplir (lo cual incluye garantizar el cumplimiento, tanto por su parte como por parte de su personal, agentes, Filiales y subcontratistas) los requisitos obligatorios establecidos en la **RSP** (los "**Requisitos Obligatorios**");
- (b) hacerse cargo de las acciones requeridas por Unilever, dentro de lo razonable, para:
 - (i) verificar el cumplimiento de los Requisitos Obligatorios; y
 - (ii) rectificar cualquier incumplimiento de dichos Requisitos Obligatorios dentro del periodo estipulado por Unilever.

2. Política antisoborno

La Agencia declara conocer y haber leído, y se compromete a dar cumplimiento estricto a la legislación local e internacional sobre soborno nacional y transnacional y demás prácticas corruptas dispuestas en las leyes locales, en los tratados internacionales sobre lucha contra la corrupción y el soborno transnacional, así como a la Ley de los Estados Unidos de América sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero -U.S. Foreign Corrupt Practices Act- ("FCPA") y la Ley del Reino Unido contra Sobornos del año 2010 -UK Bribery Act 2010- ("UK Bribery"), (en conjunto "Leyes Anticorrupción Aplicables")

La Agencia se compromete a que:

- (a) en la medida de sus conocimientos (habiendo mediado preguntas razonables por parte de la Agencia), en la fecha de entrada en vigor de este acuerdo, ni él ni sus directores, funcionarios o empleados, directa o indirectamente, han pagado, prometido u ofrecido pagar, autorizado el pago de, o aceptado dinero u otra ventaja indebida de cualquier tipo relacionados de alguna manera con la relación de la Agencia con Unilever en virtud de este acuerdo o de otro modo;
- (b) ni él ni sus directores, funcionarios o empleados, violarán ninguna de las Leyes Anticorrupción Aplicables. En concreto, La Agencia acepta que - ni directa ni indirectamente- pagará, prometerá u ofrecerá pagar, aceptar o autorizar el pago de dinero indebida u otra ventaja a un funcionario público o representante de una empresa de propiedad del Estado, ni a ninguna persona o entidad en relación con la indebida ejecución de cualquier función o actividad pública o negocio. Además, dará



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

cumplimiento a las disposiciones respecto de la contabilidad, libros, registros y provisiones de control interno incluidas en las Leyes Anticorrupción Aplicables. Para ello deberá (pero sin limitarse a ello) llevar una contabilidad rigurosa en conjunto con controles periódicos de la misma y mantener registros de las transacciones que se lleven a cabo en relación con el presente contrato, permitiendo siempre a Unilever la verificación de dicha información;

(c) no hará por sí ni autorizará a sus subcontratistas, agentes u otros terceros a solicitar, recibir o aceptar un beneficio financiero o de otro tipo que, en previsión de o como consecuencia del cual, una función o actividad relevante sea o pueda ser realizada de forma inapropiada;

(d) ha tomado y seguirá tomando las medidas razonables para evitar que sus subcontratistas, agentes o cualquier otro tercero, sujeto a su control o influencia determinante, incurran en cualquier conducta que puedan constituir una infracción a (a) o (b) anterior;

(e) reportará de manera inmediata a Unilever la posible ocurrencia o potencial ocurrencia de un acto de corrupción que pueda afectar o que tenga relación con cualquier contrato celebrado con Unilever;

(f) cooperará con Unilever en cualquier investigación interna por violación de las Leyes Anticorrupción Aplicables, en relación con el presente contrato; y,

(g) permitirá que Unilever realice procesos de debida diligencia y/o auditorias de control que le permita identificar el nivel de cumplimiento de las Leyes Anticorrupción Aplicables, incluida la revisión de documentos y/o realización de visitas a las sedes de la Agencia.

En caso de incumplimiento de alguna de las obligaciones de la presente cláusula, Unilever, podrá dar por terminadas con justa causa todas las relaciones comerciales con la Empresa, sin responsabilidad alguna a cargo de Unilever, ni la obligación de indemnizar al proveedor, aun habiendo existido cualquier actividad o acuerdos celebrados con terceros con anterioridad a dicha terminación.

La Agencia reconoce la importancia del cumplimiento de los Requisitos Obligatorios establecidos en la RSP, además de los requisitos establecidos en los apartados 2 (a), (b) y (c). Asimismo, la Agencia se compromete a notificar a Unilever cualquier sospecha de incumplimiento de esas obligaciones.

En caso de que la Agencia, su personal, agentes, Filiales o subcontratistas no cumplan los Requisitos Obligatorios de la RSP o los compromisos establecidos en los apartados 2 (a), (b) y (c) anteriores, y Unilever considere que dicho incumplimiento puede ser remediado, la Agencia deberá tomar las medidas estipuladas por Unilever para remediar el incumplimiento, incluida la implementación de procedimientos adecuados para que dicho incumplimiento no se produzca de nuevo.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

Cuando los problemas surgidos del incumplimiento sean de naturaleza material y el incumplimiento no pueda ser subsanado conforme a los requisitos establecidos anteriormente, Unilever se reserva el derecho a rescindir el presente Contrato con efecto inmediato. En el caso de que Unilever rescinda el presente Contrato bajo esta cláusula, sin perjuicio de los cargos debidos u otras responsabilidades, ni la Agencia ni sus Filiales tendrán derecho a reclamar compensación o remuneración alguna, independientemente de las actividades o los acuerdos con terceros adicionales que se hayan celebrado antes de la terminación.

Se puede acceder a la RSP, además de a los Requisitos Obligatorios, en: https://www.unilever.com/Images/unilever-rsp-2017---spanish_tcm244-509010_1_en.pdf

3. Políticas de las instalaciones

Siempre que el personal de la Agencia (incluido el de los subcontratistas autorizados) acuda a las instalaciones de Unilever o de sus Filiales, la Agencia deberá garantizar que dicho personal cumpla **los códigos y las políticas que le hayan sido notificados** (incluido todo lo relacionado con la salud y seguridad).

4. Recuperación ante desastres

La Agencia deberá contar en todo momento con **sistemas adecuados de gestión de incidentes y/o sistemas de recuperación en caso de desastre** para garantizar, dentro de lo razonable, la continuidad de sus actividades sin interrupciones. La Agencia deberá notificar a Unilever cualquier incidente material que pueda afectar razonablemente a su capacidad de cumplimiento (tenga o no efectos reales sobre la capacidad de cumplir las obligaciones contractuales) lo antes posible y, en cualquier caso, **en un plazo de 24 horas** desde dicho acontecimiento.

5. Principios de Mercado a Niños

Cuando sea aplicable, la Agencia en todo momento al ejecutar y/o entregar Servicios debe adherirse totalmente a los Principios de Unilever para el Mercado a Niños, como sea modificado ocasionalmente, los cuales se encuentran disponibles en: www.unilever.com/responsible-food-beverages-marketing

6. Principios de Seguridad y Protección para los Eventos Diseñados de Unilever

A. Principios de Seguridad para los Eventos Diseñados de Unilever

Los siguientes principios exponen los requerimientos mínimos de Unilever a implementarse por la Agencia Responsable y/o por cualquiera de sus contratistas asignados, responsables de liderar el manejo de la seguridad en un Evento Diseñado de Unilever.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

1. La principal consideración durante la planificación del evento, en todo momento es la seguridad y protección del público y el personal.
2. La Agencia Responsable es responsable de realizar un análisis de riesgos completo, y de establecer medidas adecuadas para manejar los riesgos identificados; este análisis de riesgos debe hacerse disponible al Contacto de Unilever para información.
3. Debe haber continuas, prontas y regulares revisiones al análisis de riesgos de seguridad y medidas en vista de nuevas amenazas y desarrollos, durante la planificación e implementación del Evento Diseñado de Unilever.
4. La Agencia Responsable debe ser responsable de co-operar y co-ordenar los arreglos de seguridad y protección entre dueños, gerentes, personal de seguridad y otros en el sitio. Esto incluye compartir planes de incidentes, así como la prueba y mejoramiento colectivo de planes y procedimientos de respuesta. Detalles completos deben ser incluidos en el Plan del Evento como se establece en el párrafo 5.
5. La Agencia Responsable es responsable de crear el Plan del Evento, el cual debe incluir todos los detalles en el párrafo 4 y debe confirmar las responsabilidades para la toma de decisiones de emergencia. El Plan del Evento debe estar disponible a todos en el día del Evento Diseñado de Unilever y ser considerado por todos antes de que se tome la decisión de proceder con el Evento Diseñado de Unilever.
6. La Agencia Responsable, o su contratista asignada de seguridad, debe cooperar con las autoridades locales para confirmar:
 - a. La situación de seguridad local y posibles amenazas al evento.
 - b. Los planes de mitigación y contingencia preparados para el evento.
 - c. La propuesta de respuesta por las autoridades a una gama de emergencias de seguridad.
 - d. Un punto de contacto para el evento.

Todo esto debe ser incluido en el Plan del Evento.

7. La Agencia Responsable es responsable de asegurar que todo el personal de Seguridad esté capacitado y cuento con las licencias de acuerdo con los estándares nacionales, cuando aplique. El personal debe estar equipado con el equipo adecuado para cumplir con sus tareas individuales.
8. Cuando se contrate Circuito Cerrado de Televisión (CCTV), la Agencia Responsable debe asegurar que sea proporcionado y operado por un proveedor licenciado. Para que se efectivo, el



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

CCTV debe ser monitoreado adecuadamente, mantenido y capaz de accionar una respuesta activa.

9. La Agencia Responsable es responsable de asegurar que todos los procedimientos de seguridad para impedir, detectar y responder a incidentes sean informados y puestos en práctica. Estos procedimientos deben ser apropiados y razonables para el particular Evento Diseñado de Unilever pero cuando sea apropiado incluirán:
 - a. Procedimientos para evacuar el sitio, emergencia medical, paquetes sospechosos y amenazas de bomba;
 - b. Las instrucciones de evacuación, las cuales deben ser claramente comunicadas al personal y las rutas y salidas, deben estar bien definidas;
 - c. Ejercicios para asegurar que todos los procedimientos y equipos de comunicación puede utilizarse efectivamente: y
 - d. Cuando sea posible, ejercicios y ensayos deben incluir a todos los participantes, servicios y emergencia y autoridades locales.

Detalles completos de estos procedimientos deben incluirse en el Plan del Evento.

10. El movimiento, venta y uso de drogas en los eventos de Unilever es estrictamente prohibido. La Agencia Responsable debe asegurar que los procedimientos de Seguridad contengan procedimientos para asegurar que se tomen todos los pasos razonables para asegurar que se cumpla esta prohibición.
11. La venta y uso de alcohol debe ser licenciada y controlada. La Agencia Responsable debe asegurar que existan planes para asegurar que a las personas intoxicadas les sea solicitado retirarse o sean puestas bajo el cuidado de un adulto responsable o personal médico.
12. La Agencia Responsable debe asegurar que todo el personal (incluyendo concesionarios, personal de limpieza y personal contratado) esté al tanto de la necesidad de vigilancia de seguridad. Todo el personal debe saber cómo reporta objetos o actividades sospechosas.
13. La Agencia responsable debe asegurar que el sitio o sede sea inspeccionado antes del evento.
14. La Agencia Responsable debe asegurar que el acceso al evento sea controlado consistentemente durante el mismo, con el número de entradas limitado al mínimo seguro.
15. La Agencia Responsable debe asegurar que las regulaciones del Evento incluyan el derecho de denegar el acceso a menos que exista inspección. Además, debe:
 - a. Asegurar que el personal de inspección sea adecuadamente instruido en las facultades de inspección y en que están buscado;



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

- b. Inspección de la persona y su vestimenta, la cual debe conducirse por un oficial de seguridad del mismo sexo;
- c. Señalización de las reglas de asistencia al evento debe estar disponibles y las reglas deben ser puestas al conocimiento de las personas asistiendo al evento; y
- d. Estar preparara para manejar a grandes grupos llegan al evento a la hora de inicio.

B. Principios de Protección a Eventos Diseñados de Unilever

Los siguientes principios exponen los requerimientos mínimos de Unilever a implementarse por la Agencia Responsable y/o por cualquiera de sus contratistas asignados, responsables asegurar la protección de todos los involucrados (incluyendo los asistentes) en un Evento Diseñado de Unilever.

Alcance

Este estándar describe el método de gobernanza de protección al utilizar a una Agencia Responsable para diseñar, planificar y ejecutar un Evento Diseñado de Unilever. Tiene como propósito asegurar que la Agencia Responsable y/o cualquiera de sus contratistas resguarde a los empleados de Unilever y/o al público que puede estar expuesto a riesgos durante el evento.

Principios Clave

1. La Agencia Responsable debe asegurar que ha desarrollado un Plan de Protección” completo, diseñado para asegurar la protección de todos los involucrados (incluyendo asistentes) para incluir como será implementado dicho plan. El Plan de Protección debe hacerse disponible al Contacto de Unilever para información.

* El Plan de Protección típicamente incluye en general información y requerimientos de salud y protección para los participantes, evaluación de riesgos, proveedores / sub-contratistas contratados, sede, transporte, equipo, roles, responsabilidades, y arreglos de emergencia.

2. La Agencia Responsable debe asegurar que todos los requerimientos de protección en el Evento Diseñado de Unilever, incluyendo la sede/lugar, cumplan con todos los requerimientos Legales y Regulatorios locales / regional de protección para el mercado al que se dirija.
3. La Agencia Responsable debe asegurar que el Evento Diseñado de Unilever sea adecuada para todos los asistentes planificados y que no sean puestos en riesgo significativo a su seguridad o salud. También debe asegurar que todos los asistentes puedan escoger libremente no participar. Cuando se considere apropiado, la Agencia Responsable debe considerar la protección y riesgos a la seguridad en todo el Evento Diseñado de Unilever, incluyendo transporte hacia y desde el Evento Diseñado de Unilever.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0

4. La Agencia Responsable debe llevar a cabo evaluación de riesgos a la seguridad y la salud de la sede, incluyendo arreglos de emergencia y actividades previas al evento. Asegurar que incluya medidas adecuadas para manejar los a un nivel aceptable los riesgos identificados a la salud y, con la principal consideración de asegurar que no exista posibilidad alguna de ninguna actividad que amenace vidas durante el evento. La evaluación de riesgo debe hacerse disponible al Contacto de Unilever para información.
5. La Agencia Responsable debe asegurar que cualquier tercera parte y sub contratistas (de existir alguna) que elija para proporcionar apoyo, servicios y/o equipo sea competente y de buena reputación. La salud y seguridad de todos los asistentes, incluyendo la de las terceras partes contratistas, debe ser primordial. La Agencia Responsable debe asegurar que cualquier tercera parte contratista/ sub contratistas este totalmente al tanto de los requerimientos que se esperan de ellos, de que puede proveer los recursos adecuados para proporcionar dichos requerimientos y de que tiene el seguro apropiado. La Agencia responsable debe obtener referencias de cualquier tercera parte contratista.
6. Cuando sea apropiado, la Agencia Responsable debe solicitar a una tercera parte contratista / sub contratista que le provea una Descripción Metodológica, que detalle cómo se conducirán actividades, los riesgos identificados y como los manejarán. Dicha Descripción Metodológica debe hacerse disponible al Contacto de Unilever para información.
7. La Agencia responsable debe asegurar que la sede para un Evento Diseñado de Unilever sea apropiada, accesible y tenga los arreglos de emergencia apropiados. Una evaluación completa de la sede debe ser incluida y detallada en el Plan del Evento.
8. La Agencia Responsable debe asegurar que todos los participantes del Evento Diseñado de Unilever puedan llegar hacia e irse del evento de una forma segura. La Agencia Responsable debe utilizar únicamente empresas transportistas de buena reputación y debe ser responsable de llevar acabo todas las revisiones apropiadas a los transportistas y conductores.
9. La Agencia Responsable debe asegurar que cualquier equipo utilizado este en buen estado de funcionamiento y sea apropiado para la tarea. El buen estado de funcionamiento de todo el equipo de seguridad y protección debe ser un requerimiento contractual y la Agencia Responsable debe asegurar que dicha disposición contractual sea incluida en los contratos con terceras partes. El equipo de seguridad y protección critico debe ser revisado por una persona competente previo a su uso.
10. La Agencia Responsable debe asegurar que el número adecuado de personal este disponible en el sitio para asegurar que todos los empelados de la Agencia Responsable y todos los empleados de cualquier tercera parte contratista actúen apropiadamente y de acuerdo con cualquier Plan del Evento y/o Descripción Metodológica. La Agencia Responsable debe asegurar que cualquier situación insegura que surja sea rectificada o manejada apropiadamente.



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL

Versión 1.0



Formato de Brief



BRIEF%20TOOLKIT.p
ptx



Condiciones Económicas



Anexo%202%20Tarif
ario.xlsx



Formato de cotización.



Anexo3Formato
cotizacion.xlsx



Indicadores de servicio (scorecard).



Anexo%204-%20KPI
S.xlsx



ACUERDO DE SERVICIOS AGENCIAS BTL
Versión 1.0



Informe bienes adquiridos



INFORME DE BIENES ADQUIRIDOS

Articulo	Descripcion	Material	Categoria	Marca	Ciudad	Bodega	Estado	Usuario responsable	Dias	Valor unitario declarado del material (USD)	Volumen	Total (USD)
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0
												0