

Contrato de prestación de servicios de asesoría y ejecución en mercadeo relacional y CRM
suscrito entre GM COLMOTORES S.A. – LA ESTACIÓN PROMOCIONES Y
ACTIVACIONES S.A.S.

Entre los suscritos, a saber **RENE ALEJANDRO BARRERA ALVAREZ**, identificado con cédula de ciudadanía núm. 19.493.137 quien actúa en nombre y representación de **LA ESTACIÓN PROMOCIONES Y ACTIVACIONES S.A.S.**, sociedad legalmente constituida bajo las leyes de la República de Colombia, identificada con el NIT No. 900135531-4, en adelante “**LA ESTACIÓN**”, y por la otra **ALEJANDRO JARAMILLO CORTES**, identificado con cédula de extranjería No. 80.180.069, quien actúa en nombre y representación de **GENERAL MOTORS COLMOTORES S.A.**, sociedad legalmente constituida bajo las leyes de la República de Colombia, con NIT 860002304-3, en adelante “**GM**”, y en conjunto LAS PARTES, han convenido celebrar el presente contrato de prestación de servicios de asesoría en mercadeo relacional y CRM, que se regirá por las siguientes cláusulas

Primer. **OBJETO.- LA ESTACIÓN**, obrando por su cuenta y riesgo, con libertad y autonomía técnica, administrativa y directiva, prestará a **GM** los servicios de asesoría en mercadeo relacional y CRM. Con el fin de desarrollar el objeto del presente Contrato, **LA ESTACIÓN** realizará su mejor esfuerzo para adelantar las siguientes actividades:

1. Contribuir al desarrollo estratégico de mercadeo y comunicación de los programas de adquisición de clientes, Mercadeo Relacional y avaladores de **GM** para sus marcas CHEVROLET (vehículos, posventa, buses, camiones) y Acdelco con el propósito de desarrollar acciones para adquirir nuevos clientes, retener clientes actuales, profundizar la relación (venta cruzada) para CHEVROLET (vehículos, buses y camiones) y Acdelco y sus concesionarios durante los próximos 3 años.
2. Administrar y generar valor a las relaciones con los clientes de **GM**.
3. Administrar y almacenar las listas de clientes que sean entregadas por **GM** para la ejecución de las campañas y actividades que desarrollará **LA ESTACIÓN**. Estas listas de clientes serán incorporadas a la base de datos de propiedad de **GM** y será **LA ESTACIÓN** la encargada de administrarlas de conformidad con sus políticas de protección de datos, dando estricto cumplimiento a lo establecido en la Ley 1266 de 2008, 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013.
4. Administrar y ejecutar los programas de adquisición y lealtad de CHEVROLET (vehículos, posventa, buses y camiones) y Acdelco, así como administrar y ejecutar otras campañas, conforme a necesidades del mercado y de la marca.
5. Apoyar y desarrollar nuevos contactos del plan de adquisición y otras campañas para CHEVROLET (vehículos, buses y camiones) y Acdelco.
6. Soporte a la estrategia de mercadeo relacional de las marcas CHEVROLET (vehículos, posventa, buses y camiones), Acdelco y sus concesionarios incluyendo, pero sin limitarse a, la planeación total y por campaña, *perfilación*, y *segmentación* de clientes.



7. Diseñar las campañas y piezas creativas para cualquier medio, diseño de campañas de adquisición, diseño de campañas y actividades del programa de lealtad, creatividad digital y diseño de *scripts* de *telemarketing* para CHEVROLET (vehículos, posventa, buses y camiones) y Acdelco.

8. Administrar las campañas y actividades de campo desde su creación, hasta su producción en cualquier medio, envíos, verificación y entrega de informes de gestión, según las listas de clientes que se reciban CHEVROLET (vehículos, posventa, buses y camiones) y Acdelco, o se construyan en campañas de adquisición.

9. Administrar y controlar los diferentes proveedores internos de CHEVROLET y Acdelco como contratados por **LA ESTACIÓN**, que se involucren en cada actividad, tales como *telemercadeo*, digital, producción gráfica, compañías de *courier*, productores audiovisuales, fotográficos o digitales y demás actores que sean necesarios para la ejecución de las campañas o acciones de los programas.

10. Obtener precios competitivos de mercado para la ejecución de programas de *telemercadeo*, digital, producción gráfica, compañías de *courier*, productores audiovisuales, fotográficos o digitales, medios y demás proveedores que sean necesarios, buscando siempre un costo/beneficio acordé a las ideas y planes definidos entre las partes, para esto, siempre será requerido presentar 3 cotizaciones de proveedores diferentes para el mismo servicio para que GM defina el proveedor que ejecutará y prestará los servicios.

11. Para cada servicio, **LA ESTACIÓN** hará cada mes un reporte de acuerdo a los formatos establecidos por **GM**, así mismo, **LA ESTACIÓN** presentará los reportes adicionales a que haya lugar cuando así lo solicite **GM**.

12. Medición del ROI, retorno sobre la inversión sobre cada actividad desarrollada.

13. Migrar o enviar cada mes la lista de clientes, de acuerdo al formato que se establezca entre **GM** y **LA ESTACIÓN**.

14. **LA ESTACION** se compromete a no prestar este tipo de servicio a otro cliente en la categoría de automóviles.

15. Además de lo anterior y dentro del precio máximo de los servicios objeto de la oferta presentada por **LA ESTACIÓN** en septiembre del año 2014, oferta que hace parte integral del presente Contrato como Anexo No. 1, **GM** podrá solicitar servicios adicionales a **LA ESTACIÓN** que no estén especificadas en la oferta. En cada caso **LA ESTACIÓN** presentará la oferta correspondiente que deberá ser aprobada por escrito por las personas autorizadas por parte de **GM** en el marco del presente contrato.

16. Las demás actividades contenidas en la oferta presentada por **LA ESTACIÓN** a **GM**. en el mes de septiembre del año 2014, que hacen parte integral del presente contrato como se estableció previamente.



17. El equipo de trabajo para vehículos, buses y camiones es el siguiente:

	GRIILA
DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE	10%
DIRECTOR DE CUENTA	50%
EJECUTIVO DE CUENTA	100%
REDATOR COPY	100%
CREATIVO GRAFICO SR.	100%
CREATIVO GRAFICO JR.	100%
LOGISTICO	100%
EJECUTIVO DE CUENTA	100%

18. El equipo de trabajo para Acdelco es el siguiente:

	GRILLA
DIRECTOR DE ESTRATEGIA	3%
EJECUTIVO DE CUENTA	30%
DIRECTOR CREATIVO	3%
COPY	15%
DISEÑADOR GRAFICO	15%
ARTE FINALISTA	7%

19. Además de las actividades anteriormente detalladas, **LA ESTACIÓN** deberá ejecutar las actividades señaladas en el documento de licitación y que se exponen a continuación:

- i. El proveedor estará obligado a apoyar el desarrollo y ejecución del programa de fidelización y las perspectivas de GM Colmotores.
- ii. El objetivo fundamental del programa de fidelización es participar y sostener potenciales compradores de GM en un diálogo, concebido para agregar valor a los consumidores, ya que son escoltados por el embudo de compra, con el propósito de concretar la compra definitiva de un vehículo nuevo y de productos y servicios asociados.
- iii. El centro de contacto servirá de soporte y acompañamiento en los procesos de ventas y programas de fidelización de ventas a través del ciclo de vida del cliente.

En la ejecución de este programa, se pedirá al proveedor de enlace con diversas partes de la organización GM Colmotores y varios socios de la agencia.

Los objetivos de negocio contra los cuales se medirá este programa incluyen:



Levantamiento ventas cuantificables atribuibles al programa, de acuerdo con el caso de negocios

El volumen de los registros generados debe contener: i) cliente; ii) vehículo; ii) fecha estimada de remplazo y; modelo de interés.

JAH

- vi. El porcentaje de prospectos que se pasan a los concesionarios y que se conviertan en venta, Nuestro objetivo es conseguir el máximo número de ventas con el mínimo número de clientes potenciales a través de énfasis en la calidad frente a la cantidad.
- vii. Costo-efectividad de las comunicaciones
- viii. Capacidad para accionar fechas claves acordadas
- ix. Entrega de programa dentro del presupuesto
- x. Positivo cobertura mediática del programa
- xi. Calidad de la Base de datos

El proveedor debe poner toda su capacidad para proporcionar un programa que ofrezca resultados a corto y largo plazo (ventas incrementales vs. clientes leales).

Es muy importante que el proveedor sea capaz de apoyar plenamente y pro-activamente la evolución de GM Colmotores y su programa de fidelización y perspectivas. En este sentido GM Colmotores está buscando un PROVEEDOR que pueda:

- i. Apoyar el logro de la organización GM Colmotores
- ii. Aumentar las relaciones de asociación con el fin de mejorar la eficacia de las campañas.
- iii. Identificar su capacidad para apoyar a las regiones, los mercados y los países que actualmente no forman parte de este RFQ.
- iv. Presentar mejores prácticas de CRM de otros sectores, como los servicios de telecomunicaciones y financieros.
- v. Proporcionar equipo de trabajo experto para mejorar el proceso de CRM gestionado anteriormente por otros proveedores.
- vi. Proporcionar un servicio flexible y sensible a las necesidades de los departamentos de GM Colmotores Marketing Relacional.
- vii. Ayudar a estructurar una relación que se caracteriza por tener el "espíritu" de una ética de trabajo flexible, sin costo adicional para GM Colmotores.
- viii. Ayudar a GM Colmotores para bajar los costos a través de su focalización eficiente, mejoras a los procesos de Marketing Relacional etc.

También se espera que el PROVEEDOR establezca contactos y gestione proactivamente Servicios de bases de datos según sea necesario para **GM**, con el propósito de garantizar la utilización de datos de Marketing y su optimización. A continuación, los servicios y alcance que la Base de Datos que GM proporcionara al PROVEEDOR:

- i. Gestión y Resultados de datos de medición: es importante que el PROVEEDOR trabaje con GM en la gestión y administración de las bases de datos para obtener mejores resultados.
- ii. Creación de normas de captura de datos y trabajo en estrecha colaboración con otros proveedores (distribuidores) para ponerlas en práctica.
- iii. Inventario de todos los datos de consumo disponibles, incluyendo la inspección de la calidad
- iv. Ajuste de herramientas de calidad de datos
- v. Construcción de interfaces
- vi. Desarrollo de servicios web necesarios
- vii. Desarrollo de la codificación de la comunicación
- viii. Actualización de las tablas de referencia
- ix. Carga de datos
- x. La limpieza y la integración de los datos disponibles



- xi. Análisis de datos - la minería
- xiii. Pruebas de aplicaciones de automatización de marketing
- xiii. Análisis de los resultados
- xiv. Producción de la métrica
- xv. La evaluación y el perfeccionamiento de los programas de marketing
- xvi. Los datos de Hosting, perfiles y segmentación.

Requisitos detallados: El proveedor debe abordar por separado cada uno de los siguientes Servicios de marketing relacional:

- **Planificación y gestión de proyectos:** El PROVEEDOR debe presentar las estrategias de gestión y los planes para apoyar tanto la implementación inicial y como la gestión de proyectos en curso de conformidad con los requisitos establecidos a continuación.

Proporcionar recursos para participar en Dirección de Proyectos, en asociación con la alta dirección del cliente. El PROVEEDOR será responsable de:

- i. Dirección del Proyecto: Asegurar la colaboración eficaz y eficiente entre GM Colmotores, proveedores y agencias.
- ii. Garantizar la implementación efectiva y eficiente de los recursos del proveedor (central y en el mercado)
- iii. Resolución de cuestiones clave escalados por el equipo de gestión de proyectos
- iv. Provisión de experiencia en el tema para delinejar dirección y planes en las siguientes áreas: a) estrategia de Marketing Relacional, b) Integrated Marketing. c)La estimación de costos
- v. Dirección de Project Manager
- vi. Establecimiento de relaciones efectivas de trabajo con los principales grupos asociados mediante la identificación clara de los temas y actividades comunes y el logro de equipo de colaboración de trabajo siempre que sea apropiado. Tales grupos incluyen, pero no se limitan a: -
 - GM Colmotores CRM Equipo
 - GM Colmotores P & A Team

- **Planificación y Gestión de Proyectos.**- El PROVEEDOR realizará lo siguiente:

- i. Creación y mantenimiento de planes de proyecto / horarios
- ii. Registro de Emisión y el análisis de riesgos
- iii. Gestión de los entregables (cliente y proveedor)
- iv. Gestión presupuestaria y facturación
- v. Gestión de las reuniones operativas y entrega de informes de gestión (status) mensualmente. El proveedor desarrollará un plan de comunicaciones que garantice una comunicación eficiente y eficaz con los diversos actores involucrados en este proyecto.
- vi. Comunicación semanal relacionada con la gestión de los programas (Proveedores/Cliente) para comunicar el progreso, escalar los problemas y aclarar dudas cuando sea necesario.

El PROVEEDOR trabajará en conjunto con el personal central y local del cliente para determinar los consumidores destinatarios apropiados - basado en posicionamiento GM Chevrolet pero también reconociendo las diferentes circunstancias, las prioridades y el perfil de los consumidores en cada mercado y país.



El PROVEEDOR desarrollará una estrategia de contacto de alto nivel compuesto por:

- i. El programa debe reflejar una secuencia de comunicaciones que cumpla los criterios de seguimiento:
 - Segmentación acorde con el Perfil del consumidor: Las ofertas múltiples de comunicación / secuencias deben desarrollarse en torno a grupos de clientes diferenciados por el perfil del cliente y / o el valor estimado de los clientes. Tendrá que ser ejecutada con el fin de definir estos grupos de cliente.
 - Las consultas continuarán siendo generadas fuera del programa básico y estos consumidores deben alimentar directamente en el programa de contactos. (por ejemplo, con los consumidores se debe iniciar el contacto inmediatamente después de un correo directo, no debe perderse el esfuerzo de la comunicación / información / promoción.)
 - Fecha de Reposición o recompra estimada debe centrarse en la experiencia y demostrarse que un alto porcentaje de los clientes compra en el momento indicado por lo tanto debe ser un foco de comunicación para adquirir, calificar y actualizar estos datos críticos.
 - Modelo de interés (MOI) La campaña (s) propuesta tiene que responder a los datos MOI establecidos y proponer productos y servicios adecuados.

La estrategia de contacto con el cliente debe integrar todos los puntos de contacto con clientes durante todo el diálogo. Estos incluyen:

- El correo directo
- Motorshows y eventos (tiempo variará según el país)
- Promociones
- diálogo electrónico
- Publicidad BTL, (URLs publicados y números de teléfono).
- Centro de Contacto, web y la interacción social media.

La estrategia de contacto debe reflejar un programa escalable con un enfoque orientado a menú o modular que permita la adaptación a la disponibilidad presupuestaria mercados individuales y panorama del mercado. La línea de base o programa estándar deben identificar todas las interdependencias entre los módulos pertinentes (es decir, el correo directo requiere seguimiento investigación)

Respecto a la Gerencia de la Base de Datos, el PROVEEDOR dentro de su oferta deberá incluir:

- Interacción con las áreas de marketing de GM para desarrollar y acuerdo de informes
- Generación, articulación y concertación de conceptos creativos convincentes que sean compatibles con Chevrolet y su posicionamiento de marca, objetivos de comunicación de Chevrolet y que se alinean bien con conceptos y temas visuales utilizados en otros medios
- El desarrollo de artes finales y copias de los mismos para los conceptos aprobados
- Provisión de plantillas para su adaptación por los mercados locales o distribuidores
- Adquisición de activos creativos necesarios (fotografías, etc) -El proveedor tendrá acceso al sistema de activos de GM, que es confidencial el uso de fotos y contenidos.
- Garantizar los derechos de uso de activos - minimizar el riesgo comercial
- Gestión de la logística para asegurar una distribución eficiente de los recursos a los mercados
- adopción de Monitoreo / adaptación de los mercados locales para garantizar la máxima adherencia al concepto central
- El logro de la máxima eficiencia de costes



- El trabajo creativo debe aprovechar actividades de ATL para asegurar coherencia e integración a través de las comunicaciones por la red.

Se espera que el proveedor va a proponer los elementos básicos que componen el nivel de base.

Diseño, producción y análisis de las matrices de comunicación ROI:

- Para medir la efectividad de la campaña, el proveedor debe implementar el uso del formato LAAM MROI y otros formatos para mantener actualizada la campaña y los resultados de la cada actividad desarrollada.
- Se requiere que el Proveedor se haga responsable de la entrega de las métricas para medir la efectividad de la campaña y el ROI (retorno de la inversión)
- En la definición de estos indicadores, el proveedor será responsable, en colaboración con las otras áreas de Marketing de GM para las siguientes tareas, incluyendo:
 - Definir objetivos precisos de negocio (levantamiento de ventas, volúmenes de ventas, post-venta, renovaciones Chevystar, etc) y los requisitos de presentación de informes
 - Identificar las fuentes de datos
 - Facilitación de la investigación de mercado apropiado
 - Establecer procesos para la presentación de informes, incluyendo calendario
 - Informe de Diseño
 - Informe de producción a un calendario acordado

Se requiere que el proveedor para planificar y poner en marcha las actividades de investigación de mercado que permitan evaluar el impacto y los beneficios de la actividad de campaña - incluyendo la investigación post venta para medir el impacto del programa sobre los compradores. .

Apoyo a las comunicaciones de distribuidor y compromiso; Se solicita al proveedor para participar en los requisitos de evaluación, planificación y ejecución de las comunicaciones de distribuidor y la formación. Este trabajo se llevará a cabo en colaboración con el equipo de GM Colmotores CRM y equipo Dealer Network Marketing, y líder en el mercado también.

Es muy importante para gestionar la formación del distribuidor y hacer conciencia de la importancia de la calidad en la base de datos. Un enfoque particular de esta formación será comunicar la importancia de la gestión de clientes potenciales en ciclo de venta .

Modelo Operativo:

El proveedor deberá presentar una propuesta detallada (incluyendo una matriz Roles y Responsabilidad y procesos) para operar eficazmente con GM Colmotores y sus proveedores, con el departamento de mercadeo y sus proveedores. Se espera que el Proveedor tendrá su sede en Bogotá, así como la sede de GM de Colombia.

Servicios de proveedor:

- Administrador de CRM
- Con Internet y *promoción*
- Con Otros equipos de marketing
- Con Otros departamentos GM Colmotores (posventa, Acdelco y Gmica)
- Agencias y proveedores locales contratados por la Organización Colmotores GM locales
- Agencia de Marketing Directo
- Gestión de datos de proveedores de servicios
- El proveedor será responsable del traslado de las campañas, y el seguimiento de ellas.



7
JAP

- Telemarketing: Este es un servicio que se va a usar, en campañas específicas, que necesita ser controlado directamente por el proveedor de CRM.

El Proveedor deberá diseñar un sistema que le Garantice a GM Colmotores la prestación de este servicio con los más altos estándares profesionales y de calidad. El proveedor deberá documentar y mantener procedimientos en todas las actividades para asegurar la calidad de sus servicios. El proveedor proporcionará un entorno para que GM Colmotores ejecute auditorías de calidad. El proveedor deberá desarrollar una encuesta trimestral para GM Colmotores que aborde la calidad de servicios prestados por GM , procesos y herramientas, de conformidad con el Acuerdo de nivel de servicio. El proveedor tomará las medidas necesarias para aumentar la productividad de los servicios de los profesionales, mejorar su calidad de los resultados y aumentar los niveles de satisfacción de GM Colmotores.

El proveedor para asegurar su calidad debe incluir los siguientes puntos:

- Mantener la calidad de los sistemas de apoyo y procesos consistentes con las prácticas de la industria
- Documentar e implementar procesos de mejora
- Identificar e implementar las mejores prácticas del sector.

Respecto al tema financiero : el proveedor para presentar la factura deberá verificar los cambios o actividades realizadas por GM, preparar un documento con dicha información y enviar el mismo con un archivo en Excel donde se detalle los costos del mes o proyecto y preparar la prefactura para validación y aprobación de facturación por parte de GM Colmotores.

Requerimientos funcionales de GM Colmotores:

Si es requerido por GM Colmotores, el proveedor procesara las facturas de terceros en el momento oportuno, comprobando que los cargos son apropiados para cada lugar de GM Colmotores y proporcionar las facturas a GM Colmotores para el soporte del pago. El proveedor también preparará los documentos de cargo internas y archivos electrónicos para contabilidad. Las facturas por servicios y materiales deben estar respaldadas por una Orden de compra de GM Colmotores, adicional al proceso de registro el proveedor deberá:

- Entender los cambios del proveedor.
- Crear chargeback de la negociación
- Desarrollar una modelo de evaluación
- Hacer seguimiento a los gastos
- Analizar los cambios
- Procesar las facturas
- Crear reportes de los gastos, los cuales podrán ser auditados por GM Colmotores
- GM Colmotores tendrá el derecho de auditar cualquier y todos los procesos asociados a los servicios prestados al cliente (Esto incluirá auditorías financieras y de procesos) Incluye también tercero auditoría proceso de compra delegada.

Medición del negocio: El proveedor definirá con GM Colmotores los parámetros cuantitativos y cualitativos para alinear las funciones del proveedor con los requerimientos del negocio.



Requisito Funcional: El Proveedor proporcionará indicadores cuantitativos y cualitativos para todas las funciones alineados con los requerimientos del negocio. Métricas de negocio responsabilidades del proveedor serán las siguientes:

- Proporcionar informes métrica cualitativa y cuantitativa los requerimientos del negocio.
- Elaborar indicadores cualitativos y cuantitativos.
- Medir el desempeño con métricas. (Por ejemplo: MROI)

Los informes periódicos de gestión: Proveedor presentará propuestas para el proceso de gestión de cuentas y los informes de gestión de soporte, incluidos los requisitos señalados en este documento.

Gestión de Licencias y Cumplimiento: El proveedor describirá cómo va a garantizar el cumplimiento del uso de licencias para software adecuado.

GM Colmotores Requisito Funcional: El proveedor supervisará, auditara y confirmara a GM Colmotores sobre el cumplimiento de la contratación adecuada de licencias de software. El Proveedor es responsable de proporcionar y utilizar el software autorizado para aplicaciones suministradas a GM Colmotores. Cuando proveedor tenga conocimiento de la presencia de software no autorizado en el equipo, El Proveedor notificará oportunamente GM Colmotores y también deberá supervisar el licenciamiento de los servidores donde tenga información de GM Colmotores. Las responsabilidades del proveedor serán las siguientes:

- Proporcionar información periódica de dicha información licencia para GM Colmotores, según sea necesario.
- Los acuerdos de licencia de archivos y la pista de Software.
- Garantizar el cumplimiento de licencias de software.
- Escanear de forma proactiva los equipos para el eliminar el software no licenciado adecuadamente.

Operación de la documentación: El proveedor describirá cómo se va a desarrollar y mantener la documentación actualizada sobre todos los procedimientos y servicios de operaciones. Esto incluye cualquier documentación relacionada usuario final específico de los procedimientos de las operaciones del proveedor. El proveedor confirmará que toda la documentación es de propiedad intelectual de GM Colmotores y que hasta la fecha se pondrá a disposición copias electrónicas e impresas de GM Colmotores.

Requisito Funcional de GM Colmotores: La documentación de Operaciones del Proveedor deberá desarrollar un sistema para la documentación de procesos y documentación basada en Usuario Autorizado para que sea accesible por las tecnologías basadas en la Web. Además, El Proveedor deberá desarrollar la documentación para todos los sistemas y procesos existentes, de modo que sean accesibles. El Proveedor mantendrá la documentación actual en copia dura y blanda en todos los procedimientos de operaciones, servicios, equipos y software para el que proveedor sea responsable. Las responsabilidades del proveedor incluirán la siguiente documentación:

- Los procedimientos y servicios de operaciones de documento.
- Los procedimientos de solicitud de documentos que afectan a las operaciones.
- Los procedimientos de usuario del documento autorizado que afectan las operaciones.
- El mantenimiento de documentación.
- El Proveedor desarrollará y mantendrá toda la documentación de la cual es responsable, y estará sujeto a la revisión y aprobación de GM Colmotores, Al proveedor lo podrá auditar GM Colmotores periódicamente para verificar que la documentación este completa y esté presente, organizada, legible y actualizada. Los resultados de la auditoría resultantes serán archivados en



GM Colmotores y se tendrán en cuenta dentro del proceso de calificación o evaluación. Cuando se compruebe que la documentación es inexacta (por ejemplo, errónea u obsoleta), El Proveedor corregirá dicha documentación a la mayor brevedad.

- En la medida el proveedor es de otra manera responsable para prestar apoyo, asesoramiento y asistencia a los usuarios autorizados para consultar los documentos. Toda la documentación que lleva Proveedor será objeto de aprobación por GM Colmotores y que cumplen con los estándares de documentación acordados entre GM Colmotores y Proveedor.
- EL Proveedor mantendrá en físico y en digital lo informes de resultados, artes de cada campaña y presentará al finalizar cada año un documento donde se incluya esta información.

Normas de Desempeño y Niveles de Servicio: Respecto a los compromisos de nivel de servicio, el proveedor se debe comprometer en:

1. En lo que respecta de SLA, el proveedor debe asegurar los niveles de restitución, sin niveles ralladores del 10%, la efectividad de una campaña debe ser mayor que 1% y la entrega a tiempo.
2. El proveedor proporcionará una descripción de todas las herramientas y métricas propuestas que serán utilizados para medir y evaluar los niveles de servicio. Las cuales serán revisadas y aprobadas por GM Colmotores.
3. El proveedor describirá su compromiso y enfoque para proporcionar la mejora continua y proporcionará algunos ejemplos de cómo podría funcionar este enfoque.
4. El proveedor describirá un proceso que permite a las empresas GM Colmotores para proporcionar entrada de personal de la evaluación del desempeño. Esta entrada debe ser utilizada como parte del sistema de personal recompensa.

GM Colmotores - Nivel de Servicio Requisitos:

El nivel del proveedor será en todo momento estar en consonancia con los estándares industriales aceptables y cumplirá con los niveles de servicio específicos identificados en el contrato. Créditos de servicio se aplicarán en caso de que los niveles de servicio no se logran.

El proveedor debe confirmar que, a menos que se especifique lo contrario, proporcionará una solución que soporta todos los procesos de negocio que se describen en esta declaración de GM Colmotores de trabajo y su. El proveedor describirá su compromiso y enfoque para proporcionar la mejora continua y describir cómo funcionará este enfoque.

Proveedor se reunirá regularmente con GM Colmotores para entender las necesidades de negocio actuales y futuros relacionados con GM Colmotores, por lo que el proveedor puede ser proactivo en la propuesta y la prestación de servicios de apoyo adecuados para satisfacer esas necesidades. Además, el proveedor se reunirá regularmente con otras empresas de abastecimiento para garantizar que los servicios se prestan a GM Colmotores en forma coordinada.

Los servicios prestados por el Proveedor serán tan oportuna y rentable como GM Colmotores momento, experiencias, o mejorado cuando se especifique.

El Proveedor en el curso de la prestación de estos servicios, utilizará su experiencia y conocimiento para evaluar posibles mejoras de sus servicios y los de otros proveedores relacionados para identificar los posibles métodos para la realización de las reducciones de costos.

Personal de gestión del proveedor asignado a GM Colmotores serán plenamente calificados y certificados profesionalmente en su caso, y se dedica a realizar los servicios y funciones que se requieren.

Matriz de responsabilidad: El Proveedor deberá completar el siguiente cuadro identificando la división propuesta de responsabilidades por parte de procesos de negocio clave. El proveedor deberá



[Handwritten signature]

asegurarse de que todas las tareas pertinentes se incluyen y se agrupan dentro de las categorías lógicas. Para cada tarea, el proveedor también debe identificar el tipo de responsabilidad de cada organización se indica a continuación. El cual será anexo al presente documento.

Columnas de Responsabilidad:

GMCOL= GM COLMOTORES/

RMA = La Estacion

Otros = Terceros

Clave: R = Responsable S = Soporte A = Aprobación I = para Información

No	TAREAS	GMCOL	RMA	OTROS
Categoría 1: Estrategia				
1 Apertura de Proyectos				
2	Diligenciamiento Brief	R	I	I
3	Asignación de Presupuestos	R	I	I
4	Consolidación de requerimientos entre los departamentos	R	I	I
5	Entrega de recursos gráficos e informativos	R	I	I
6	Capacitaciones de producto y/o servicio	R	I	I
7	Verificación del Brief	R	R	I
8	Planeación Estratégica	I	R	I
9	Planeación Diseños	I	R	I
10	Diseño Piezas	I	R	I
11	Presentación Propuestas	I	R	I
12	Presentación Propuestas hacia todos los departamentos	R	S	I
13	Validación Propuestas	A	I	I
14	Agrupación de ajustes	R	I	I
15	Ajustes Propuestas	I	R	I
16	Presentación de los ajustes propuestas	I	R	R
17	Creación ficha de campaña	I	R	I
18	Control presupuestal	A	R	S
Categoría 2: Comunicación				
1	Comunicación interagencias	I	R	I
2	Coordinación de reuniones	I	R	I
3	Publicación Resultados	I	R	S
4	Retroalimentación Procesos	R	R	R
5	Comunicación con concesionarios	R	S	I
Categoría 3: Implementación				
1	Desarrollo Tecnología	I	R	S
2	Entrega de Datos	R	S	I
3	Verificación calidad de los datos.	I	R	S
4	Planeación y producción	I	R	R
5	Presentación propuestas proveedores	I	R	R
6	Verificación propuestas proveedores	A	R	S
7	Generación de ordenes de compra	R	I	I
8	Facturación	I	R	R
Categoría 4: Control y Seguimiento				
1	Seguimiento Resultados	R	R	R
2	Monitoreo indicadores - Actualización	S	R	R
3	Desarrollo plan de acción	R	R	R
4	Agrupación de resultados	S	R	S
5	Actualización sistema de información	S	R	S



Aprobación del personal: GM Colmotores tendrá la posibilidad de entrevistar, aprobar o solicitar el cambio del personal que El proveedor contrate para la prestación del servicio a favor de GM Colmotores.

El proveedor deberá obtener aprobación para cambiar o reasignar el personal que el proveedor designara para la prestación de dicho servicio en GM Colmotores.

Cada dos meses GM Colmotores podrá evaluar el desempeño del personal que el proveedor ha asignado a GM Colmotores para la prestación de este servicio con el fin de mejorar los procesos y hacer seguimiento de los mismos.

Reportes: GM Colmotores trabajará con el proveedor para desarrollar un conjunto de reportes para la implementación de servicios, de facturación y demás que se requerirán al para proporcionar de forma periódica. GM Colmotores prefiere un sistema de información gráfica en lugar de informes en papel.

El proveedor podrá proponer formatos a GM Colmotores para su revisión y aprobación.

GM Colmotores determinará la frecuencia de los informes y el Proveedor deberá proporcionarlos en consecuencia.

El proveedor enviará un informe completo antes y después de cada campaña o iniciativa, y al final de cada actividad un resumen de la actividad, con las mejores prácticas y planes correctivos.

El proveedor debe entregar a comienzo del siguiente año, un reporte con todas las estrategias implementadas durante el año anterior, el cual deberá ser aprobado y revisado por GM Colmotores.

Continuidad de Negocios: El proveedor debe identificar su proceso de continuidad de negocio y planes de apoyo que serían aplicables en caso de una interrupción del servicio no voluntario.

Cada una de las Partes deberá mantener durante la vigencia del contrato todos los registros necesarios, actuaciones, notificaciones y consentimientos apropiados de los Interesados. El proveedor está obligado a obtener y mantener conforme a la ley la información suministrada con el fin de realizar una adecuada protección de los datos.

En el Caso de las Campanas, Promoción o concurso, el proveedor debe proporcionar el Asesoramiento Jurídico Sobre las Condiciones y Términos de la Campana, las cuales GM Colmotores deberá validar con el departamento Jurídico GM local.

El proveedor y sus terceros involucrados, deben aplicar la norma de protección de datos con el fin de realizar una adecuada Conservación y Tratamiento de los Datos.

El proveedor reconoce que es el responsable de los datos que posee y tiene derecho a mantener el control sobre los datos y debe seguir las instrucciones generales o individuales proporcionados por GM.

GM proporcionara al responsable (La Estacion) de los datos después de la solicitud toda la información necesaria acerca de la publicación de los datos transferidos, en concreto, pero no limitado a, donde se almacenan los datos, quién tiene acceso a los datos y por qué, qué medidas de seguridad son tomadas, multas si utilizan los datos, para otras actividades no autorizadas por GM, tiempo de manejo de los datos, si se mantienen en los sistemas de información.



JAL

Se enviará al GM de los datos la información que necesite teniendo en cuenta las políticas de Backups y las políticas de seguridad de acceso a datos y plantillas de seguimiento a modificaciones en las bases de datos.

Las Partes convienen en que el tratamiento de los datos por el procesador de datos sólo será para el propósito de proporcionar los Servicios, así como cualquier otro uso acordado por escrito por el responsable de los datos

El procesador de datos además concuerda a restringir la divulgación de los datos con los de sus directores, funcionarios o empleados ("Empleados") que tienen la necesidad de conocer esos datos con la finalidad de prestar los Servicios. El Procesador de Datos asegurará que cualquier empleado a quien se da a conocer un dato se hace consciente de los contenidos del Acuerdo y de la naturaleza confidencial y de propiedad de los datos y de imponerles la obligación de observar el presente acuerdo y cualquier otro acuerdo requerido de conformidad con las Leyes de Protección de Datos. En cualquier caso, el procesador de datos aceptará responsabilidad completa por cualquier incumplimiento de este Acuerdo por cualquiera de los empleados como si los empleados estuvieran obligados directamente por el presente Acuerdo y garantizado sus obligaciones.

El procesador de datos corregirá cualquier error o inexactitud en los datos que se descubran mediante la inserción de la información, si tiene razones para creer que es genuina y que la información correcta, proporcionará a GM el fichero con las actualizaciones y revisiones de todos los datos que son causados, creados o determinados por el procesador de datos.

Los datos se transfieren entre las partes en forma escrita, en los sistemas computarizados, en archivos electrónicos, o en una reunión o serie de reuniones, con el propósito de cumplir con todos los requisitos legales y administrativos contractuales relacionados con los Servicios.

Una vez finalizado el uso de los datos, o en cualquier momento en que lo solicite el responsable de los datos, el procesador de datos debe:

Dentro de los 3 días hábiles a entregar al responsable del fichero, ya que puede especificar todos los datos, incluyendo los materiales derivados de ellos (excepto los datos propios del Procesador) capaces de entregar la elección del Contralor de datos, destruir o borrar permanentemente o, si no es posible, no permitir el acceso a todos los datos que no es capaz de la entrega y certificar por escrito en cuanto a sus acciones.

Lo anterior exige la devolución o destrucción de cualquier dato que sea necesario y será conservado por la ley o por cualquier organismo regulador o judicial siempre que las obligaciones de los responsables que figuran en el presente Acuerdo en relación con dicha información retenida continuará sin límite en tiempo.

Provisiones Adicionales:

El procesador de datos acepta el derecho del interventor de datos de terminar este Acuerdo y los servicios de El procesador de datos inmediatamente sin previo aviso y sin indemnización si el procesador de datos se encuentra en violación de las Leyes de Protección de Datos.

Cada parte deberá defender, indemnizar y mantener a la otra parte, por y contra cualquier pérdida incurrida por la otra parte en la medida que surja de o como resultado de una reclamación por un empleado o un tercero que la parte que indemniza no cumple con cualquier disposición de este Anexo.



En caso de que cualquiera de las partes esté obligada a pagar una multa impuesta por cualquier autoridad, como resultado de una violación de las leyes de protección de datos, como resultado de un incumplimiento de las obligaciones de la otra parte en virtud del presente Acuerdo, la parte incumplidora indemnizará al otra parte de la pena pagar y todos los gastos legales razonables incurridos en relación con la violación.

En el caso de una disputa que surja de o esté relacionada con este documento, las Partes buscarán una solución amistosa. Si las negociaciones de buena fe no logran resolver la disputa dentro de 1 mes desde la notificación por una Parte a la otra de una disputa, entonces cualquiera de las Partes podrá, mediante notificación por escrito, estipular que no han sido capaces de llegar a una solución amistosa y en consecuencia dicha disputa mayo resolverse de conformidad con los recursos disponibles para dicha Parte.

En el caso de que el procesador de datos reciba o acceda a cualquier "información confidencial" de conformidad con la prestación de los Servicios, el procesador de datos deberá devolver inmediatamente tales datos confidenciales sin uso adicional, la posesión o el tratamiento de los mismos de cualquier tipo, a menos que y únicamente en la medida en que tiene recibido la autorización expresa por escrito previa del responsable de los datos en cuanto a su uso, posesión o tratamiento de dichos datos sensibles, y entonces sólo deberá utilizar, poseer y tratar los datos sensibles de conformidad con dicha autorización y de acuerdo con las Leyes de Protección de Datos.

PARÁGRAFO PRIMERO: Todo lo anterior se desarrollará de acuerdo con la oferta presentada por **LA ESTACIÓN** en el mes de septiembre del año 2014 la cual hace parte integral del presente contrato, y de acuerdo con la solicitud de servicios que **GM** realice a **LA ESTACIÓN** en virtud del presente contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO: LAS PARTES declaran que los servicios objeto del presente Contrato no son utilizados como instrumento para el ocultamiento, manejo, inversión o aprovechamiento en cualquier forma de dinero u otros bienes provenientes de actividades delictivas, o para dar apariencia de legalidad a las transacciones y fondos vinculados con las mismas, obligándose a cumplir lo establecido en la Circular Externa No. 100-000005 del 17 de junio de 2014 proferida por la Superintendencia de Sociedades en relación con el Sistema de autocontrol y gestión del riesgo LA/FT y reporte obligatorio de la información a la UIAF.

LA ESTACIÓN declara que **GM** no es su único cliente y que su capacidad instalada no está relacionada única y exclusivamente con los trabajos a realizar para **GM**, sin embargo se compromete a poner su mejor esfuerzo para cumplir, dentro del menor término posible, cualquier solicitud de información por parte de **GM** que esté relacionada con el cumplimiento de las normas vigentes sobre Prevención de Lavado de Activos.

PARÁGRAFO TERCERO: LAS PARTES declaran que **GM**, como único beneficiario de las campañas publicitarias que se adelantarán en desarrollo del presente Contrato, será el único responsable por las reclamaciones relativas a dichas campañas.

Segundo. MATERIALES: Los materiales, el o los software, equipos de trabajo y demás elementos requeridos para el desarrollo de los servicios objeto de este Contrato, serán por cuenta y riesgo de **LA ESTACIÓN**, por lo que **GM** no responderá en ningún caso por daños causados en estos materiales, y **LA ESTACIÓN** se compromete a mantenerla indemne por cualquier reclamación o



acción legal que se presente por el uso de Software o por el pago de implementación de las herramientas informáticas del mismo.

PARÁGRAFO PRIMERO: LAS PARTES acuerdan que los derechos de propiedad intelectual que **LA ESTACIÓN** ostente sobre el o los software que vayan a ser utilizados en el desarrollo del presente contrato serán exclusivamente de **LA ESTACIÓN** sin que la firma del presente Contrato otorgue a **GM** algún tipo de derecho sobre los mismos.

Tercero. PRESTACIÓN DEL SERVICIO.- LA ESTACIÓN se obliga a:

1. Asignar el personal adecuado y calificado para la ejecución de los servicios objeto del presente Contrato, de conformidad con la oferta realizada por **LA ESTACIÓN** a **GM** en el mes de septiembre del año 2.014, personal que estará bajo la absoluta y única dependencia y dirección de **LA ESTACIÓN**;
2. Realizar las actividades descritas en el objeto del presente Contrato que se detallan en el presente documento.
3. Presentar los resultados de cada trabajo realizado, dentro de los ocho días calendario siguientes a la realización de la labor mediante reporte escrito enviado a las personas autorizadas en el marco del presente contrato por GM.

Cuarto. OBLIGACIONES DE GM: GM a través de los encargados de cada actividad de mercadeo para CHEVROLET (vehículos, posventa, buses y camiones) se compromete a:

1. Suministrar información suficiente de cada solicitud que le realice **LA ESTACIÓN**, utilizando formatos de *informes* y anexos a estos, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la solicitud de información o requerimiento de documentos hecho por **LA ESTACIÓN**.
2. Entregar las listas necesarias para la ejecución de las campañas de adquisición y lealtad de clientes, con base en los acuerdos estratégicos definidos entre **GM** y **LA ESTACIÓN**, en todo caso con cinco (5) días hábiles de anterioridad a la fecha de ejecución de la campaña.
3. Mantener bajo confidencialidad y reserva todos los datos; metodologías, informaciones y procesos de propiedad de **LA ESTACIÓN**.
4. Abstenerse de utilizar la información confidencial para cualquier fin diferente al contemplado en el desarrollo del objeto del Contrato , sin autorización previa de **LA ESTACIÓN**.
5. Instruir a cada uno de sus empleados, funcionarios, representantes o asociados, sobre el carácter confidencial y adecuado manejo de la información que reciben de **LA ESTACIÓN**.
6. Abstenerse de efectuar cualquier reproducción o divulgación de la información confidencial, de este contrato y de las negociaciones que de ésta se originen, sin el acuerdo previo y por escrito de **LA ESTACIÓN**.



QUINTA: PRECIO Y FORMA DE PAGO.- Como precio máximo de los servicios objeto de la presente oferta, **GM** pagará, durante tres años contados a partir de la firma del Contrato a **LA ESTACIÓN** la suma de VEINTIDÓS MILLONES CUATROCIENTOS SETENTA Y DOS MIL OCHOCIENTOS PESOS MONEDA LEGAL COLOMBIANA (**\$22'472.800**) mensuales más IVA, para Acdelco pagará, durante tres años contados a partir de la firma del Contrato a **LA ESTACIÓN** la suma de NUEVE MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS PESOS MONEDA LEGAL COLOMBIANA (**\$9.686.400**) mensuales antes de IVA.

Dentro de la negociación se establecen las siguientes tarifas para Producción, las cuales aplicaran durante la duración del contrato.

	DETALLE	DESCRIPCIÓN	Costos Unitarios
FULFILLMENT	Personalización Carta Con Papel	Personalizar carta con saludo, nombre y campos adicionales en papelería producida o entregada al cliente. Independiente al número de campos	80
	Personalización Carta Sin Papel	Personalizar carta con saludo, nombre y campos adicionales en papelería suministrada por la agencia. Independiente al número de campos	50
	Rotulación y empaque Tipo A	Insertar en bolsa pieza personalizada e impresión y pegue de rótulo	174
	Rotulación y empaque Tipo B	Insertar en bolsa, pieza personalizada, una (1) pieza adicional, e impresión y pegue de rótulo	140
	Rotulación y empaque Tipo C	Insertar en bolsa, pieza personalizada, plegar pieza, insertar pieza adicional, pegar muestra sachet e impresión y pegue de rótulo	170
	Rotulación y empaque Tipo D	Insertar en bolsa contenedor, insertar en contenedor: pieza personalizada, plegar pieza, insertar pieza adicional, pegar muestra sachet e impresión y pegue de rótulo	170
	Impresión Label	Personalización e impresión de stickers de piezas o de bonos con información de clientes.	70
PRODUCCIÓN (por año)	ACCIONES TMK	Corresponde al uso de cabinas de tele mercadeó. Cubre la posición física del operador PERFIL BASICO (operador de la operación normal del <i>contact center</i>), el módulo de administración de las llamadas, y el consumo telefónico a celulares y locales. POR HORA	15.469



16
JAQ

		Corresponde al uso de cabinas de tele mercadeó. Cubre la posición física del operador PERFIL PREMIUM (profesional para campañas específicas de ciertos segmentos top), el módulo de administración de las llamadas, y el consumo telefónico a celulares y locales. POR HORA	20.118
DATA MINING	ADMINISTRACION CAMPAÑAS	Corresponde al tratamiento de homogenización, estandarización y procesamiento de las bases que se utilizan para el envío de los correos directos, estudios sobre la base de datos. (En HORA)	25.000
	DATA HYGENE_DEPURACION Y DESDUPLICACIÓN DE DATOS	30.000	
	DATA MINING		35.000
	Calidad de bases de datos	Revisión mensual del cargue y corrección de registros con errores de digitación para cargue en la base de datos de CRM (Hasta 60000 registros por mes)	2.902.818
	Envío emailings	Envío de emails al año,	20
	Digitación cupones por campos	Digitación de cada campo de cupones para rifas, incluye calidad de la información. (Valor por cada Campo)	28
ENVÍOS	Envíos Locales - Sin volumen	Masivo. Correo Plano Tamaño Max. Carta con Peso Max. de 250 gr	405
	Envíos Nacionales - Sin Volumen	Masivo. Correo Plano Tamaño Max. Carta con Peso Max. de 250 gr	405
	Envío Poblaciones- Sin Volumen	Masivo. Correo Plano Tamaño Max. Carta con Peso Max. de 250 gr	455
	Envío Local- Amorfos	Masivo con Volumen. Tamaño Max 1/2 Carta volumen 5 cm y peso Max 500 gr	829
	Envío Nacional- Amorfos	Masivo con Volumen. Tamaño Max 1/2 Carta volumen 5 cm y peso Max 500 gr	970
	Envío Poblaciones- Amorfos	Masivo con Volumen. Tamaño Max 1/2 Carta volumen 5 cm y peso Max 500 gr	1.921

PARÁGRAFO PRIMERO. Además de lo anterior, **GM**, se obliga a pagar a **LA ESTACIÓN** los costos de producción de las diferentes actividades que se realicen. Una vez culminada la prestación del servicio, y aprobado por el representante que haya sido designado por **GM** para el efecto, **LA ESTACIÓN** presentará a **GM** la factura que además, incluirá los costos de producción de las diferentes actividades que se realicen **con una comisión del 7% más IVA previa aprobación del equipo de GM.**



17
JAG

PARÁGRAFO SEGUNDO. Una vez el representante de **GM** haya aprobado los servicios prestados, y **LA ESTACIÓN** haya presentado su factura, **GM** contará con cuarenta y siete días calendario (47) contados desde la fecha de la presentación de la factura, cuenta de cobro o relación de gastos, para pagar a **LA ESTACIÓN** la suma adeudada.

Si pasados los cuarenta y siete días (47) calendarios a los que se hace referencia en el parágrafo anterior **GM** no ha pagado la suma adeudada a **LA ESTACIÓN**, se entenderá que se encuentra en mora sin necesidad de realizar ningún tipo de requerimiento judicial, y deberá pagar a **LA ESTACIÓN** los intereses correspondientes a la tasa máxima legal certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Previa aprobación de **GM**.

Quinto. **DESARROLLOS ADICIONALES:** cualquier requerimiento adicional no incluido en el contrato, como por ejemplo; desarrollos tecnológicos, digitales que incluyan programación, se cotizarán por separado con una comisión del 7% más IVA. Previa validación y autorización de **GM**.

PARÁGRAFO PRIMERO. En todos los casos **LA ESTACIÓN** presentará a **GM**, cuando esta última así lo requiera, las cotizaciones de viajes, toma de fotografías, producción impresa, producción digital, envíos, *merchandising*, producción de materiales específicos, entre otros con una comisión del 7% más IVA para **GM**.

PLAZO.- El presente contrato tendrá una duración desde el primero (1) de enero de 2.015 hasta el treinta y uno (31) de diciembre del año 2.017, el cual podrá darse por terminado, antes de la expiración del plazo, unilateralmente, sin ninguna multa o sanción para las partes, por mutuo acuerdo, o de conformidad con las reglas que se exponen en la siguiente clausula.

Sexto. TERMINACIÓN DEL CONTRATO. En todo caso, el presente acuerdo podrá darse por terminado, antes de la expiración del plazo, por mutuo acuerdo, o de conformidad con las reglas que se exponen a continuación:

7.1. Cualquiera de las partes podrá dar por terminados los servicios objeto del presente Contrato, en cualquier tiempo y sin que medien circunstancias especiales, con el solo aviso realizado con sesenta (60) días calendario de anticipación, informando a la otra parte por escrito sobre la terminación unilateral sin lugar a indemnización alguna.

PARÁGRAFO PRIMERO: A la ocurrencia de una causal de incumplimiento por alguna de las partes de cualquiera de las obligaciones a su cargo, evento en el cual podrá a su elección la parte cumplida otorgarle un término para sanear el incumplimiento o terminar el Contrato una vez le comunique su intención de darlo por terminado con un plazo de sesenta (60) días calendario, sin que ello dé lugar a la indemnización de perjuicios a favor de ninguna de las partes.

7.2. En el caso en el que alguna de las partes no pueda seguir desarrollando su objeto social como consecuencia de una orden de una autoridad competente.

7.3. En el caso en que alguna de las partes, adquiera mala reputación por hechos no imputables a la otra parte.

7.4. En caso de insolvencia, quiebra o acuerdos de reestructuración en los cuales entre o se vea forzada a entrar cualquiera de las partes por orden de autoridad competente.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Salvo pacto expreso en contrario, queda entendido que en cualquier caso de resolución anticipada, **LAS PARTES** cumplirán con sus obligaciones pendientes hasta la fecha de terminación.

Séptimo. IMPUESTO A LAS VENTAS.- El impuesto a las ventas que se origine en razón de la ejecución de los servicios contemplados en el presente contrato se liquidará y registrará dentro de la facturación.

Octavo. INDEPENDENCIA Y NO REPRESENTACIÓN.- Entre **GM** sus funcionarios y **LA ESTACIÓN** y los funcionarios designados por esta última para prestar los servicios ofrecidos, así como respecto de las demás personas que intervengan en el desarrollo de este contrato, no existirá ningún vínculo laboral. En consecuencia, **LA ESTACIÓN** asumirá toda la responsabilidad que le corresponda como único empleador del personal que llegare a utilizar, siendo de su cargo los salarios, prestaciones sociales, indemnizaciones, honorarios y demás obligaciones. **LA ESTACIÓN** no representa a ningún título a **GM**, ni **GM** representa a ningún título a **LA ESTACIÓN**. Por lo anterior, las partes declaran que la relación entre ellos se limita a la ejecución de un contrato de prestación de servicios, por lo que entre ellas no existe una relación de Joint-Venture, agencia comercial, sociedad de hecho o cualquier otra figura similar.

Noveno. APROBACIÓN DE CUENTAS.- **LA ESTACIÓN** presentará las respectivas cuentas de cobro o facturas de acuerdo con el procedimiento establecido por **GM** para esos efectos, utilizando el conducto regular para la aprobación y radicación de las mismas.

Décimo. DERECHO DE RETENCIÓN.- Cuando en el desarrollo de los servicios objeto del presente Contrato se configure incumplimiento de las obligaciones contraídas por parte de **LA ESTACIÓN**, incumplimiento comprobado por cualquier autoridad competente, **GM** podrá retener las sumas que en este momento adeude a **LA ESTACIÓN**, así como realizar los pagos directamente ante las entidades o autoridades que así lo decreten y ordenen hasta cuando se cumpla la obligación pendiente por parte de **LA ESTACIÓN**.

PARÁGRAFO PRIMERO.- **GM**, antes de proceder con la retención de sumas expuestas en el numeral anterior, notificará a **LA ESTACIÓN** para que en un periodo no mayor a quince (15) días hábiles **LA ESTACIÓN** subsane su incumplimiento.

Undécimo. CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN.- **LA ESTACIÓN** se obliga a cumplir directamente los servicios contemplados en el presente contrato y no podrá cederlos o subcontratarlos, en todo o en parte, sin la autorización previa y escrita de **GM**.

PARÁGRAFO PRIMERO: La contratación, por parte de **LA ESTACIÓN**, de personas expertas para la efectiva y eficiente realización de los servicios objeto del presente contrato no se entenderá como una cesión o subcontratación. Por tal motivo, esta contratación no requerirá autorización de **GM**. **LA ESTACIÓN** garantizará que la contratación de expertos se hará de forma que ofrezca estabilidad en la ejecución de la prestación de los servicios objeto de esta oferta y mantendrá indemne a **GM** por cualquier reclamo, acción judicial o en general cualquier tipo de acción legal que se pueda originar por parte de los mismos.

Duodécimo. ARBITRAMIENTO.- Toda controversia o diferencia relativa a este contrato, que no haya podido ser resuelta por medio del arreglo directo o la conciliación previamente, se resolverá por

un Tribunal de Arbitramento, que se sujetará al reglamento del Centro de Arbitraje y conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, de acuerdo con las siguientes reglas:

i) El tribunal estará integrado por un árbitro (1) designado por las partes de común acuerdo. En caso de que no fuere posible, el árbitro será designado por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, a solicitud de cualquiera de las partes; *ii)* el Tribunal decidirá en derecho; *iii)* los costos del mismo serán cubiertos por la parte vencida.

Decimotercero. CONFIDENCIALIDAD Y EXCLUSIVIDAD DE LA INFORMACIÓN.

LA ESTACIÓN se compromete a guardar absoluta reserva sobre **toda** la información que conozca en desarrollo de los servicios ofertados, tanto como parte del objeto del mismo, como la que incidentalmente conozca en razón de su relación con **GM**. De la misma manera, **GM** se compromete a guardar absoluta reserva sobre la información que conozca de **LA ESTACIÓN**.

El incumplimiento de cualquiera de estas limitaciones, será causa justa para dar por terminados los servicios objeto del presente contrato sin que haya lugar a indemnización por la terminación a la parte incumplida, sin perjuicio de que la parte cumplida pueda dar inicio a las acciones legales a que haya lugar como consecuencia de dicho incumplimiento.

LA ESTACIÓN se compromete a suscribir un Acuerdo de Confidencialidad con los terceros a los que proporcione información que conozca en el desarrollo de los servicios objeto de este contrato, previa aprobación de **GM**, y entregar una copia a **GM** de la información proporcionada a un tercero en el marco del presente contrato.. La obligación de confidencialidad se mantendrá vigente por un término de 5 años más contados a partir de la fecha de terminación de este contrato o de cualquiera de sus prórrogas en caso tal que llegaren a suscribirse, fecha desde la cual **LA ESTACIÓN** se compromete a no guardar ninguna información de **GM** y a devolver a la misma, cualquier documento que se defina como confidencial, entre ellas las listas de clientes de **GM**, marcada con todos los contactos y campañas realizados con los clientes y su estructura (modelo entidad relación) y todo tipo de información que **GM** le haya proporcionado a **LA ESTACIÓN** para el desarrollo de los servicios ofertados, así como los elementos y documentos que sean producto de la ejecución de tales servicios.

Decimocuarto. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Se entiende por Información Confidencial en los términos de este Contrato, toda la información de clientes, personal, técnica, financiera, comercial, jurídica y en general cualquier información que revele **GM** a **LA ESTACIÓN** o viceversa, en desarrollo del presente Contrato, siempre que dicha información no sea pública y se hayan tomado las medidas necesarias para protegerla.

PARÁGRAFO PRIMERO: Conforme a lo anterior, **LAS PARTES** acuerdan que independientemente de quien reciba la información confidencial se comprometen a:

1. Mantener bajo confidencialidad y reserva todos los datos; metodologías, informaciones, procedimientos, ideas, precios, estrategias de mercado y detalles relacionados con los negocios administrados por **GM** o por **LA ESTACIÓN**.
2. Abstenerse de utilizar la información confidencial para cualquier fin diferente del aquí previsto, sin autorización previa de **GM** o de **LA ESTACIÓN**.

3. Instruir a cada uno de sus empleados, funcionarios, representantes o asociados, sobre el carácter confidencial y adecuado manejo de la información que reciben.
4. Abstenerse de efectuar cualquier reproducción o divulgación de la información confidencial, sin el acuerdo previo y por escrito de **GM** o de **LA ESTACIÓN**.
5. Mantener bajo reserva cualquier información adicional elaborada por sus empleados, asesores o consultores, con base en la información entregada por **GM** o por **LA ESTACIÓN**.

PARÁGRAFO SEGUNDO. RESPONSABILIDAD: **LA ESTACIÓN** y **GM** serán responsables por cualquier uso inadecuado de la información confidencial de la otra parte, así como de cualquier reproducción o divulgación no consentida de la misma.

PARÁGRAFO TERCERO. PROPIEDAD: **LAS PARTES** reconocen que la información que le sea proporcionada en virtud del presente Contrato, es de propiedad de quien la suministre y permanecerá siéndolo, mientras no medie acuerdo en contrario entre **GM** y **LA ESTACIÓN**. No se permite ningún uso distinto al previsto en el presente acuerdo, ni éste implica la cesión efectiva de ningún derecho.

PARÁGRAFO CUARTO. CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS SOBRE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES. Se obligan las partes por medio del presente contrato que darán cumplimiento a todas las disposiciones relacionadas con la protección y el tratamiento de datos personales, manteniendo indemne a la otra parte de cualquier reclamación, petición o reclamo que sea presentada frente a una de ellas por parte de persona natural o autoridad de control de ser el caso. Así mismo darán cumplimiento a lo establecido en la Ley 1266 de 2008, 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013 y cualquier otra norma que los aclare, modifique, adicione o derogue.

Decimoquinto. PROPIEDAD INTELECTUAL. **LA ESTACIÓN** acepta y reconoce la titularidad del derecho de propiedad industrial que detenta **GM**, sus accionistas y las filiales de los mismos, incluyendo sus socios, clientes, aliados estratégicos públicamente anunciados y/o proveedores sobre su imagen corporativa, publicidad, logotipo, marcas etiquetas, nombres comerciales, diseños, patentes y avisos comerciales, iguales o similares a los que amparan sus productos por lo tanto, en éste acto se obliga a no hacer uso de los derechos de propiedad intelectual de **GM** con cualquier fin sin previa autorización por escrito por parte de **GM**.

Asimismo, **GM** acepta y reconoce la titularidad del derecho de propiedad industrial de **LA ESTACIÓN** sobre sus marcas, etiquetas, metodologías, bases de datos, nombre comercial, diseños, patentes, avisos comerciales, iguales o similares a los que amparan sus productos por lo tanto, en éste acto se obliga a no hacer uso de los derechos de propiedad intelectual de **LA ESTACIÓN** con cualquier fin, sin previa autorización por escrito por parte de **LA ESTACIÓN**.

Decimosexto. NOTIFICACIONES.- Todos los avisos, notificaciones y comunicaciones que en relación con el presente Contrato que deban enviarse entre **LAS PARTES**, se efectuarán por escrito y se enviarán a cada uno de los representantes legales por correo certificado con acuse de recibo o se entregarán por cualquier otro medio que asegure en forma fehaciente que el destinatario recibió la comunicación en su respectivo domicilio, el cual hasta en tanto no se reciba comunicación en contrario, se entiende que es el precisado en los párrafos siguientes. Cada una de las partes puede comunicarse con la otra por medios electrónicos y dicha comunicación se acepta como si fuese por escrito y firmada en la medida en que lo permita la ley aplicable. La presencia de un código que identifique al usuario en un documento electrónico es suficiente para verificar la identidad del



*JR
JAL*

remitente y la autenticidad del documento. Cualquiera de las Partes podrá en cualquier momento cambiar su domicilio, fax, teléfono y/o e-mail para notificaciones informando por escrito a la otra Parte de tal cambio conforme a lo dispuesto en esta cláusula.



- A GM COLMOTORES S.A.: Calle 56^a sur No. 36 A - 09, Nilson López, Nilson.l.martinez@gm.com y/o Diana Reinoso, diana.reynoso@gm.com.
- A LA ESTACIÓN S.A.S.: CALLE 71 No 6-57 Piso 2 Claudia Elena Cardona claudia.cardona@grupolaestacion.com

Decimoséptimo. **VALIDEZ DE ESTIPULACIONES.**- Si cualquiera de las manifestaciones contenidas en este Contrato o el texto parcial de una de ellas se declara nula, ininteligible o en conflicto con la ley, la validez de las demás no será afectada por tal declaración. En este caso, las partes se comprometen a realizar negociaciones de buena fe para acordar una nueva estipulación que fuere mutuamente satisfactoria para ellas, que sustituya la estipulación inválida y hasta donde fuere posible, de efecto válido a las intenciones contenidas en este Contrato.

Decimoctavo. **ACUERDO TOTAL.** - El presente Contrato constituye el acuerdo total entre LAS PARTES y deja sin efecto cualquier comunicación sostenida o acto celebrado previamente entre LA ESTACIÓN y GM en relación con el acuerdo celebrado en el presente contrato.

Decimonoveno. **LIQUIDACIÓN.- LAS PARTES** acuerdan que la liquidación del presente Contrato estará a cargo de LA ESTACIÓN.

Vigésimo. **LEY APPLICABLE.**- El presente Contrato se regirá por leyes vigentes de la República de Colombia.

Para constancia se firma en la ciudad de Bogotá a los 23 días del mes de abril de dos mil quince (2015), en dos (2) ejemplares originales del mismo tenor, con destino a las partes contratantes

RENE ALEJANDRO BARRERA ALVAREZ
Representante Legal
LA ESTACIÓN

ALEJANDRO JARAMILLO CORTES
Representante Legal
GM

GM G. RAMIREZ
Legal & Fin. Gob.

