

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. **000106** DE 2013
CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN –
ERICKSON CORPORATION S.A.

Entre los suscritos a saber: **GILBERTO QUINCHE TORO**, mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía número 19.497.294 expedida en Bogotá D.C., quien en calidad de **PRESIDENTE**, nombrado mediante Decreto 2046 del 10 de junio de 2008 posesionado según acta No. 1810 de junio 12 de 2008, debidamente autorizado y posesionado ante la Superintendencia Financiera de Colombia, obrando en nombre y Representación Legal de **POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.**, entidad estatal que para los efectos del presente contrato se denominará **POSITIVA** con Nit **860.011.153-6**, y por la otra, **LUIS EDUARDO CEDEÑO IZQUIERDO**, también mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía No. 19.234.539 expedida en Bogotá, quien obra como primer suplente del Representante legal de la empresa **MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.** N.I.T. 860.006.628-2, quien para los efectos del presente contrato se denominará **EL CONTRATISTA**, hemos convenido celebrar el presente contrato, en desarrollo de las actividades propias del giro ordinario de los negocios de **POSITIVA**, contenido en las cláusulas que a continuación se señalan, previas las siguientes consideraciones:

1) Que **POSITIVA**, como Entidad Aseguradora y organizada como Sociedad Anónima sujeta al Régimen de las Empresas Industriales y Comerciales del Estado, celebra el presente contrato acogiendo lo contemplado en el Manual de Contratación de la compañía aprobado el 18 de febrero de 2009

..... **ARTÍCULO 19.- Invitación Directa.** *“Para garantizar la selección objetiva del contratista y la eficiencia de la gestión contractual, e independientemente de la cuantía, en los siguientes contratos, la Compañía podrá contratar directamente sin que se requiera obtener previamente varias ofertas”*,

.....**NUMERAL 14.** *“Contratos que se requieran para la adquisición de un bien o la prestación de un servicio, que garanticen la continuidad de uno ya existente y que el mismo proveedor esté en capacidad de ofrecer y represente la mejor relación costo – beneficio para la Compañía.”, Se pretende la contratación en mención.*

2) Que el Vicepresidente de Negocios de **POSITIVA**, justificó la presente contratación en el documento de estudios previos argumentando lo siguiente: **“DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD PARA LA CONTRATACIÓN: Positiva Compañía de Seguros S.A.** ha definido dentro de su plan estratégico 2011 – 2014 en sus perspectivas financieras, de clientes, procesos internos y aliados estratégicos algunos objetivos principales como:

Aumentar los ingresos en forma sostenible.

Incrementar el posicionamiento y la participación de mercado.

Fidelizar y profundizar los clientes de la compañía.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 1000106 DE 2013
CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN –
ERICKSON CORPORATION S.A.

Crear nuevos productos que satisfagan las necesidades del mercado.

Incursionar en nuevos ramos y líneas de negocio.

Desarrollar, consolidar y fidelizar la red de valor.

Como contribución para el cumplimiento de estas metas, una de las estrategias de la Vicepresidencia de Negocios es la promoción y posicionamiento de la compañía, no solo como Administradora de Riesgos Laborales ARL sino como una compañía de seguros de personas, promoviendo y promocionando la marca, sus nuevos ramos y productos con el fin de dar a conocer al mercado objetivo y representativo a través de los distintos medios comunicación masivos, dirigidos o actividades ATL y BTL su amplio portafolio de productos y servicios, sus fortalezas, beneficios, canales de comunicación, canales de comercialización y venta.

Para el desarrollo e implementación de esta estrategia es imprescindible contar con una agencia integral de comunicaciones, con experiencia, músculo financiero y respaldo, la cual dentro de su portafolio de servicios ofrezca soluciones a nivel de las diferentes disciplinas de comunicación como medios tradicionales, publicidad exterior y dirigida, mercadeo, eventos comerciales, activaciones de marca y productos, experiencias para los clientes, comunicación e interacción en medios digitales, producción gráfica y promocional, investigaciones y otras que permitan contar con una oferta integral de información para así crear, desarrollar e implementar campañas publicitarias y de comunicación que la compañía requiera.

Adicionalmente, el mercado de consumo de seguros y en especial el de seguros vida es cada vez más complejo y competitivo. Por lo cual La compañía no debe disminuir esfuerzos para difundir, dar a conocer, posicionar su marca y sus productos de forma asertiva a través de una campaña publicitaria, para que exista un impacto significativo en la percepción y conocimiento de la compañía y sus productos en el mercado colombiano.

La publicidad es un medio que va a permitir lograr un impacto en el público, y puede llegar a influir o ser un decisor y motivador en el proceso de adquisición de un producto o servicio.

ANTECEDENTES

Positiva en el año 2010 realiza una invitación pública para contratar los servicios de una agencia de publicidad durante para la vigencia 2010-2011 con el fin de promocionar y posicionar la marca y sus productos. Ha esta invitación se presentan 5 agencias de publicidad y medios donde McCann Erickson sale adjudicataria ya que fue la agencia mejor calificada en su propuesta creativa por el comité evaluador y fue la agencia con los precios unitarios de medios más económicos vs las demás agencias y centrales de medios presentadas en ese momento.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013
CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN –
ERICKSON CORPORATION S.A.**

McCann Erickson es una agencia de publicidad con una larga trayectoria en el mercado nacional e internacional siendo una de las agencias más sólidas, premiadas y reconocidas a nivel mundial con un amplio portafolio y respaldo financiero.

McCann durante este periodo creó, asesoró, implementó, diseñó, desarrolló una campaña integral de comunicaciones que comprendió desde la planeación estratégica y el desarrollo creativo hasta la ejecución de varias campañas publicitarias (Institucional y de producto) en las cuales se activaron diversas disciplinas de la agencia como el desarrollo creativo y producción con (McCann) - la asesoría y compra de medios (Universal McCann y Brand Connection), , activaciones de marca, patrocinios y eventos BTL (Momentum) la medición de las campañas o trackings publicitarios y resultados de campaña con (Intrends) entre otras disciplinas o servicios de la agencia.

Durante este tiempo se crearon las campañas “Sabes por qué necesitas vivir asegurado” la cual fue la campaña institucional sombrilla que tuvo presencia en diversos medios ATL y refuerzos con actividades BTL y digital.

Después de esto la agencia crea la campaña bajo el concepto y slogan Lo Bueno Debe Ser Para Todos el cual busca promocionar los productos de seguros de vida, con una labor pedagógica e incluyente para dar a conocer a los colombianos la oferta de seguros de vida de la compañía y a través del mensaje mostrar a los colombianos que todos pueden estar asegurados con Positiva. Esto se logró mediante la realización y producción de 3 campañas para los productos de Vida Anual, Ahorro y Vida y Prepensión, la cual tuvo presencia y desarrollo en medios ATL y algunas activaciones puntuales en BTL.

Para el ramo de Riesgos Profesionales ARP se creó la campaña “Cada empresa es diferente y necesita soluciones diferentes” la cual tuvo una importante presencia en medios ATL, como televisión nacional, regional, radio, prensa, radio y pauta en internet. Así como se reforzó y posicionó la marca en eventos de orden nacional, regional, gremial, empresarial entre otros.

La inversión de Positiva en la activación en todas las disciplinas de la agencia utilizadas en 2011 fue de \$ 4.000.000.000 incluido IVA.

Para contextualizar esta cifra es importante mirar los rubros de inversión publicitaria en la categoría de seguros durante 2011 los cuales estuvieron por el orden de los 24 millones de pesos con un incremento del 23% en la categoría Vs. el año 2010.

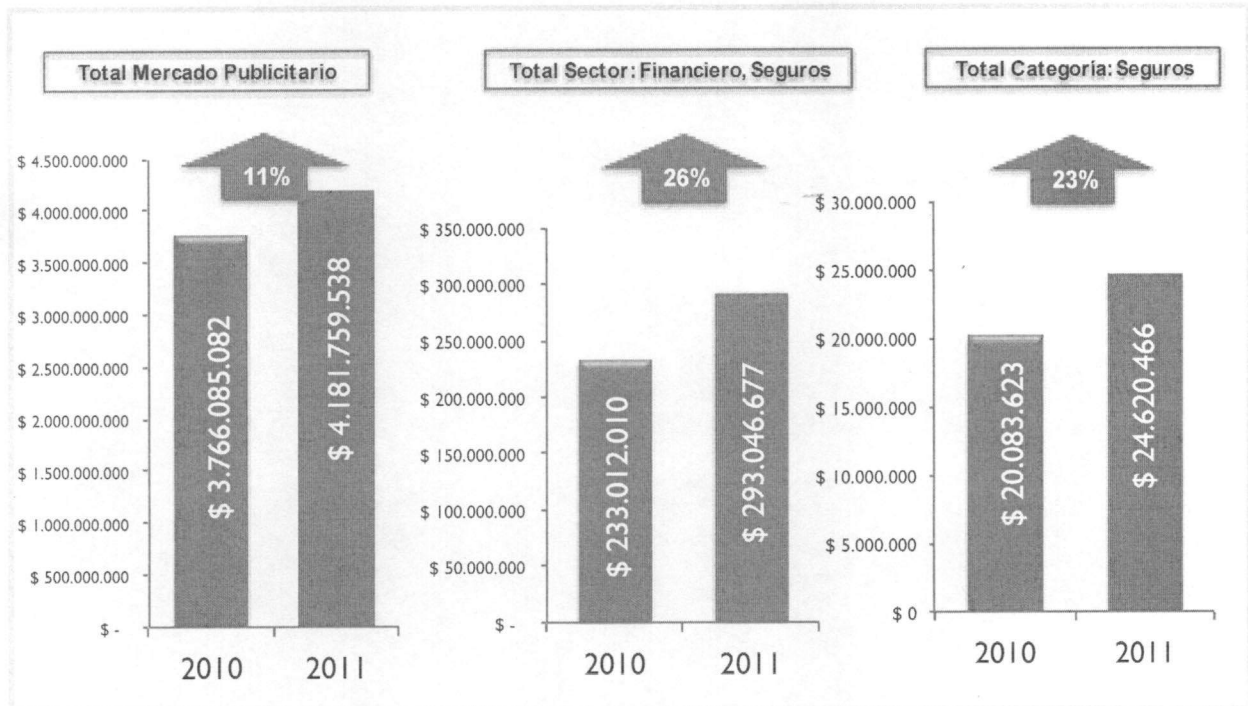


CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

La inversión de Positiva en la activación en todas las disciplinas de la agencia utilizadas en 2011 fue de \$ 4.000.000.000 incluido IVA-

Para contextualizar esta cifra es importante mirar los rubros de inversión publicitaria en la categoría de seguros durante 2011 los cuales estuvieron por el orden de los 24 mil millones de pesos con un incremento del 23% en la categoría Vs. el año 2010.

**INVERSIÓN TOTAL MERCADO, SECTOR Y CATEGORÍA.
ENE- DIC 2010 VS. ENE- DIC 2011 VALORES EN MILES DE PESOS (.000)**



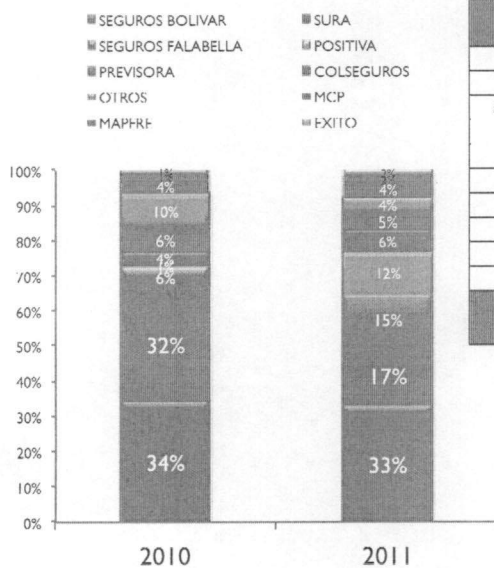
Fuente: Ibope. Invs. (Netos).

McCann Worldgroup




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. **10.00106** DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

SOI
 ENERO - DICIEMBRE 2010 VS 2011



MARCA	2010	2011	VARIACIÓN
SEGUROS BOLIVAR	\$ 6.906.990	\$ 7.732.381	11%
SURA	\$ 6.520.205	\$ 4.352.718	-33%
SEGUROS FALABELLA	\$ 1.143.915	\$ 3.431.478	200%
POSITIVA	\$ 125.211	\$ 2.791.223	2129%
PREVISORA	\$ 807.920	\$ 1.440.211	78%
MAPFRE	\$ 282.388	\$ 1.297.054	359%
COLSEGUROS	\$ 1.262.372	\$ 1.200.762	-5%
OTROS	\$ 2.014.857	\$ 1.021.403	-49%
MCP	\$ 803.855	\$ 968.935	20%
EXITO	\$ 215.912	\$ 384.302	77%
TOTAL GENERAL	\$ 20.083.623	\$ 24.620.466	23%

Fuente: Ibope. Invs. (Netos).

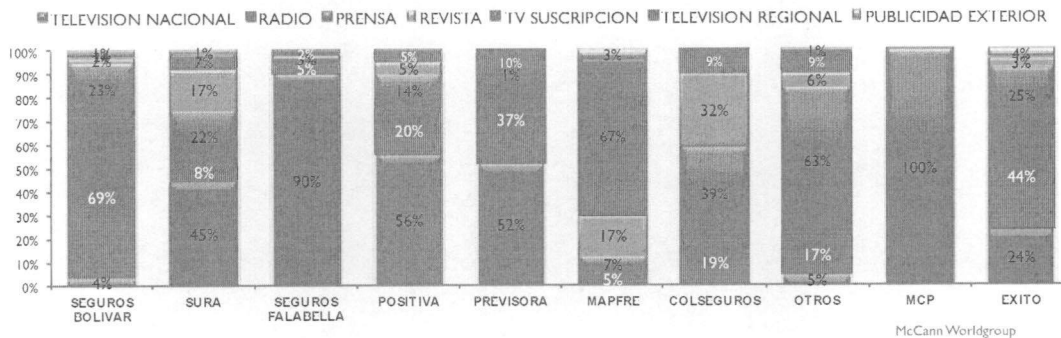
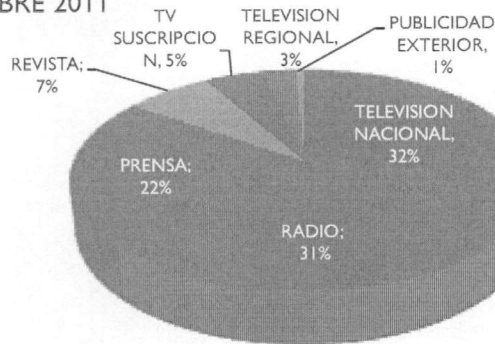
McCann Worldgroup

Durante el 2010 Positiva tuvo una participación en SOI de la categoría de 1% con una inversión de 125.211 millones reportado en medios.

Para el 2011 Positiva aumenta su inversión en medios más a 2.791 millones aumentando en 2.129% su participación publicitaria, obteniendo un 12% en el total de participación publicitaria en la categoría de seguros y ubicándose en 4 lugar dentro de las empresas de Seguros con mayor inversión publicitaria, donde Seguros Bolívar tuvo inversiones de 7.732 millones de pesos y Sura con una inversión de 4.352 millones de pesos, respectivamente.

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

MIX DE MEDIOS
ENERO - DICIEMBRE 2011



Fuente: Ibope. Invs. (Netos).

McCann Worldgroup

En el mix de medios Positiva concentra su pauta en un 56% en televisión Nacional, un 37% en radio, 14% en prensa, 5% en Revistas y 5% en televisión regional, lo que le permitió a la compañía tener un alcance multimedios de un 98.6%. Donde televisión nacional es el medio de mayor alcance con un 90.80%, obtiene cerca de 2,065 TRP'S y una emisión de 663 comerciales al aire tanto en Televisión Nacional, Regional y cable.

Abajo en los cuadros siguientes se detallará la cantidad de pauta por medio, su alcance y sus indicadores de recordación para 2011.

Resultados de Medios Campaña 2010-2011

Plan de Medios 2011 – Positiva Compañía de Seguros




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.



Positiva - Flow Real Cumplido													TOTALES	SM
SEMANA	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December			
TV NACIONAL													1.321.186.842	6%
CARACOL REGIONAL													19.528.001	1%
TELEVISION													79.029.560	1%
CITY TV														
TV CABLE														
CABLENOTICIAS														
TV REGIONAL													244.625.693	1%
TELEVISION TELECARIBE FROST														
TELEVISION TELECARIBE TELECARIBE													243.765.856	1%
RAIOS														
CARACOL REGIONAL														
RPN													101.188.250	1%
PRENSA													9.625.900	1%
INTERNET														
REVISTAS													161.085.623	2%
ECHE													20.507.283	1%
PARADEROS														
AEROPUERTOS														
TERMINALES DE TRANSP														
ERP													20.020.427	2%
CINE														
TOTAL INVERSION	653.554.266	226.144.536	31.504.904	326.973.832	447.217.296	181.643.267	136.367.191	115.000.599	115.000.599	115.000.599	115,000,599	115,000,599	2.360.983.744	100%
Ino 10%	72.616.687	36.218.333	9.279.199	20.315.788	50.618.882	28.823.243	53.816.751	18.411.291	-	31.215.988	28.778.264	-	332.093.299	
Conversion 7%	9.077.066	4.402.292	1.189.900	2.533.473	6.952.268	3.282.936	6.727.344	2.201.812	-	3.901.999	3.696.907	-	44.811.825	
Ino conversion 16%	1.482.334	704.387	185.284	426.318	1.112.377	526.456	1.076.378	358.229	-	624.330	576.505	-	7.841.858	
Cann Total	637.000.403	240.433.671	68.619.677	150.235.290	411.301.487	198.387.879	397.589.861	138.161.921	-	338.842.233	212.753.004	-	2.603.730.680	
INDEXES (P. 20 10% 10%)	5,7,360,431	227,437,621	861,631,835	1,076,252,547	2,427,550,120	1,209,034,304	2,733,672,920	2,106,383,196	2,166,383,196	2,166,383,196	2,166,383,196	2,166,383,196	2,166,383,196	

Campaña Institucional
 Campaña Seguros
 Campaña ARP

El plan de medios de Positiva para su campaña publicitaria comenzó a ejecutarse durante febrero de 2011 y su inversión total fue de 2.603.730.680 dividido en las tres campañas una institucional y dos de productos.

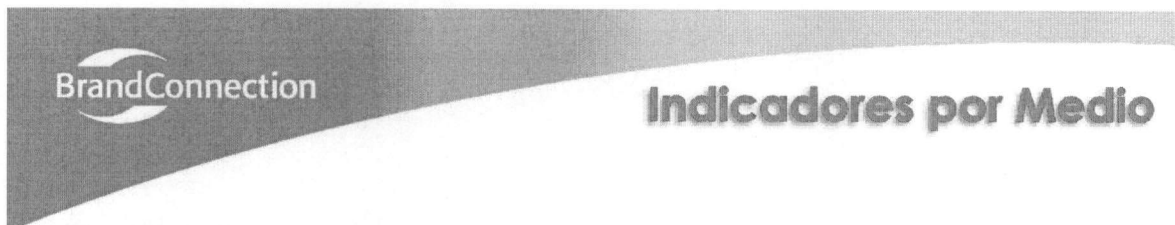
Durante los meses de febrero a mayo fue lanzada la campaña institucional en Televisión Nacional, Televisión por Cable, Televisión Regional, Radio Nacional y Regional, Prensa Nacional, Internet, Revistas y Paraderos.

Para el ramo o las campañas de vida y ARP la campaña estuvo al aire desde la segunda semana de mayo y tuvo una duración hasta diciembre de 2011, pautando en diversos tipos de medios.

En las siguientes tablas se aprecia la cantidad o los indicadores de pauta por medio que se tuvo en todas las campañas durante el 2011.




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.



H y M = 25 NSE AM												
MEDIO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
TV NACIONAL (Caracol, RCN y Uno)												
No. Ciclos	27	34		32	54	26	40	26		15	23	276
Duración	40'-20"	20"		20'-30'-60"	30'-20'-15'	15'-20"	15'-20"	20"		20'-30"	20'-30"	
Tips	179.55	159.50		205.77	303.76	136.30	273.01	97.82		95.15	120.22	1571.10
Alcance Tv Nacional	70.80%											
TELEVISION REGIONAL - CITY TV												
No. Ciclos	10	13										23
Duración	40'-20"	20"										
Tips	31.56	26.01										67.57
TELEVISION REGIONAL - TELEANTIOQUIA												
No. Ciclos	5	5		19	8	4			4			43
Duración	40'-20"	20"		30'-20'-15'	20"	20"			20"			
Tips	18.09	13.93		95.54	24.60	12.60			15.60			175.44
TELEVISION REGIONAL - TELECARIBE												
No. Ciclos	3	1		19	8	3				4		38
Duración	40'-20"	20"		30'-20'-15'	20"	20"				20"		
Tips	5.55	2.19		23.51	9.07	2.43				5.15		47.90
TELEVISION REGIONAL - TELEPACIFICO												
No. Ciclos	3	4		18	8	3			4			42
Duración	40'-20"	20"		30'-20'-15'	20"	20"			20"			
Tips	13.04	19.32		35.74	22.16	5.90			13.74			113.90
TELEVISION REGIONAL - TELECAFE												
No. Ciclos	5	3		19	8	3				2		38
Duración	40'-20"	20"		30'-20'-15'	20"	20"				20"		
Tips	4.47	5.74		26.02	8.70	3.09				4.98		85.10
TELEVISION REGIONAL - TELEORIENTE												
No. Ciclos	4	4		20	3	3				4		43
Duración	40'-20"	20"		30'-20'-15'	20"	20"				20"		
Tips	4.31	2.85		19.60	5.50	1.74				2.07		36.00
Alcance Tv Regional / Local	80.89%											
TELEVISION REGIONAL - TELESIAS												
No. Ciclos	0	5		19	5	4				4		41
Duración		20"		30'-20'-15'	20"	20"				20"		



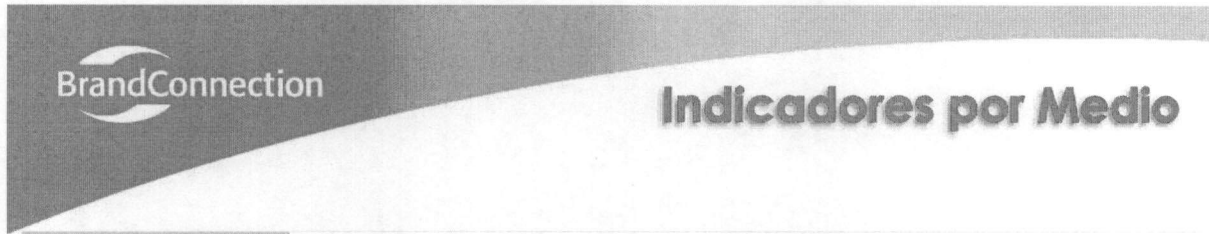



POSITIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

000106

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

DE 2013 CELEBRADO



H y M + 25 NCE AM	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
-------------------	---------	-------	-------	------	-------	-------	--------	------------	---------	-----------	-----------	-------

TELEVISION POR CABLE-CABLENOTICIAS

Hic. Cables										40	40	120
Duración										30"	30"	
Alcance tv Cable	5,59%											

RADIO

Duración	40-30"	30"		30"	30"	30"	30"		30"	30"		
RCH Radio	154						185					154
Caracol Radio	48	36			333	164		160		224	248	1.373
Radio Regional	1.508	1.400			2.016	1.071		1.320				8.411
Telcel Cufias	1.710	1.434			2.347	1.235		1.480		224	1.144	7.763
Alcance Radio Nacional y local principales ciudades	67,80%											

PRENSA

Tamaño	3colx27cms Pol	2colx 5cms pol		3colx27cms Pol	3 col x 16 cm Pol.	2 Col x 5 cm Pol 3 x 27 cm Pol	2 Col x 5 cm Pol		2 Col x 5 cm Pol 3 x 27 cm Pol	2 Col x 5 cm Pol	
El Tiempo	1	1									2
El Espectador	1	1		1	1	1	2		1	1	7
El País		1		1		1					3
Vanguardia Liberal						1	1		1	1	4
El Universal						1	1		1	1	4
El Heraldo		1		1		2			1		5
La Patria						1	1				2
Diario del Sur						1	1		1	1	4
Cinco de Mayo						1	1				2
Opinión						1	1		1	1	4
La Tarde						1	1		1	1	4
Informador						1	1		1	1	4
El Nuevo Día						1	1		1	1	4
The Antipielago						1	1		1	1	4
El Rayo						1	1		1	1	4
El Colono del Sur						1	1		1	1	4
El Colombiano	1	1		1		1			1	1	4
Meridiano de Córdoba						1	1				2
El Nuevo Oriente						1	1		1	1	4
La Gaceta						1	1		1	1	4
Anacardio						1	1		1	1	2
Telcel Avisos	3	6		4	1	20	18		14	14	77
Alcance Prensa Principales ciudades	64,80%										



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON
CORPORATION S.A.

BrandConnection **Indicadores por Medio**

R y M - SE NDE AM												
MEIO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
REVISTAS												
Tamaño	1 Página	1 Página			1 Página		1 Página					2
Diners	1	1			1							1
Fidel												1
Credencial		1										1
Semana												1
Dinero			1	1								2
Avianca								1				1
Total Aviles	2	2	1	1	1			1				9
Alcance Revistas												14,40%
BUQUES												
Ciudad	Bogotá											
Numero de Coles	22											22
Total Buques	22											22
Alcance Buques												22,29%
AEROPUERTOS Y TERMINALES												
Nº de Elementos												
Bogotá			5	4 Bonif						1		6
Medellin			1						3			4
Cali			1						1			2
Cartagena			1							3		4
Bucaramanga										1		1
Santa Marta										1		1
Biquila										2		2
Perera										1		1
Total Elementos			8							13		21
Alcance Terminales												22,70%
Alcance Aeropuertos												28,50%
CINE												
Duración			30"									
Comerciales Ordenados			2.712									2.712
Alcance Cine												12,40%
INTERNET												
Piezas							Banner Expandible	Banner Expandible				
El Tiempo.com-impresiones							22.590	77.420				100.000
Portafolio.co-impresiones							16.935	58.065				75.000
Total impresiones							39.525	135.485				175.000
Alcance internet												29,00%

Handwritten signature

Handwritten mark

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.



Resumen por Medio

MEDIO	TOTAL
-------	-------

TV NACIONAL (Caracol, RCN y Uno)	
No. Ciales	275
Duración	
Trps	1571,10
Alcance Tv Nacional	90.80%

TELEVISION REGIONAL - CITY TV	
No. Ciales	23
Duración	
Trps	67,97

TELEVISION REGIONAL - TELEANTOQUIA	
No. Ciales	43
Duración	
Trps	175,44

TELEVISION REGIONAL - TELECANIBE	
No. Ciales	38
Duración	
Trps	47,90

TELEVISION REGIONAL - TELEPACIFICO	
No. Ciales	42
Duración	
Trps	113,90

TELEVISION REGIONAL - TELECAFE	
No. Ciales	38
Duración	
Trps	52,90

TELEVISION REGIONAL - TELEORIENTE	
No. Ciales	43
Duración	
Trps	36,20
Alcance Tv Regional / Local	30.30%

TELEVISION REGIONAL - TELEISLAS	
No. Ciales	41
Duración	

MEDIO	TOTAL
-------	-------

TELEVISION POR CABLE-CABLENOTICIAS	
No. Ciales	120
Duración	
Alcance Tv Cable	6.60%

RADIO	
RCN Radio	164
Caracol Radio	1.398
Radio Regional	8.411
Total Cuñas	9.963
Alcance Radio Nacional y local principales ciudades	67.80%

PRENSA	
El Tiempo	2
El Espectador	9
El País	3
Vanguardia Liberal	4
El Universal	4
El Heraldo	5
La Patria	2
Diario del Sur	4
Crónica del Quindío	2
Opinión	4
La Tarde	4
Informador	4
El Nuevo Día	4
The Archipiélago	4
El Raudal	4
El Colono del Sur	4
El Colombiano	4
Meridiano de Córdoba	2
El Nuevo Oriente	4
La Guajira	4
Anacondia	2
Total Avisos	79
Alcance Prensa Principales ciudades	64.50%

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.



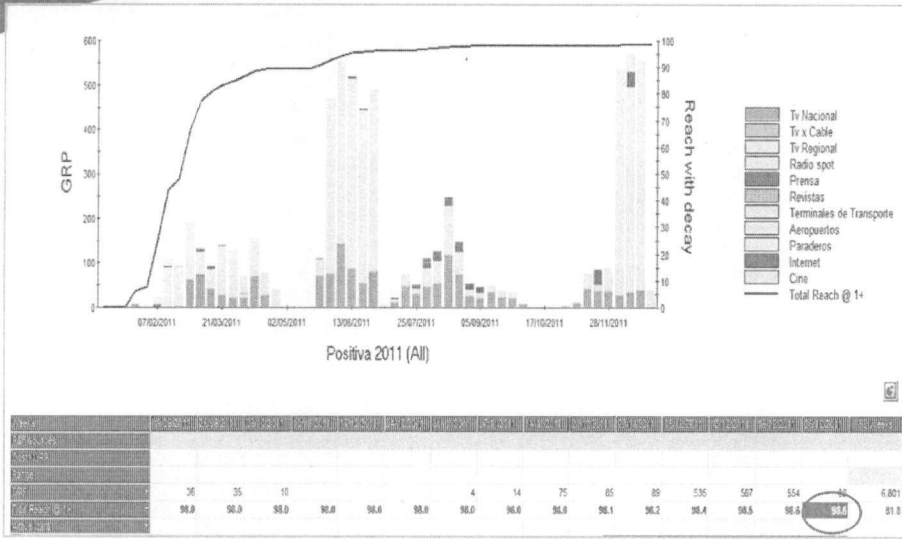
Resumen por Medio

MEDIO	TOTAL
REVISTAS	
Diners	2
Poder	2
Credencial	1
Semana	1
Dinero	2
Avianca	1
Total Avisos	9
Alcance Revistas	14.90%
EUCOLES	
Numero de Eucoles	32
Total Eucoles	32
Alcance Eucoles	22.20%
AEROPUERTOS Y TERMINALES	
Bogotá	6
Medellín	4
Cali	2
Cartagena	4
Bucaramanga	1
Santa Marta	1
B/quilla	2
Pereira	1
Total Elementos	21
Alcance Terminales	22.7%
Alcance Aeropuertos	28.5%
CINE	
Duración	
Comerciales Ordenados	2.912
Alcance Cine	12.40%
INTERNET	
Piezas	
El Tiempo.com-impresiones	100.000
Portafolio.co -impresiones	75.000
Total Impresiones	175.000
Alcance Internet	29.00%

ALCANCE TOTAL 98.6%

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 0106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

BrandConnection **Alcance Multimedia**



El alcance final multimedia fue de 98,6%.

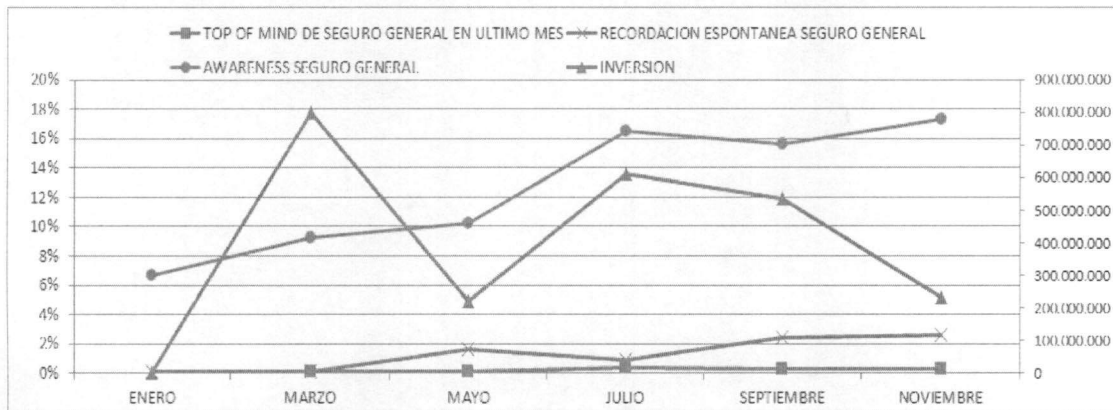



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106
ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

DE 2013 CELEBRADO

BrandConnection

Indicadores de recordación



Fuente: RAC = Óptimos 201 - INVERSIÓN= Inversión real Sistema de ordenación Mccopt

En

Análisis hecho por Brand Connection la central de medios fue el siguiente:

“Tv nacional y radio concentran los mayores esfuerzos de inversión con el 77% del SOI, apoyo táctico con medios impresos, exteriores, cable, tv regional/local y digital con los que se buscaron ampliar las audiencias buscando intereses del target.

Manejo de rotación de referencias a lo largo del año con comunicación Institucional, Seguros de Vida y ARP.

Se logra un alcance multimedios final del 98,6%.

La publicidad parece tener incidencia en el corto plazo sobre los indicadores de recordación de marca, reflejándose resultados crecientes en Positiva.

Campaña institucional ATL 2011:




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

Campaña Institucional



Ejemplos de Piezas de Campaña de producto ATL 2011

Campaña Vida ARP




Vida

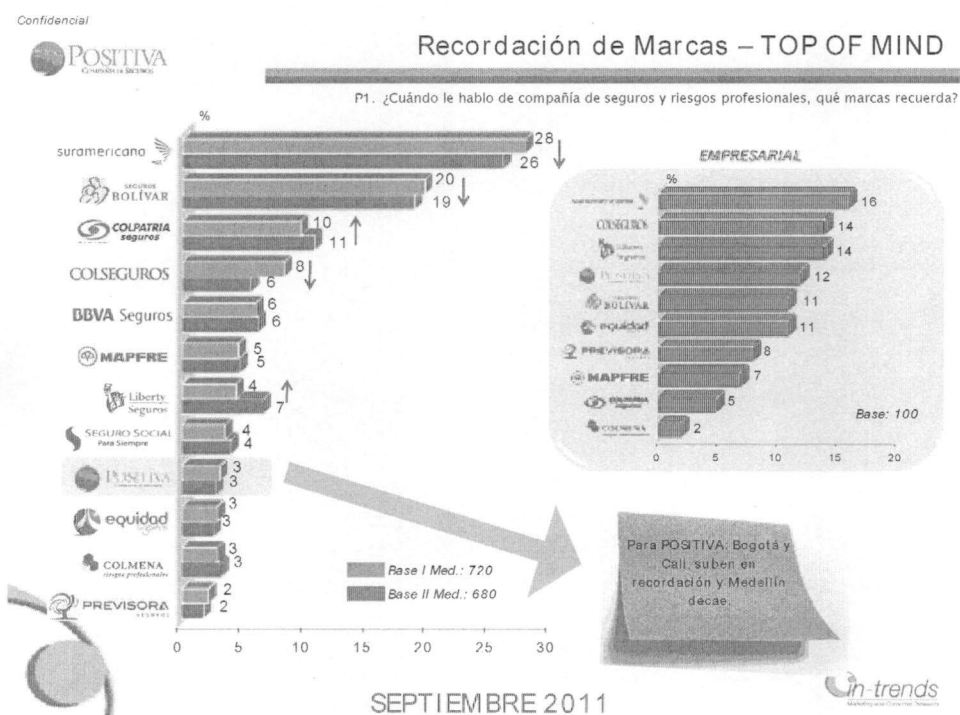
ARP




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 0106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

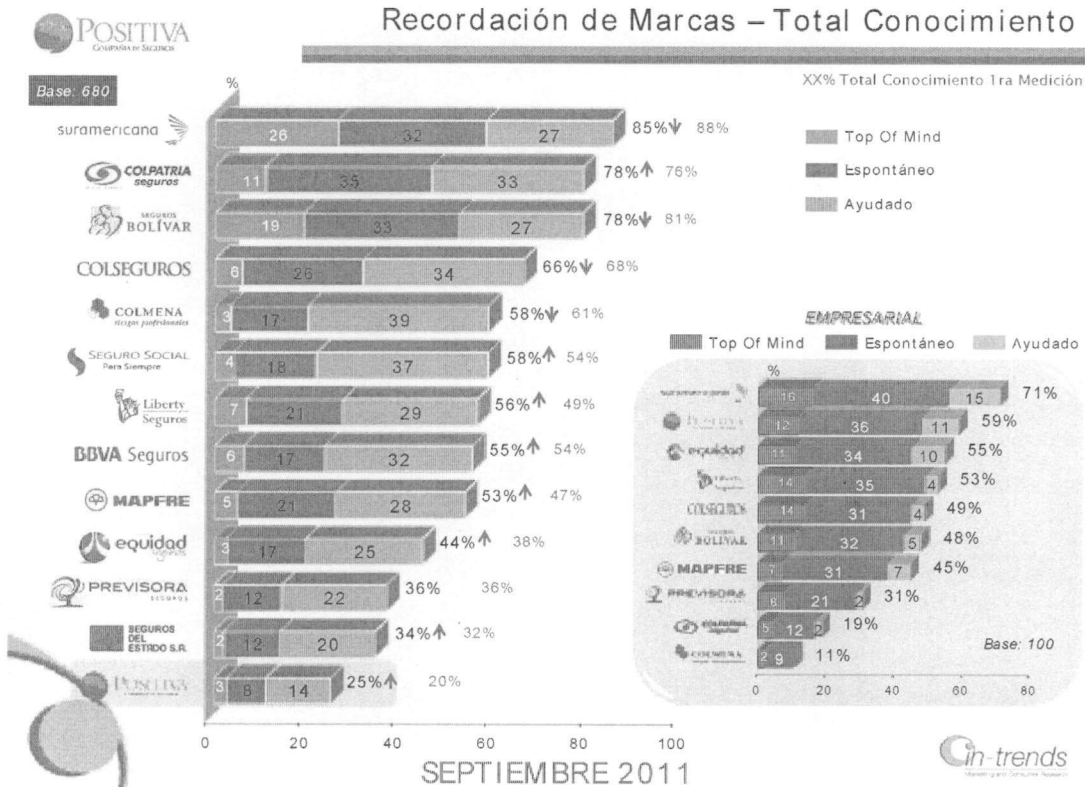
Resultados en Recordación de Marca y mediciones publicitarias 2011:

Positiva durante 2011 tras tener al aire sus diversas referencias decide realizar 2 trackings o mediciones publicitarias para medir la recordación de la marca, sus productos, su publicidad en personas naturales y empresas obteniendo los siguientes resultados:




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
 ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
 CORPORATION S.A.

Confidencial



Como resultado de la medición de marca 2011 dentro de personas naturales, Positiva logra obtener un 3% de TOM – un 25% de total conocimiento dentro de la categoría, creciendo un 5% pasando de un 20% en las mediciones anteriores a un 25% para septiembre de 2011, todo esto como consecuencia de la campaña institucional y de marca lanzada bajo el slogan “Sabes por qué necesitas vivir asegurado” que tuvo una presencia continua en medios ATL y se reforzó con actividades BTL desde el mes de febrero hasta el mes de mayo.

En cuanto a la medición en persona jurídica o en empresas Positiva obtiene los siguientes resultados. En TOM Positiva logra un 12% en la categoría y un total recordación de un 59% gracias a la concentración de la pauta para este ramo lo que ubica a la compañía detrás de Suramericana en el segundo lugar en total conocimiento en la categoría de ARP, por encima de marcas tradicionales como Bolivar, Mapfre, Equidad entre otras.

Dentro de los resultados 2011 se aprecia que mientras estuvo la campaña al aire el crecimiento en el número de trabajadores afiliados a Riesgos Profesionales fue constante

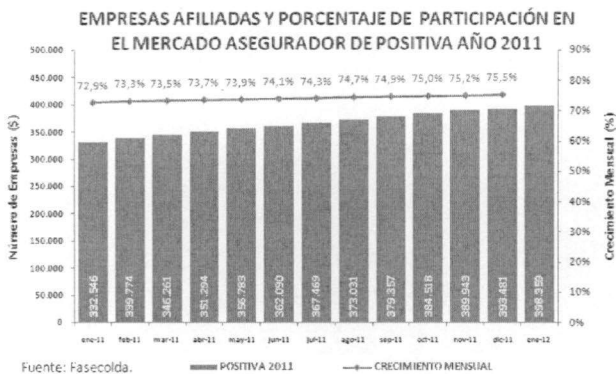


CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.

durante todo el año. Al comenzar la campaña en febrero de 2011, Positiva contaba con 2.645.792 trabajadores asegurados y al finalizar diciembre de 2011 esa cifra se incrementó a 3.274.127 obteniendo un crecimiento de 624.735 que representa un crecimiento del 24%.



Respecto a las empresas afiliadas al comenzar la campaña en febrero de 2011 Positiva contaba con 339.774 empresas y al finalizar diciembre creció a un total de 398.359. Lo que representó un aumento de 53.707 y un crecimiento del 15%.



Dados los buenos resultados obtenidos, que demostraron que los esfuerzos de comunicación desde todas las disciplinas realizados por McCann ayudaron al posicionamiento de la Compañía, la marca, sus ramos y productos durante 2011, se toma la decisión de continuar con la agencia en nuevo contrato para el año 2012.

PARA EL AÑO 2012




**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

En el año 2012 se realiza una invitación directa a McCann Worldgroup—para la contratación de una agencia de publicidad que bajo una planeación estratégica diseñe, desarrolle, produzca, pague e implemente la producción de campañas publicitarias institucionales y de producto que coayuden al cumplimiento de esos dos objetivos fundamentales del plan estratégico 2011-2014.

Para el diseño de la estrategia de la campaña 2012 se realizan varias reuniones de alineación entre el presidente de Positiva, Dr. Gilberto Quinche, el equipo de Positiva conformado por el Vicepresidente Comercial y el área de Mercadeo, los Vicepresidentes Técnico, Vicepresidente de Promoción y Prevención y los Gerentes de Producto por parte de Positiva. Por parte de la agencia McCann Worldgroup, el equipo estuvo encabezado por su presidente Álvaro José Fuentes, contando con el Vicepresidente Creativo, Samuel Estrada, Vicepresidente Financiero, Luis Eduardo Cedeño y el personal encargado de Cuentas, BTL, Digital, Medios donde la agencia recibe el lineamiento estratégico de la compañía para así transformar esto en comunicación y promoción tanto de la marca, como de sus productos y servicios y así seguir la campaña o continuar a nivel de comunicación con la campaña de lo bueno debe ser para todos.

Es así como de todas estas reuniones se obtienen varios “insights” u objetivos para el desarrollo de comunicación 2012.

El posicionamiento de Positiva, como ARL sigue siendo muy fuerte. Sin embargo, el posicionamiento en Vida hay que construirlo para que la compañía empiece a ser reconocida como una Compañía de Seguros, más que como una ARL.

Los esfuerzos de comunicación deben acompañar el crecimiento de la compañía con foco en el negocio, especialmente en 3 productos principales: Renta Vitalicia, Vida Grupo y ARL.

Establecer el tono y contenido de la marca Positiva para poder tener un territorio claro de comunicación que ayude al posicionamiento de la marca dentro de la categoría.

Con estos insights se realiza un esfuerzo conjunto entre el equipo de Mercadeo de Positiva y McCann que comienza con el lanzamiento de la campaña 2012 a finales de abril, siguiendo el lineamiento de lo bueno debe ser para todos y que comprende una campaña masiva, un acompañamiento permanente en eventos propios y patrocinados, el desarrollo de un sitio web mejorado para la marca, el desarrollo e implementación de una estrategia permanente de comunicación en redes sociales, el diseño de una experiencia en centros de servicio y casa matriz alineada con la marca y unos esfuerzos puntuales a nivel de comunicación corporativa y relacionamiento con diferentes grupos de interés.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

Pese a que la marca mantuvo un silencio de 4 meses entre finales de diciembre de 2011 y abril de 2012, con el inicio de los esfuerzos de comunicación en todas las disciplinas a partir de abril se alcanzan importantes resultados tanto a nivel de negocio como de marca que demuestran la importancia de estas acciones en busca de los objetivos de comunicación establecidos inicialmente.

Aunque uno de los objetivos generales de comunicación era el de cambiar el posicionamiento de Positiva de ARL a Compañía de Seguros de Vida, ayudando a cambiar la balanza de producción entre los productos de ARL y Vida, no se quería perder lo construido en ARL que pudiera repercutir una pérdida de participación de mercado, sino lo que se buscaba era mantener la participación obtenida hasta el momento.

Para 2010, la participación de Positiva a cierre de año era del 22.75%, para 2011 era de 23.6% y para agosto de 2012 se ubicó en 23.1%. Esto representa una leve disminución en la participación en 2012, en comparación con años anteriores.

Por el contrario, en el caso de Vida Grupo, otro de los 3 productos foco para 2012 a nivel de negocio y comunicación, se logra una participación de mercado acumulada a cierre de agosto de 1.9%, mientras que en 2011 se cierra el año con 0.09%, logrando un crecimiento del 15.53%. Esto demuestra que con ayuda de la estrategia de comunicación para 2012, Positiva comienza a tener una importancia cada vez mayor en el mercado con un producto con el cual tenía una participación casi insignificante.

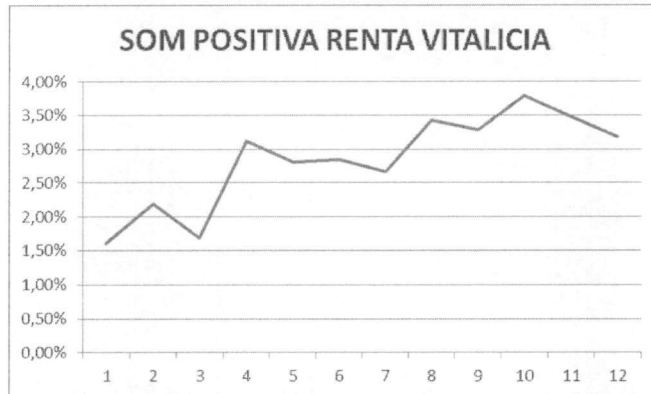
Para Renta Vitalicia Positiva esperaba para diciembre de 2012 contar con el 2% del mercado de Rentas Vitalicias en Colombia. Un objetivo ambicioso teniendo en cuenta la inexperiencia de la compañía, la dificultad de comunicación del producto, la dura competencia y que ese 2% representaba \$14,000'000,000 en primas emitidas.

Para el cierre de 2012, Positiva logra una participación de mercado del 3,18%, cumpliendo así el objetivo en un 15,9%. Esta participación obtenida representa unas ventas totales por pólizas emitidas de \$24,110'176,470, duplicando las ventas esperadas a comienzos de año.

El resultado de la campaña es claro, teniendo en cuenta que la participación para marzo era del 1,68% y para finales de abril, mes en el que se comienza a pautar la campaña, la participación llega al 3,11%, demostrando así un efecto casi inmediato.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 0000106 DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON
CORPORATION S.A.



A diferencia de Positiva, grandes protagonistas de la categoría como Seguros Bolívar y Sura tienen caídas importantes en su participación pasando del 25,77% en enero al 15,19% en diciembre y del 22,42% al 16,04% respectivamente.

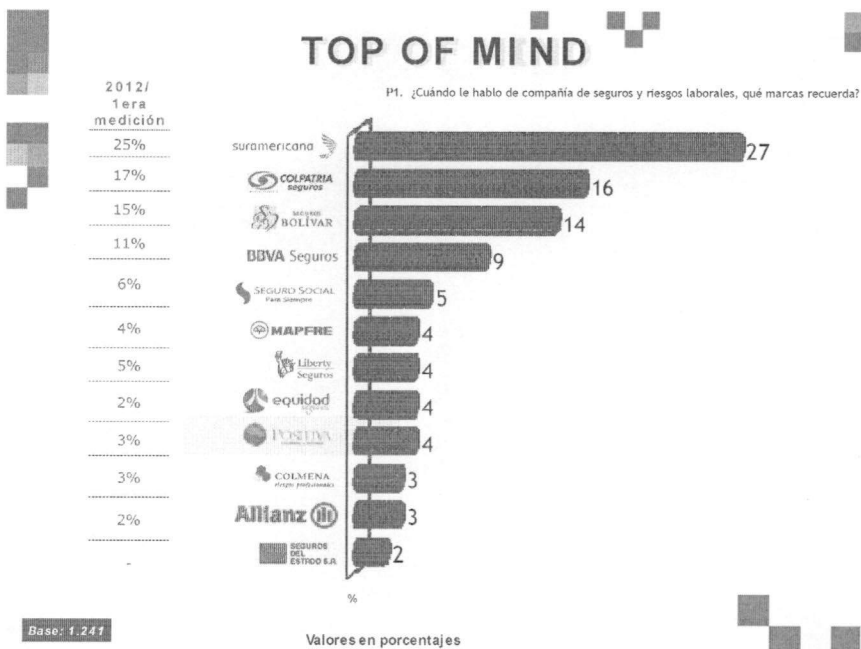
Con una estrategia alineada con su filosofía corporativa, enfocada en generar conexiones reales con las necesidades de las personas y confianza y credibilidad a través de la educación, Positiva logra posicionarse con una participación importante en su primer año de existencia en la categoría, demostrando que entendiendo e informando a las personas se puede superar cualquier barrera de comunicación que pueda tener el producto.

En cuanto a resultados de marca, se ven igualmente resultados importantes que demuestran una consistencia clara en la construcción de la marca Positiva en los dos últimos años.

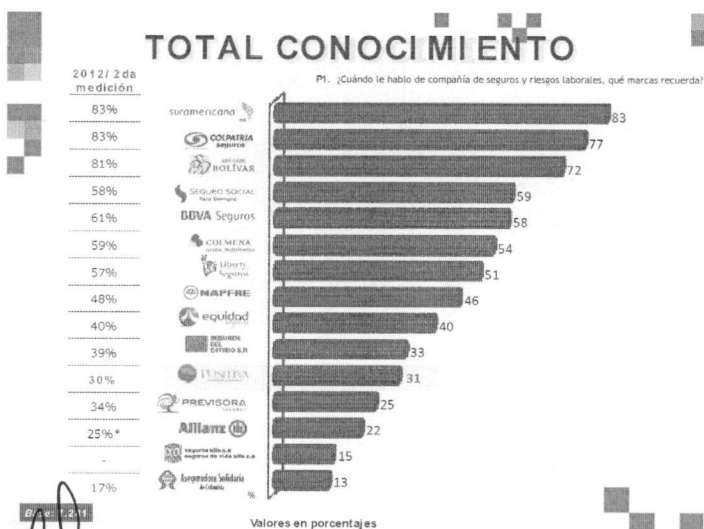
Para el TOM general que venía en 3 puntos del año 2011, para la última medición de 2012 crece un punto llegando a 4 puntos. Es importante mencionar que los principales competidores y a su vez las compañías más grandes y de mayor trayectoria en el mercado Colombiano como Sura, Colpatria, Bolívar y BBVA caen en TOM.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 1008 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.



En cuanto a Total Conocimiento de la marca, se observa una tendencia creciente en las últimas 4 mediciones pasando de 20% a comienzos de 2011, 25% a finales de 2011, 30% a mediados de 2012 y finalmente a 31% en la segunda medición de 2012, lo que demuestra una construcción muy positiva de la marca en el tiempo.





CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

Teniendo en cuenta la consistencia en el trabajo en todas las disciplinas de comunicación con la agencia durante los últimos dos años que muestra unos claros resultados positivos tanto en negocio como en marca, se ve necesario para la marca tener continuidad con una estrategia clara y contundente hasta el final del plazo establecido inicialmente para el plan estratégico de la compañía.

Adicionalmente la agencia de publicidad, como valor agregado para Positiva y de acuerdo a las necesidades presentadas durante la ejecución del contrato decidió reforzar el equipo asignado a la cuenta involucrando refuerzos en varias disciplinas como se detalla a continuación.

Los items identificados en color rojo son los refuerzos tanto en personas como porcentaje de tiempo asignado a la cuenta y por los que la agencia no genero ningún tipo de cobró adicional a Positiva.

Las áreas reforzadas fueron cuentas, creativos, planeación, producción, BTL, Digital y hasta la presidencia de McCann se involucró en todo el proceso e incluyó un porcentaje de destinación a la cuenta de su presidente Álvaro Fuentes, del Vicepresidente Creativo, Samuel Estrada y de un equipo senior como recurso humano compuesto de directores

CUENTAS					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
Juan Martín Concha	Director de Cuentas	80,00%	Juan Martín Concha	Director de Cuentas	53,59%
Carlos Hermida	Ejecutivo de Cuentas	50,00%	Carlos Hermida	Ejecutivo de Cuentas	44,50%
			Carolina Maldonado	Ejecutivo de Cuentas	28,87%

CREATIVOS					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
Samuel Estrada	VP Creativo	4,00%	Samuel Estrada	VP Creativo	3,70%
Daniel González	Director Creativo	20,00%	Daniel González	Director Creativo	12,85%
Fernando Murillo	Director de Arte	20,00%	Fernando Murillo	Director de Arte	20,15%
			Diana Poblador	Copy	1,74%
			José Sopó	Copy	9,86%
			Luis Fernando Velasco	Director Creativo	11,71%
			Milron Moreno	Apoyo Gráfico	3,98%
			Oscar Guevara	Director de Arte	4,30%
			Pablo López	Director de Arte	1,91%




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

PLANEACIÓN					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
María Fernanda Morales	VP Planeación	4,00%	María Fernanda Morales	VP Planeación	2,40%
Natalia Alarcón	Planner	5,00%	Natalia Alarcón	Planner	0,65%
			María Camargo	Directora de Planeación	1,14%
			Jmena Toledo	Directora de Planeación	2,23%
			Santiago Gómez	Planner	0,98%

PRODUCCIÓN					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
			Alejandra Figueroa	Productora Fotografía	16,67%
			Iván García	Editor	1,85%
			Jenny Ayala	Productora Ejecutiva	0,38%
			Luis Miguel Espinel	Editor	4,79%
			Mario Prieto	Director Producción	0,82%
			Paola Prieto	Productora Ejecutiva	3,13%
			Andrea Suárez	Productora Ejecutiva	13,51%
			Edgar Prieto	Productor Gráfico	4,08%
			Raul Cano	Productor Gráfico	4,71%
			Yenny Giraldo	Directora Producción Gráfica	8,33%
			Diego Rodríguez	Presupuestos Producción	4,90%

PRESIDENCIA					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
			Álvaro José Fuentes	Presidente	4,52%

En términos generales y por lo facturado por la agencia para 2012 en FEES el valor total pagado por este concepto fue de \$739'696,144, mientras que el valor de trabajo real con este refuerzo del equipo y todas las disciplinas agregado por McCann hubiera sido de 1,229'637,963 donde Positiva obtiene como beneficio un valor agregado tangible un 39,84% adicional en sus servicios, lo que representa en rubro la suma de 489.941.819 y en donde se evidencia una muy buena relación costo beneficio para Positiva.




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

PLANEACIÓN					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
María Fernanda Morales	VP Planeación	4,00%	María Fernanda Morales	VP Planeación	2,40%
Natalia Alarcón	Planner	5,00%	Natalia Alarcón	Planner	0,65%
			María Camargo	Directora de Planeación	1,14%
			Jmena Toledo	Directora de Planeación	2,23%
			Santiago Gómez	Planner	0,98%

PRODUCCIÓN					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
			Alejandra Figueroa	Productora Fotografía	16,67%
			Iván García	Editor	1,85%
			Jenny Ayala	Productora Ejecutiva	0,38%
			Luis Miguel Espinel	Editor	4,79%
			Mario Prieto	Director Producción	0,82%
			Paola Prieto	Productora Ejecutiva	3,13%
			Andrea Suárez	Productora Ejecutiva	13,51%
			Edgar Prieto	Productor Gráfico	4,08%
			Raul Cano	Productor Gráfico	4,71%
			Yenny Giraldo	Directora Producción Gráfica	8,33%
			Diego Rodríguez	Presupuestos Producción	4,90%

PRESIDENCIA					
Equipo Asignado	Cargo	% Asignado	Equipo Trabajado	Cargo	% Trabajado
			Alvaro José Fuentes	Presidente	4,52%

En términos generales y por lo facturado por la agencia para 2012 en FEES el valor total pagado por este concepto fue de \$739'696,144, mientras que el valor de trabajo real con este refuerzo del equipo y todas las disciplinas agregado por McCann hubiera sido de 1,229'637,963 donde Positiva obtiene como beneficio un valor agregado tangible un 39,84% adicional en sus servicios, lo que representa en rubro la suma de 489.941.819 y en donde se evidencia una muy buena relación costo beneficio para Positiva.

En horas de trabajo asignadas a Positiva inicialmente eran de 5.287 Horas y se trabajaron realmente 7.552 Horas que representan un total de 2.265 horas adicionales, lo que representa un valor agregado en horas de trabajo del 42,84%.

Esto significó para Positiva contar con un mejor recurso humano que va desde el presidente de la agencia y el vicepresidente creativo, y toda una grilla de personas senior, que invirtieron y trabajaron muchas más horas de las acordadas, en temas desde la planeación estratégica, creatividad y desarrollos creativos de la cuenta durante 2012.

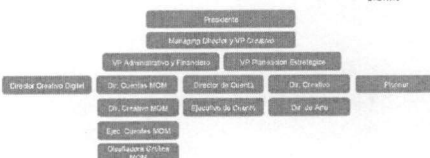
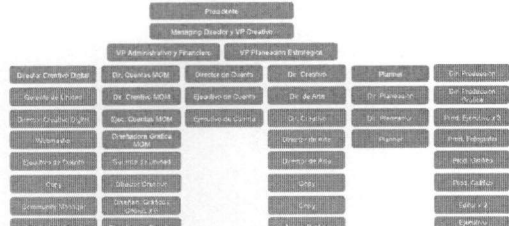
A continuación se detalla el comparativo de lo contratado vs lo real ejecutado y del equipo asignado a la cuenta vs el equipo reforzado en las diversas disciplinas de McCann.




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No 0106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPANIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

McCANN	McCANN
<p>COMPOSICIÓN DEL FEE 2012:</p> <p>McCann + BPN: \$426'989,630 + IVA</p> <p>Momentum: \$72'679,460 + IVA</p> <p>McCann Digital: \$18'000,000 + IVA*</p> <p>Portex: \$120'000,000 + IVA**</p> <p>TOTAL FEE AÑO: \$637'669,090 + IVA TOTAL FEE AÑO CON IVA: \$739'696,144 TOTAL FEE MES CON IVA (12 MESES): \$61'641,345 COMISIÓN MEDIOS: 2% ARTES FINALES: 35</p> <p><small>* Valor por fee de Redes Sociales. El resto del fee de McCann Digital está en el fee McCann. ** Valor por fee de Relaciones Públicas.</small></p>	<p>VALORIZACIÓN FEE 2012 CON TRABAJO REAL:</p> <p>McCANN momentum McCANN bpn</p> <p>Fee Global sin RRPP (según horas reales trabajadas para Positiva): \$940'032,727 + IVA</p> <p>Fee Global con RRPP: \$1,060'032,727 + IVA</p> <p>TOTAL FEE AÑO CON IVA: \$1,229'637,963</p>

A la izquierda el fee propuesto y facturado y a la derecha el fee real trabajado.

McCANN	McCANN
<p>EQUIPO TRABAJANDO 2012:</p> <p>McCANN momentum McCANN DIGITAL</p> 	<p>EQUIPO TRABAJANDO 2012:</p> <p>McCANN momentum McCANN DIGITAL</p> 

Equipo propuesto y presentado a Positiva en 2012, en el cuadro de la izquierda vs equipo real trabajado y asignado a Positiva durante la ejecución de la campaña 2012. Se puede apreciar el refuerzo de 29 personas adicionales para soportar la demanda en comunicación solicitada por Positiva responder a la cuenta.

INVERSIÓN PUBLICITARIA EN LA CATEGORÍA DE SEGUROS 2012

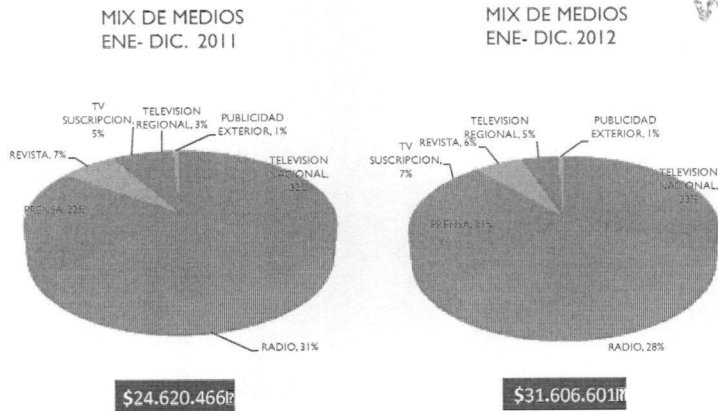
Para el año 2012 la inversión publicitaria en la categoría de seguros aumenta un 28% respecto al 2011 donde se pasó de \$ 24 mil millones de inversión a \$ 31 mil millones para 2012.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS N.º 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

El SOI de Positiva para 2012 fue de un 10% donde el rubro reportado por IBOPE fue de \$ 3 mil millones de pesos y donde ocupamos el 5 lugar en la categoría de seguros respecto a la inversión.

Tal como el año 2011 Seguros Bolívar se mantiene líder en la inversión publicitaria con 7 mil millones de pesos en inversión 2012, seguido de la Agencia de Seguros Falabella con 6 mil millones y Sura con 5 mil millones de pesos. Se evidencian otras compañías aseguradoras con fuerte inversión publicitaria como COOMEVA y ALLIANZ Colseguros.



Fuente: Ibope. Invs. en miles (000) netos.

McCann Worldgroup

Finalmente se aprecia que el medio más utilizado para pautar en la categoría es Televisión nacional con un 33%, Radio 28%, Prensa 21%, Televisión por Suscripción 7%, Revistas 6% y Televisión Regional 5%. En todos estos medios Positiva tuvo presencia a lo largo del año, sumado a temas digitales, de redes sociales y apoyo de activaciones de marca con eventos.

Plan de Medios 2012

Como parte fundamental del objeto del contrato está el desarrollo de estrategias de medios de comunicación masivos y alternativos, basándose en los lineamientos de la estrategia de la compañía y el target definido, aprobada previamente por el supervisor del contrato. Cumpliendo con este compromiso, se realizó en la presentación del plan de medios general para la campaña Institucional que incluyó: franjas, alcance, frecuencia, objetivos de medios, audiencias, programas, intensidad, fechas, páginas, formatos de




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPANIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

pauta, TRP's, costos y descuentos logrados, es decir, todos los detalles para la implementación entre otros.

Se realizó durante toda la ejecución del contrato el chequeo y control de la pauta ordenada con pruebas de emisión, reportes que fueron entregados a la supervisión del contrato mes a mes. Igualmente se presentaron dentro de la ejecución del contrato los resultados arrojados por los diferentes estudios de medición existentes en el mercado como lo son: Ibope para televisión, EGM y TGI para radio e impresos.

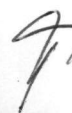
Durante el 2012 para la promoción de las diversas campañas se decide abrir el flow Chart a Vida Grupo, ARL y Renta Vitalicia de acuerdo con el lineamiento estratégico establecido.

Flow Chart Vida Grupo 2012

SEGUROS DE VIDA													INVERSION TOTAL	301					
Medio	ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE				OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE
TV NACIONAL	Semanas Duración	8 ^h	5 ^h y 10 ^h	40 ^h	40 ^h y 10 ^h	20 ^h	11	14	10 ^h	10 ^h	14	20 ^h y 10 ^h	14	14	14	14	14	14	14
Inversión Neta TV Nat	No. clases	15.988.320	150.416.132	59.833.347	153.419.393	45.123.824	82.285.467	80.742.547	133.550.765	726.334.394									
Eliminatorias al Mundial	Semanas Duración																		
Inversión Neta TV Nat	No. clases																		
TV POR CABLE	Semanas Duración																		
TNT-INTERNATIONAL GEOGRAPHIC-ESPN	No. clases Canal																		
Inversión Neta TV Cable																			
TV LOCAL	Semanas Duración																		
CITY TV	No. clases																		
Inversión Neta TV local																			
RADIO	Semanas Duración																		
RADIO NACIONAL	No. Clases																		
Inversión Neta Radio Nat																			
RADIO REGIONAL	Semanas Duración																		
Inversión Neta Rad Regional	No. Clases																		
PRENSA	Semanas Duración																		
Periodicos	No. avisos																		
Inversión Neta Prensa																			
INTERNET	Semanas Duración																		
Facebook, El Tiempo, El Colombiano, El País, El Heraldo	Impresiones Clicks																		
Inversión Neta Internet																			
INVERSION VIDA GRUPO	Inversión Neta	15.988.320	150.416.132	146.066.935	292.860.440	172.226.222	159.758.011	124.041.596	166.299.960	1.206.666.616									
Ive 10%		2.558.131	24.066.901	23.650.550	47.817.670	27.556.195	22.361.282	19.646.655	24.847.994	192.905.379									
Comision 3%		319.766	3.000.363	2.991.318	5.977.209	3.444.524	2.795.190	2.400.632	3.105.899	24.113.172									
Ive sobre comision 10%		51.163	451.338	477.011	955.353	551.124	447.226	395.933	495.990	3.855.105									
Gran Total		16.917.280	177.974.733	176.274.815	353.611.672	204.773.068	185.361.678	146.786.917	183.750.913	1.426.535.274									
INVERSION ACUMULADA		16.917.280	196.892.114	196.892.114	373.296.928	726.678.691	930.656.668	1.096.918.344	1.242.704.261	1.426.535.274									

Para el ramo de vida grupo se realizó una inversión de 1.426 millones de pesos en donde el mes de mayo se realiza una pequeña pauta en televisión nacional con la aparición de 40 comerciales al aire en los canales RCN y Caracol con la realización y producción de dos infografías y un comercial referencia Sin Grupo.

Desde el mes de junio hasta diciembre se implementa una pauta continua para el ramo de Vida Grupo en diversos medios y referencias, en radio nacional, regional, prensa

000106

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

nacional y regional e internet. Siendo este un ramo nuevo para Positiva se lograron explorar diversos medios de pauta en diferentes medios para posicionar el ramo y el producto con el slogan "Si eres parte de un grupo, sácale provecho".

Se producen para radio las referencias Cantantes Líricos y Narradores Deportivos y para impresos se produce la referencia Surf con el fin de dar a conocer y promocionar el producto Renta Vitalicia.

Flow Chart Renta Vitalicia 2012

Medio	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	INVERSION TOTAL	SOI
TV NACIONAL											
Semanas											
Duración			10"	10"	30" - 20"	10" - 30"	20" y 10"	10"			
No. clips			38	3	16	17	20	28			113
Inversión Neta TV Nat			86.166.604	16.279.480	69.591.773	64.480.221	74.208.200	48.219.147			614.3
TV REGIONAL											
Semanas											
Duración			10"	10"	30"	10"	10"	10"			
No. clips			72	7	48	47	48	48			215
Inversión Neta TV Reg			12.476.148	27.025.432	8.891.611	9.855.199					87.385.750
TV LOCAL											
Semanas											
Duración						30"	10"	10"			
No. clips						3	7	8			18
Inversión Neta TV Loc						3.000.001	1.750.000	2.000.000			6.750.001
RADIO											
Semanas											
Duración			30"	30"	30"	Publi Melodia	30" y Publi Melodia				
No. Clips			33	34	35	6	33				141
Inversión Neta Radio Nat			33.880.744	34.388.359	34.440.744	6.724.200	32.985.074				142.388.118
RADIO REGIONAL											
Semanas											
Duración			30"	30"	30"	30"	30"				
No. Clips			188	185	185	495	495				2.310
Inversión Neta Rad Regional			1.394.703	6.975.899	4.181.833	2.788.958	4.181.818				18.831.707
PATROCINIO EMISORAS COMUNITARIAS											
Semanas											
Duración					30" y 20"	30" y 20"					
No. Emisores					80	80					80
Inversión Neta Rad Regional					5.250.000	31.250.000					36.500.000
PRENSA											
Semanas											
Tamaño	2 COL Y 6 CMS		3 COL Y 6 CMS		3 COL Y 6 CMS	3 COL Y 6 CMS		4 COL Y 6 CMS		3 COL Y 6 CMS	
No. avisos	6		18		8	1		6		3	86
Periodicos	D: TiempoADN-D: Espectador-D: Colombiano-D: País-D: Heroldo		Regiones		D: TiempoADN-D: País-D: Heroldo-D: Espectador	Regiones - D: Colombiano		D: TiempoADN-D: Espectador-D: Colombiano-D: País-D: Heroldo, Periodico		ADN-D: País-D: Heroldo	
Inversión Neta Prensa	6.917.507		24.333.417		21.225.863	11.235.420		43.350.636		16.278.884	116.357.704
REVISTAS											
Semanas											
Tamaño						1				1	
No. avisos						1				1	3
Inversión Neta Revistas						10.200.000		6.840.000		16.000.000	28.840.000
INVERSION RENTA VITALICIA											
Inversión Neta	8.017.807		112.406.021	64.020.076	195.711.120	176.320.020	94.634.866	129.748.473		20.278.264	796.956.748
iva 15%	982.801		17.984.803	10.244.812	30.993.779	28.195.205	15.123.945	20.759.756		3.244.618	127.509.719
Comision 2%	120.350		2.248.100	1.280.602	3.674.223	3.524.401	1.890.493	2.594.969		405.577	15.938.715
iva sobre comisión 18%	18.256		359.096	204.896	619.878	563.904	302.479	415.195		64.892	2.550.194
Gran Total	7.119.414		132.997.621	75.760.386	229.199.996	208.503.528	111.841.573	153.918.393		23.993.962	942.934.375
INVERSION ACUMULADA	7.119.414	7.119.414	140.117.535	216.077.920	445.076.917	653.600.456	765.422.029	919.340.423		942.934.375	796.956.748

Para el ramo de Renta Vitalicia, nuevo para Positiva en cuanto producto y promoción, se realizan diversas referencias para pauta en medios bajo el slogan "Lo que no sabes puede ser un riesgo para ti, lo mismo sucede con tu pensión" el cual comienza su aparición en el mes de abril con pauta en prensa en formato viruela.

Ya para el mes de junio el ramo comienza a tener apariciones en televisión nacional con infografías de 10 segundos y pauta en radio.

Para los meses de julio a diciembre lanzamos el comercial referencia tenis el cual aparece en televisión nacional, cable, tv regional. Reforzado con pauta en radio con las referencias




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

salmón y caballo, las cuales de acuerdo a la estrategia mantienen un tono divertido en su mensaje.

Flow Chart ARL 2012

		ARP																			
Fecha:		220-113																			
Medio		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		INVERSION TOTAL	
TV NACIONAL	Semanas																				
	Duración																				
	No. clases																				
Inversión Neta TV Nat		34,176,388		113,371,350		113,371,350		113,371,350		113,371,350		113,371,350		113,371,350		113,371,350		113,371,350		45	
Patrocinio Sección Noticiero CMS	Semanas																				
	Duración																				
	No. clases																				
Inversión Neta TV Nat		3,000,000		16,000,000		16,000,000		16,000,000		16,000,000		16,000,000		16,000,000		16,000,000		16,000,000		47%	
TV CABLE	Semanas																				
	Duración																				
	No. clases																				
Inversión Neta Tv Cable		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		5%	
CITY TV	Semanas																				
	Duración																				
	No. clases																				
Inversión Neta Tv local		6,000,000		6,000,000		6,000,000		6,000,000		6,000,000		6,000,000		6,000,000		6,000,000		6,000,000		2%	
RADIO	Semanas																				
	Duración																				
	No. Clases																				
Inversión Neta Radio Nat		27,597,200		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		10%	
Radio Regional	Semanas																				
	Duración																				
	No. Clases																				
Inversión Neta Rad Regional		6,372,686		4,683,618		5,376,157		5,376,157		5,376,157		5,376,157		5,376,157		5,376,157		5,376,157		2%	
PRENSA	Semanas																				
	Tamaño																				
	Periodicos																				
Inversión Neta Prensa		6,995,000		25,489,000		45,593,120		1,382,400		1,382,400		1,382,400		1,382,400		1,382,400		1,382,400		16%	
INTERSET	Semanas																				
	Impresiones																				
	Clicks																				
Inversión Neta Internet		199,399		113,258		113,257		113,257		113,257		113,257		113,257		113,257		113,257		9%	
REVISTAS	Semanas																				
	Tamaño																				
	No. avisos																				
Inversión Neta Revistas		5,372,840		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		2%	
REVISTAS ESPECIALIZADOS	Semanas																				
	Tamaño																				
	No. avisos																				
Inversión Neta m. especializados		1,500,000		1,419,000		10,000,000		5,419,000		2,319,000		2,319,000		2,319,000		2,319,000		2,319,000		2%	
DOH	Semanas																				
	No. avisos																				
	Ciudades																				
Inversión Neta DOH		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		4%	
INVERSION TOTAL APP	Inversión Neta	7,072,840		31,812,000		114,339,738		192,001,110		223,731,661		165,220,359		147,259,944		8,889,000		471,271,428		100%	
	IVA 19%	1,300,932		23,198,571		23,506,785		52,023,240		108,059,827		88,348,481		64,813,750		3,369,449		319,001,471			
	Comisión 2%	-480,177		3,140,251		2,933,244		6,523,655		13,503,253		11,943,556		8,063,919		419,222,586		372,745,247			
Gran Total		6,592,663		34,950,821		140,873,267		248,524,005		345,234,744		266,111,396		259,643,213		12,258,449		763,018,146			
INVERSION ACUMULADA		8,889,703		40,203,639		199,219,666		406,609,059		628,665,020		848,440,908		1,020,761,960		1,030,662,609		1,871,271,956			
INVERSION TOTAL SEGUROS DE VIDA - ARP	Inversión Neta	22,008,827		157,491,872		148,917,221		331,432,748		673,372,670		582,177,818		403,210,985		401,119,914		184,137,824		2,873,388,096	
	IVA 19%	4,500,932		23,198,571		23,506,785		52,023,240		108,059,827		88,348,481		64,813,750		3,369,449		23,882,762		483,918,569	
	Comisión 2%	-480,177		3,140,251		2,933,244		6,523,655		13,503,253		11,943,556		8,063,919		419,222,586		372,745,247		57,477,321	
Gran Total		21,528,650		183,770,694		174,350,740		377,932,743		774,923,290		682,467,854		532,834,154		534,711,750		235,765,833		3,454,173,986	
INVERSION ACUMULADA		28,037,294		212,380,730		388,212,188		778,384,415		1,577,468,357		2,230,802,149		2,707,881,362		3,140,593,444		3,400,358,318		2,873,388,096	
Resumen por Medio	Tv Nat	16,584,320		160,842,124		33,168,834		110,765,420		192,001,110		223,731,661		165,220,359		147,259,944		8,889,000		1,555,233,783	
	Tv Regional y local	6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		6,348,000		129,299,739	
	Radio	27,597,200		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		6,564,476		54,108,764	
Prensa	6,995,000		25,489,000		45,593,120		1,382,400		1,382,400		1,382,400		1,382,400		1,382,400		1,382,400		451,772,899		
Internet	199,399		113,258		113,257		113,257		113,257		113,257		113,257		113,257		113,257		372,745,247		
Revistas	5,372,840		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		5,368,820		120,019,911		
Revistas Especializadas	1,500,000		1,419,000		10,000,000		5,419,000		2,319,000		2,319,000		2,319,000		2,319,000		2,319,000		87,549,585		
DOH	34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		34,197,292		
Total		21,528,650		183,770,694		174,350,740		377,932,743		774,923,290		1,577,468,357		2,230,802,149		2,707,881,362		3,140,593,444		2,873,388,096	




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

Para el ramo de ARL, ramo core de Positiva, se decide continuar con el copy de cada empresa es diferente y necesita soluciones diferentes y adicional se integra el concepto de lo bueno debe ser para todos para el ramo.

La pauta se compone de una referencia de televisión llamada Maratonistas de Bolsa, la cual es puesta al aire en televisión nacional, regional y cable, así como en internet. Para prensa y revistas se realiza la referencia Hidrocarburos, Rayito de Sol y Trasteos. Y también como apoyo a la estrategia se producen las referencias radiales como Profesora y Doctor.

La inversión en medios total para los 3 ramos de acuerdo a la central de medios BPN fue de \$ 3.400.358.318 millones de pesos, incluido IVA.

Campaña ATL Print 2012

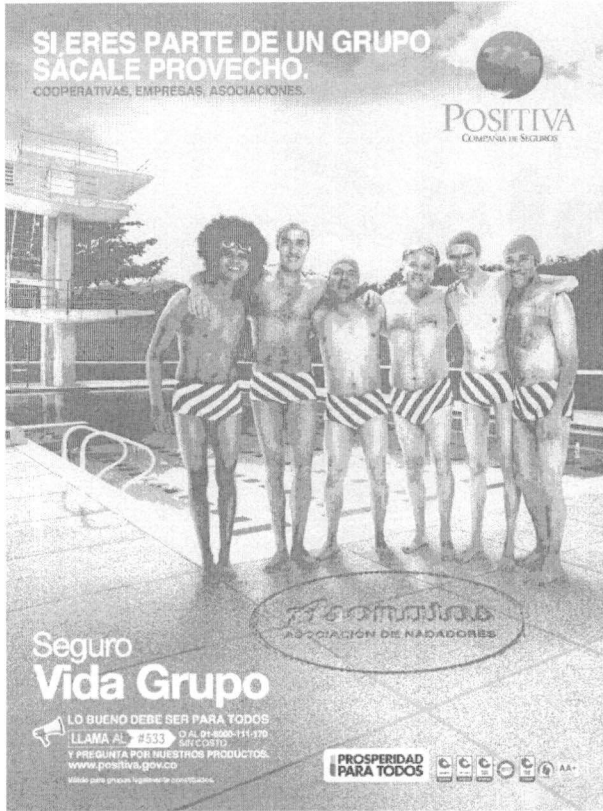
Algunos ejemplos de los prints ATL trabajados durante 2012.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON
CORPORATION S.A.

Vida Grupo?

SI ERES PARTE DE UN GRUPO
SÁCALE PROVECHO.
COOPERATIVAS, EMPRESAS, ASOCIACIONES.



POSITIVA
COMPAÑIA DE SEGUROS

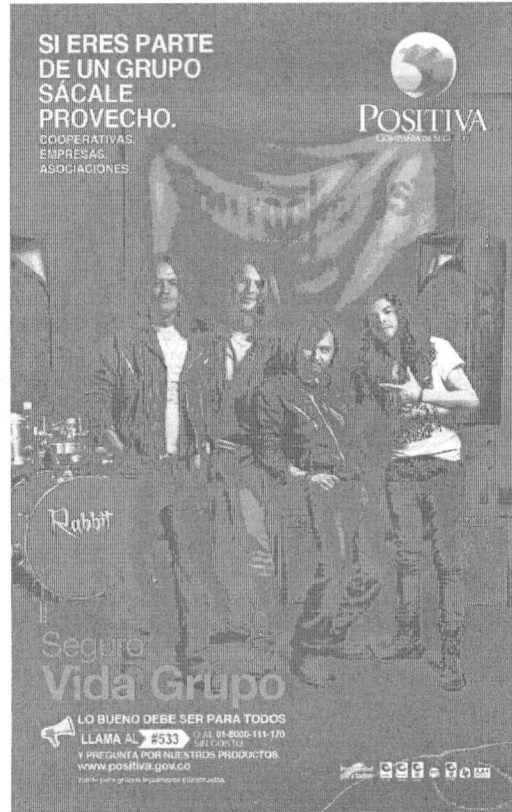
Seguro
Vida Grupo

LO BUENO DEBE SER PARA TODOS
LLAMA AL #533 O AL 01-8000-111-170
SIN COSTO
Y PREGUNTA POR NUESTROS PRODUCTOS.
www.positiva.gov.co

PROSPERIDAD
PARA TODOS

AA

SI ERES PARTE
DE UN GRUPO
SÁCALE
PROVECHO.
COOPERATIVAS,
EMPRESAS,
ASOCIACIONES.



POSITIVA
COMPAÑIA DE SEGUROS

Seguro
Vida Grupo

LO BUENO DEBE SER PARA TODOS
LLAMA AL #533 O AL 01-8000-111-170
SIN COSTO
Y PREGUNTA POR NUESTROS PRODUCTOS.
www.positiva.gov.co

PROSPERIDAD
PARA TODOS

AA




CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

ARL?



Handwritten signature

Handwritten mark

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON
CORPORATION S.A.

Renta Vitalicia

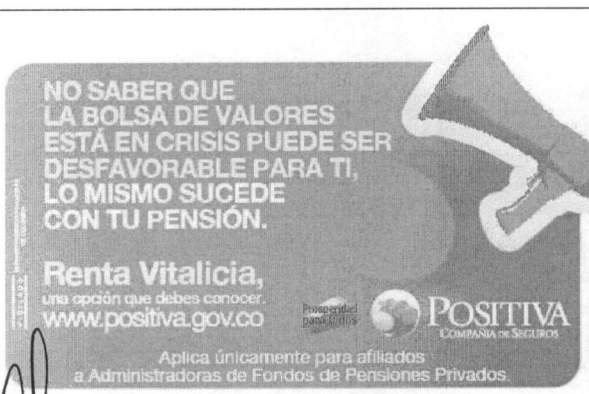


LO QUE NO SABES PUEDE SER UN RIESGO PARA TI. LO MISMO SUCEDE CON TU PENSIÓN.

POSITIVA
COMPANIA DE SEGUROS

Seguro Renta Vitalicia
Es algo que debes conocer si estás próximo a pensionarte.

LEAMA AL 011 2500 1111 UNICAMENTE POR MEDIO DE LOS PRODUCTOS DE RENTA VITALICIA



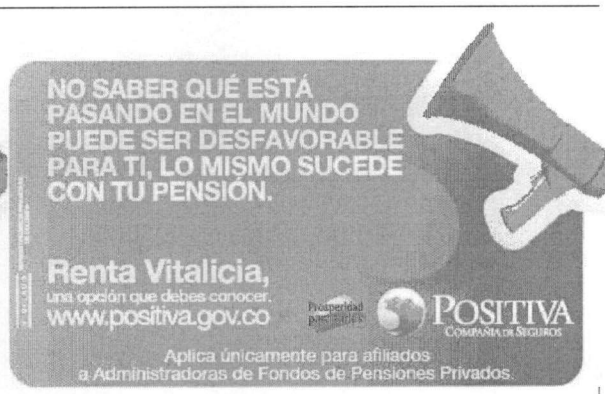
NO SABER QUE LA BOLSA DE VALORES ESTÁ EN CRISIS PUEDE SER DESFAVORABLE PARA TI, LO MISMO SUCEDE CON TU PENSIÓN.

Renta Vitalicia,
una opción que debes conocer.
www.positiva.gov.co

Prosperidad para todos

POSITIVA
COMPANIA DE SEGUROS

Aplica únicamente para afiliados a Administradoras de Fondos de Pensiones Privados.



NO SABER QUÉ ESTÁ PASANDO EN EL MUNDO PUEDE SER DESFAVORABLE PARA TI, LO MISMO SUCEDE CON TU PENSIÓN.

Renta Vitalicia,
una opción que debes conocer.
www.positiva.gov.co

Prosperidad para todos

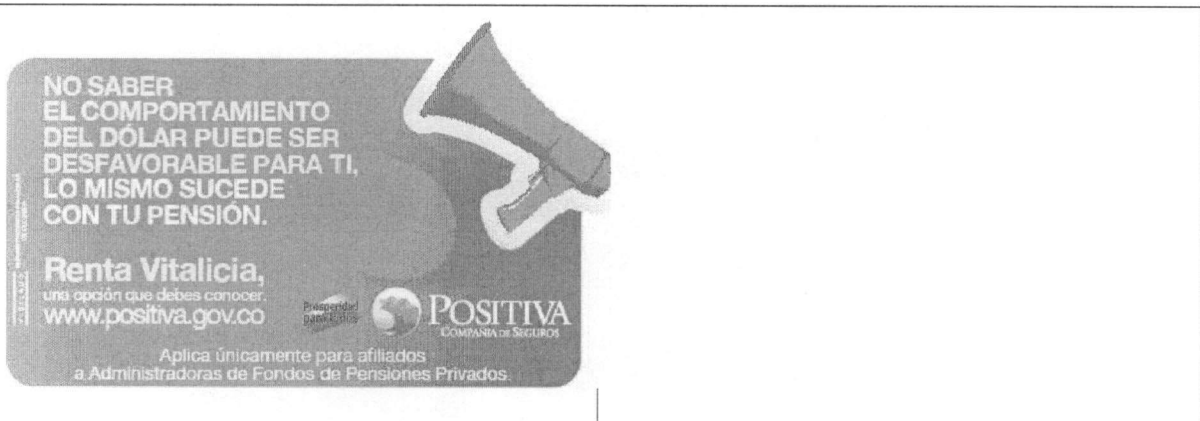
POSITIVA
COMPANIA DE SEGUROS

Aplica únicamente para afiliados a Administradoras de Fondos de Pensiones Privados.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON
CORPORATION S.A.



3) Para los años de 2013 y 2014 Positiva requiere continuar dentro de su proceso de promoción con su campaña integral de comunicaciones, con activaciones en las diversas disciplinas de la comunicación, con cambios desde la estrategia de comunicación direccionada por el Dr. Gilberto Quinche Toro, presidente de Positiva Compañía de Seguros, donde se dejará o pasará de hablar de productos y ramos para pasar a hablar y establecer una comunicación a las personas, basados en sus necesidades, en el conocimiento del cliente e implementando y posicionando el slogan Lo Bueno Debe Ser Para Todos.

Con el slogan y a través de la su difusión, posicionamiento e implementación, así como la promoción de la marca, en diversos medios y actividades, se creará con el público vinculos pero con un enfoque en la comunicación más hacia las personas y sus necesidades presentes y futuras y encontrar un rol en la vida de nuestros clientes y futuros clientes en los diversos ramos de la compañía.

Para esto se invita directamente a McCann por su experiencia, conocimiento de la marca, más de 200 reuniones de planeación estratégica, entre 2011 – 2012, más de 7.552 horas trabajadas en 2012 y 5.954 horas en 2011, más la producción de las campañas y toda la puesta en comunicación para 2011 y 2012 para que continúen con el proceso de comunicación en las diversas disciplinas.

Por qué consideramos que es importante el proceso de continuidad con una agencia de publicidad que haya trabajado ya campañas de comunicación y realización de planeación y ejecución estratégica:



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

1. **CONSISTENCIA ESTRATÉGICA PARA MARCAS PODEROSAS:**
La consistencia es fundamental en la en la elaboración de estrategias de largo plazo que contribuyan a la construcción de marcas poderosas y sostenibles en el tiempo.

El tener consistencia con una agencia con la cual se tiene una buena relación y se han obtenido buenos resultados es importante, ya que le da a la empresa contratante la posibilidad de planear una construcción de marca en el tiempo, con objetivos medibles a corto, mediano y largo plazo. Igualmente le garantiza una constante trazabilidad del cumplimiento de los objetivos en un periodo de tiempo extendido, lo que permite tener resultados históricos que demuestren el valor de la gestión en el tiempo.

El trabajo continuo con la misma agencia asegura que las estrategias planteadas para un año, recojan los resultados y aprendizajes del anterior y se logren ejecuciones más acertadas y más alienadas con los objetivos, construyendo marcas cada vez más poderosas. Según Al Ries, autor del libro Posicionamiento: Batalla por la Mente, "Si se puede construir una marca poderosa, se tendrá un programa de mercadeo poderoso. Si no se puede, toda la publicidad, empaques elegantes, promociones, diseños web y relaciones públicas en el mundo no ayudarán a cumplir los objetivos".

2. **REDUCCIÓN DE TIEMPOS MUERTOS:** La consistencia asegura, además de aumentar la posibilidad de poder construir una marca poderosa, la reducción de los tiempos muertos en donde la marca está fuera del aire. El proceso de pensamiento a largo plazo que lleva a las estrategias que serán valiosas para la marca, es realmente viable si se evitan al máximo los momentos en los que la marca deja de comunicar.

Estos tiempos muertos se consideran muy dañinos para la marca, ya que hacen que se diluya lo que se ha venido construyendo desde la comunicación. Esto se refleja directamente en los indicadores de salud de marca. La consistencia permite anticiparse a los cambios en los objetivos y necesidades del cliente, logrando que las estrategias puedan evolucionar al mismo tiempo, sin perder tiempo en planeación y evitando así tiempos muertos.

3. **AHORRO DE TIEMPO DE ACOPLAMIENTO:** Cuando una agencia comienza a trabajar con su empresa contratante, recibe una gran cantidad de información sobre la marca y sus productos, ya que del conocimiento que tenga la agencia y sus equipos sobre el negocio del cliente, dependerá lo alineadas que estén las estrategias con los objetivos y necesidades reales de la marca. Este conocimiento o 'know-how' tiene un valor importante para ambas partes y el proceso de entrega del mismo a la agencia requiere de un tiempo prudente que las diferentes áreas de la empresa contratante deben invertir en las sesiones de capacitación.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

Un equipo consistente en el tiempo le garantiza a la compañía que ese conocimiento que se esforzó en entregar, sea retenido e interiorizado por la agencia en las estrategias que van a construir valor para la marca. Tener una agencia con amplio conocimiento de la marca ayuda también a reducir sustancialmente los tiempos de ajustes y re-procesos, asegurando una mayor eficiencia en tiempos y procesos de producción y ejecución.

3. ESTRUCTURAS Y EQUIPOS CADA VEZ MÁS EFICIENTES: El trabajo continuo de la compañía con una agencia le puede asegurar, por medio de la experiencia adquirida, un profundo conocimiento de las estructuras de parte y parte que mejor funcionan para cumplir con los objetivos que se han trazado. El conocimiento adquirido sobre las estructuras, gracias a un trabajo constante, hace que sea más fácil adaptarlas a los cambios que surgen en las necesidades y objetivos de la marca, logrando siempre tener la mayor eficiencia y optimización de los recursos. En otras palabras, el mejoramiento continuo de las estructuras para que se acoplen de forma más eficiente a las necesidades de positiva, garantiza optimización de los procesos que generan ahorro y disminuyen el desperdicio de recursos.

Adicionalmente se considera necesario celebrar un contrato por prestación de servicios con la agencia de publicidad McCann Worldgroup quien a través de los años se ha caracterizado por su liderazgo tecnológico y ha contado siempre con un equipo global dedicado a implementar en todas las oficinas de su red mundial, los últimos avances permaneciendo así a la vanguardia; En McCann Colombia cuentan con capacidad técnica, operativa y logística de última generación, cuya efectividad es diariamente comprobada, capacidad garantizada para Positiva durante toda la ejecución del contrato, con el fin de lograr el óptimo desarrollo del mismo.

Para cumplir los objetivos de comunicación establecidos para la marca y sus productos, La agencia se enfoca en 5 procesos y sus actividades:

Cuentas: Coordinación y alienación de todas las disciplinas de comunicación; comunicación directa con el cliente y canalizador de la información hacia las diferentes áreas involucradas; seguimiento y control de los diferentes proyectos.

Planeación: Desarrollo y control de la estrategia general de marca y de los diferentes proyectos y campañas que lo requieran; seguimiento, medición, efectividad campaña.

Creatividad: Diseño de ejecuciones en cada una de las disciplinas que se desprenden de la estrategia general de marca para apoyar las diferentes necesidades de comunicación; control de producción.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.

Producción: Cotización y selección de proveedores; control del proceso de producción de cada ejecución.

Medios: Realización de estrategias, planes, compras y ordenación de medios para la pauta de todas las iniciativas; preparar informes de seguimiento según herramientas.

CREDENCIALES: Como agencia integral de comunicación, maneja diferentes disciplinas así:

Estrategia de Marca: “**McCANN**”; Publicidad y Estrategia de Marca Insights; consumidor y mercado, poder creativo, marketing digital.

Experiencia de Marca: “**Momentum**”; BTL, eventos, cultura marketing, presencia de marca, promociones, patrocinios.

Estrategia, Creatividad y Medios Digitales: “**MRM Worldwide**”; Mercadotecnia relacional, respuesta directa, administración de base de datos, desarrollo de websites, estrategias digitales dirigidas al consumidor.

Planeación y compra de medios: “**Curiosity Works**”; Planeación de medios, estrategia de medios, compra de medios, research, desarrollo digital.

Comunicación especializada en el sector salud: “**McCANN Health**”; Comunicaciones de atención de salud para el consumidor, educación médica detailing, capacitación a representantes de ventas, servicios de nuevos medios, consultoría estratégica..

Servicios de Producción: “**Craft**”; Artes finales, edición de tv, radio, soporte tecnológico, software retail, 3D, fotografía, producción gráfica, merchandising.

Identidad corporativa y arquitectura de marca: “**Future Brand**”; identidad de marcas, arquitectura de marcas, diseño interior, diseño industrial, denominación de nombres, diseño de paquetes, valorización de marcas.

Relaciones Públicas: “**Weber Shandwick**”; prácticas globales en todos los sectores, relaciones con el inversionista, asuntos públicos, comunicaciones corporativas, servicios de nuevos medios.

UNIDADES ESPECIALIZADAS:

Consumidor Emergente: *McCANN BARRIO*, fuentes de información, estudios propios, técnicas de investigación creativa, consultoría estratégica, proyectos llave en mano.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

Investigación Creativa: *CANN Labs*, investigación creativa que permita obtener verdaderos insights de consumidor a través de metodologías diferentes de entendimiento de comportamientos humanos.

Punto de Venta: *Retail Solutions*, consultoría, asesoría, shopper, diseño industrial, diseño interior, visual marketing.

La agencia se encuentra adscrita a CMI online (Center form Marketing Inteligence), portal exclusivo de IPG con información de consumidor, tendencias, investigaciones y compañías.

EQUIPO POSITIVA

McCANN WORLDGROUP

McCANN: Estrategia de marca.

Bpn: Planeación y compra de medios.

Momentum: Activaciones y eventos.

McCANN Digital: Estrategia, creatividad y medios digitales.

CANN Labs: Investigación creativa.

RetailSolutions: Diseño y estrategia punto de venta.

Future Brand: Arquitectura de marca e identidad corporativa.

Position: Comunicación corporativa y relacionamiento.

Unidades Especializadas:

McCANN BARRIO: Consumidor emergente; fuentes de información, estudios propios, técnicas de investigación creativa, consultoría estratégica, proyectos llave en mano.

McCANN cuenta con un conjunto de sistemas de información especializados totalmente en línea sobre un motor de base de datos SQL 2008 y erp Microsoft Dynamics que se manejan en servidores de alta escalabilidad con un robot de backups y almacenamiento en sitio de redundancia geográfica, que genera garantía de seguridad y respaldo de la información del cliente en cualquier instante.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.

Un completo set de sistemas de información orientados a la producción y estrategia del contrato de Positiva Compañía de Seguros, con información oportuna y confiable desde el inicio del proceso hasta el cierre del mismo en el área contable.

Servicios Adicionales:

McCANN puede compartir todos los estudios propios locales, regionales y globales que contribuyan con el mejor entendimiento del consumidor, tendencias, información de la categoría o sectores afines para generar iniciativas y estrategias de conexión con la categoría.

CMI ONLINE (Center of Marketing Intelligence), es quizás una de las herramientas más poderosas de McCann Worldgroup. Este portal, exclusivo para los empleados de Interpublic Group of Companies (Holding de McCann) y sus clientes consolida información vital de consumidor, tendencias, investigaciones, etc, en alianza con firmas como Euromonitor, Gartner, Mintel, Yankelovich, Planet Retail y Standard and Poors entre otros.

Son aliados de Raddar Consumo Colombia, que es una herramienta que proyecta todos los meses, la forma como el consumidor va a reasignar su presupuesto de compra de 403 productos finales. Y lo hace antes que él mismo lo sepa. También le permite conocer los comportamientos pasados y presentes para detectar tendencias futuras.

También tiene la capacidad de generar periódicamente dos tipos de reportes:

McCann Headlines: que muestra las noticias más relevantes de la categoría en Colombia y el mundo y también consolida ejemplos creativos internacionales recientes de diferentes categorías.

McCann Brain Food: que es un reporte de tendencias globales en diferentes sectores. Se encuentra información de consumo, de medios, de publicidad, de marketing, etc.

OOMM: es un reporte que comparte lo último en actividades BTL y eventos.

Digital Pills: recoge lo último en tendencias e innovación del mundo digital.

4) Que **EL CONTRATISTA** no se encuentra en el Boletín de Responsables Fiscales de la Contraloría General de la República.

5) Que para amparar el presente contrato se cuenta con los certificados de disponibilidad presupuestal No 2013000248 expedido el 13 de Febrero de 2013, por el área de presupuesto de **POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**, por la suma de **\$6.947.933.713.00** el cual se afectará en su totalidad y No.2014000028 expedido el 17 de



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

Septiembre de 2012, por el área de presupuesto de **POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**, por la suma de **\$5.000.000.000.00** el cual se afectará en su totalidad.


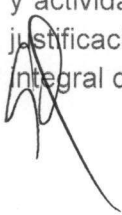
Como consecuencia de lo anteriormente expuesto las partes acuerdan:

CLÁUSULA PRIMERA.--OBJETO

EL CONTRATISTA se obliga a prestar los servicios profesionales integrales de comunicación y publicidad que atienda las necesidades institucionales, de ramos y productos de **POSITIVA**, para lo cual se compromete a desarrollar en forma específica, las siguientes actividades.

- (i) Desarrollo de campañas publicitarias;
- (ii) Producción de material;
- (iii) Manejo de material publicitario;
- (iv) Planeación y compra de medios;
- (v) Desarrollo de estrategias y planes de medios;
- (vi) Evaluación de resultados;
- (vii) Actividades de BTL;
- (viii) Relaciones públicas (relaciones con prensa y eventos);
- (ix) Manejo de la comunicación con los Key Accounts de **POSITIVA**;
- (x) Coordinación de los Patrocinios que **POSITIVA** requiera o decida realizar;
- (xi) Diseño y producción de material para comunicación ON LINE (Digital), y;
- (xii) Asesoría permanente en las actualidades publicitarias del mercado y de la competencia.

PARAGRAFO PRIMERO: NIVELES DE SERVICIO Y OPERACIÓN: Para mayor ilustración y definición de los términos del presente Contrato, se entiende que los servicios y actividades a prestar y realizar están descritas en el anexo No. 1 del presente texto, la justificación, la propuesta del contratista con sus anexos, documentos que hacen parte integral del presente contrato.



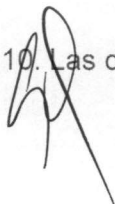
CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

CLÁUSULA SEGUNDA.-OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:

OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

EL CONTRATISTA en cumplimiento del contrato, estará obligado a:

1. Cumplir con el objeto del contrato.
2. Guardar absoluta confidencialidad del "Know How" de los procesos y directrices de **POSITIVA**, que conozca con ocasión de la ejecución del presente contrato.
3. Radicar las facturas de cobro dentro de los plazos establecidos.
4. Presentar los documentos, artes y demás piezas publicitarias que se requieran, dentro del plazo establecido en los acuerdos de niveles de servicio, cumpliendo con los requisitos de orden técnico, exigidos como condición previa e indispensable para iniciar el contrato.
5. Obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando dilaciones.
6. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
7. Mantener reserva sobre la información que le sea suministrada para el desarrollo o con objeto del contrato.
8. Mantener vigentes todas las garantías que amparan el contrato, en los términos del mismo.
9. El cumplimiento de sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral y Parafiscales (Caja de Compensación Familiar, Sena e ICBF), de acuerdo con el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 y el artículo 1 de la Ley 828 de 2003.
10. Las demás que por ley o contrato le correspondan.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

11. Cumplir con las condiciones jurídicas, técnicas, económicas y comerciales presentadas en la propuesta.
12. Mantener estricta reserva y confidencialidad sobre la información que se reciba a través de comunicaciones escritas, verbales, materiales, presentaciones, conversaciones y reuniones, que se compartan por causa del contrato.
13. Responder por el material escrito, medio magnético o audiovisual que le sea entregado o que se desarrolle durante la ejecución del contrato.
14. Cumplir estrictamente con la relación del personal presentado en la propuesta y con el porcentaje de tiempo que cada uno de los cargos dedicará a la ejecución del contrato.
15. Emplear personal responsable, idóneo y que posea el suficiente profesionalismo, técnica, práctica y conocimiento.
16. Desarrollar el objeto del contrato de conformidad con la naturaleza del mismo y asegurar la oportuna, eficaz y eficiente prestación de este y responder por su calidad.
17. Realizar plan de trabajo, cronograma de actividades y reuniones de seguimiento y revisión que den cuenta de la evolución del proceso, los cuales deben evidenciar una secuencia lógica de los pasos necesarios que se deben llevar a cabo para la correcta y oportuna ejecución del contrato.
18. Atender las indicaciones, observaciones y solicitudes emitidas por el Supervisor del contrato en referencia a la ejecución del mismo. Corregir las fallas y reemplazar los productos solicitados que no se encuentren acorde con lo solicitado, dentro del plazo razonable y acordado.
19. Mantener informado al Supervisor del contrato y asegurar que él se entere de cualquier novedad, suceso o anomalía tanto verbal como por escrito.
20. Cumplir con las disposiciones legales y reglamentarias referentes a Higiene y Seguridad Industrial.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 0.00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

21. Las demás que por ley o contrato le correspondan.

OBLIGACIONES ESPECIALES

EL CONTRATISTA en cumplimiento del contrato, estará obligado a:

- Asesorar en el desarrollo de estrategias en la planeación, selección, ejecución y compra de plan de medios masivos, en conjunto con la central de medios. **POSITIVA** podrá sugerir medios ATL que hagan parte del plan de medios. Adicionalmente, McCann podrá sugerir medios alternativos basándose en los lineamientos de la estrategia de marca y el target acordado. Deberá planear, analizar, recomendar, negociar, comprar y hacer seguimiento a la pauta de medios, audiencias, programas, intensidad, fechas, páginas, formatos de pauta, TRP'S, costos y descuentos logrados, es decir todos los detalles para la implementación entre otros. Deberá presentar los resultados arrojados por los diferentes estudios de medición existentes como IBOPE, EGM Y TGI.

Adicional deberá realizar el chequeo y control de la pauta ordenada con pruebas de medición. Responderá por la pauta y el pago directo y oportuno a los proveedores, siempre y cuando **POSITIVA** haya hecho el respectivo pago a **EL CONTRATISTA**.

- Coordinar en conjunto con **POSITIVA** el análisis de los patrocinios, eventos, activaciones de marca y demás actividades BTL en que la compañía decida participar garantizando los mejores precios, ubicación, exhibición y negociación para Positiva, respetando la imagen de marca.
- Crear y diseñar artes, piezas gráficas, piezas en video, piezas radiales, digitales, de publicidad interior y exterior, prensa, revistas, entre otras piezas que se requieran en diferentes formatos, para apoyar las diversas campañas que **POSITIVA** requiera.
- Realizar el Desarrollo Creativo, la Producción, Postproducción y Ejecución de las campañas publicitarias que **POSITIVA** determine.
- Desarrollar, asesorar e implementar estrategias y planes de acción para el sitio web, las redes sociales y otros medios virtuales que **POSITIVA** requiera.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

- Realizar estrategias de Relaciones públicas, el equipo debe encargarse de la implementación y desarrollo de herramientas tácticas de comunicación, como lo son, entre otras, reuniones de socialización con grupos de interés, visitas a grandes clientes, tours de medios con el vocero de la compañía, entrevistas uno a uno con la prensa, visitas a distintos medios de comunicación para conversar o hacer entrevistas con el director/editor, acompañados con el vocero de **POSITIVA**, atención y manejo de preguntas que tenga la prensa, elaboración de comunicados de prensa, desarrollo de guiones para videos y programas radiales, entre otros.
- Asesorar a **POSITIVA** en todo el tema de branding, de imagen de marca, de imagen en punto de atención, señalización interna y externa, avisos de fachada y todos los otros avisos o artes que se deriven de la relación contractual.
- Realizar 3 diseños por cada pieza que se solicite, para que el comité que **POSITIVA** designe los apruebe.
- Prestar sus servicios de apoyo en forma permanente e integral en todos los trabajos referentes a comunicación y publicidad y en general en todo lo referente al objeto del contrato.
- Comprometerse a asistir a las reuniones logísticas, entrega de información, revisiones y presentaciones que solicite el Supervisor del contrato.
- Responder por la adecuada planificación que le permita desarrollar el objeto del contrato con la oportunidad, cubrimiento, eficacia y calidad requeridos.
- Responder por la calidad del servicio del personal utilizado y por la calidad de los equipos, y en general por todos los servicios y los medios que se destinen para la realización y ejecución del contrato.
- Corregir de forma inmediata cualquier falla, error o inconveniente que se cometa en la ejecución del objeto contractual.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.

- Dar cumplimiento al tiempo de entrega acordado previamente con el Supervisor del Contrato y mantenerlo informado en caso de que estos vayan a cambiar por motivos de fuerza mayor.
- Responder oportunamente las inquietudes planteadas por el Supervisor del contrato y presentar los informes con los respectivos soportes que le sean solicitados.
- Mantener un control administrativo eficiente a nivel financiero y de costos.

Planeación

- Desarrollar inicialmente una labor de planeación estratégica: revisión de status de la marca, diagnostico actual de la categoría de seguros, revisar la promesa y los valores de marca, definir el posicionamiento, desarrollar estrategia creativa de comunicación para el desarrollo de una comunicación integral.
- Revisar estrategias y resultados de estudios desarrollados para la marca desde su fundación.
- Desarrollar un diagnostico actual en materia comunicacional de la categoría de seguros.
- Asegurar que las estrategias y acciones que se desarrollen guardarán relación con la identidad y unidad de campaña, de acuerdo al brief e información entregada para la ejecución.
- Hacer entrega al Supervisor del contrato de todos los documentos, reportes escritos, desarrollo de herramientas estratégicas, análisis de competencia, revisión de tendencias, información de consumidor, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general durante la ejecución del contrato.

Administración

- Para el desarrollo del contrato el contratista deberá asignar mínimo un Director de Cuenta y un Ejecutivo de Cuenta, que sirva de enlace desde la agencia, sean el



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

contacto directo con el Supervisor del contrato, asistan a las diferentes reuniones en las que se consideren necesarios, administren el desarrollo y ejecución de todos los trabajos y ayuden a la efectiva realización del contrato. Estas personas actuarán como coordinadores y responsables del contrato de manera permanente.

- El equipo de trabajo asignado por el contratista deberá tener disponibilidad de tiempo para cumplir con los requerimientos y las necesidades de **POSITIVA**, durante el tiempo de vigencia del contrato.
- Deberá hacer su mejor esfuerzo para mantener el equipo de trabajo con el que se comprometió en su propuesta, garantizando siempre que cualquier reemplazo cumpla con las calidades profesionales de la persona reemplazada, y buscando que en la medida de lo posible la menor afectación posible.
- .Cualquier cambio en el equipo de trabajo propuesto en la oferta deberá ser informado por escrito y reemplazado por personas con las mismas o superiores calidades y condiciones exigidas en los términos de referencia y deberá tener el visto bueno del Supervisor. Sin embargo **POSITIVA** se reserva en cualquier momento, el derecho de solicitar el cambio de cualquiera de los integrantes del equipo, si a juicio del Supervisor no cumple con funciones y responsabilidades requeridas y acordadas.
- Mantener un control administrativo eficiente sobre los trabajos y costos involucrados en la cuenta.
- Presentar mensualmente un Informe sobre ejecución de los recursos del contrato que indique el movimiento de las solicitudes y presupuestos aprobados, fecha, beneficiario o destino del recurso y saldo disponible.
- Realizar semanalmente entre el contratista y el Supervisor una reunión de status de trabajos, responsabilidades y fechas de entrega con el fin de llevar una debida planeación y avance de los compromisos acordados.
- Presentar un cronograma detallado con la planeación y fecha de entrega de las diferentes actividades acordadas con el fin de visualizar la correcta ejecución de la campaña integral.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS N^o. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.

- El desarrollo y ejecución de los productos está sujeto a la aprobación previa del Supervisor y las personas que **POSITIVA** destine para la revisión de piezas de comunicación. Toda pieza debe tener su aprobación por escrito antes de su producción, emisión o publicación.
- Toda presentación, acuerdo, y aprobación deberá quedar registrado en actas de reunión que realizará el proponente el día después de la reunión. Estas deberán ser revisadas por el Supervisor del contrato y en caso de no ser aprobada, el contratista deberá proceder a modificarlas en los (3) días siguientes.
- Desarrollar, presentar y entregar cada 3 meses un reporte de "Copy análisis" con el conocimiento y análisis estratégico de la comunicación e inversión publicitaria de la competencia en la categoría de Seguros y de Riesgos profesionales, en el territorio Colombiano y de tendencias y comunicación internacional. Se debe acordar con el Supervisor del contrato las compañías y servicios nacionales que se incluirán en este reporte.
- Asumirá su responsabilidad cuando los errores hayan sido ocasionados por algún miembro del equipo que tenga directa o indirecta relación con el contratista.
- Desarrollo de trabajos creativos y piezas de comunicación, BTL e Internet.
- Asegurar que el equipo creativo, se capacite y tenga el conocimiento de la categoría de seguros, de la comunicación y beneficios de nuestros competidores y conocer a profundidad todo lo referente a **POSITIVA**.
- Desarrollar, diseñar, implementar y ejecutar las campañas de comunicación que se deban realizar según el objeto de la presente contratación.
- Bajo la estrategia definida, deberá desarrollar y presentar concepto(s) creativo y más de 2 caminos o ideas a ejecutar por cada concepto presentado.
- El equipo creativo presentado por el contratista deberá supervisar y garantizar la calidad del trabajo con la presentación de mínimo 3 propuestas para la escogencia de POSITIVA, buscando así excelente nivel creativo en todas las piezas, los copies con buena ortografía y apropiados para el grupo objetivo, calidad de los artes finales, producción impecable (gráfico y audiovisual) sin olvidar ningún detalle, solicitud o sugerencia específica del Supervisor. Sin embargo, el



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.

contratista no estará obligado a presentar 3 propuestas en casos de urgencia, cuando así lo manifieste **POSITIVA**.

- El contratista es responsable por la redacción de los textos de todas las piezas, tanto gramática como ortográficamente; en el caso en que se presenten errores por estos conceptos, **POSITIVA** no pagará los costos incurridos por el trabajo (arte, producción, publicación, impresión, etc.), salvo que previamente haya aprobado las piezas. El Contratista no será responsable por hecho u omisiones de terceras personas que haya contratado para la ejecución de los trabajos requeridos por **POSITIVA**, sin embargo el contratista deberá exigirle a los subcontratistas para garantizar la calidad y cumplimiento del bien o servicio contratado.
- Se espera que el equipo creativo presentado por el contratista se involucre y recomiende la implementación de piezas complementarias que considere pertinentes para alcanzar los objetivos expuestos, siempre y cuando su elaboración no vaya en contra de los lineamientos de la marca o exceda el presupuesto asignado.
- Se compromete a hacer preproducción, producción y postproducción con la intervención del Supervisor y el equipo de comunicaciones asignado por **POSITIVA**, cuyos costos no hacen parte del fee del contratista.
- Deberá hacer su mejor esfuerzo para mantener el equipo creativo de trabajo con el que se comprometió en su propuesta. No se aceptarán cambios constantes y diferentes responsables para los diferentes desarrollos creativos. El equipo asignado será el que se involucrará y conocerá la categoría y la marca, de tal manera que se podrá facilitar el trabajo, acertar en la creatividad y se manejará de forma eficaz y clara las campañas.
- **POSITIVA** podrá solicitar al contratista el diseño y la producción de campañas o comunicaciones adicionales con temáticas diferentes a las presentadas en los presentes términos de referencia siempre y cuando sean incluidos y cubiertos por los recursos disponibles de la presente contratación.
- Deberá llevar un archivo de artes finales, organizado e identificado con



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

referencias, tamaños y descripciones especiales.

- Se deberá presentar mínimo 3 cotizaciones de producción para las piezas de audio, video y fotografía que se acuerden producir. Estas cotizaciones deben incluir la descripción del producto que se va a realizar, sus características y servicios que se van a recibir. Esto con el fin de tomar la decisión del proveedor más conveniente y tener material para soportar el presupuesto.
- Las campañas de comunicación, se deben presentar de forma integral y aplicadas a los diferentes medios que sean dirigidas con el target definido: Medios masivos, medios alternos, actividades BTL e Internet.
- El contratista podrá hacer recomendaciones estratégicas, ideas y producción para actividades de BTL e Internet que considere pertinentes para alcanzar los objetivos propuestos, siempre y cuando su elaboración no vaya en contra de los lineamientos de la marca o exceda el presupuesto asignado.
- Desarrollar ideas para la realización de eventos y actividades promocionales de los productos y programas del sector.
- Diseñar y elaborar los materiales necesarios para la participación exitosa en eventos y en actividades promocionales.
- **POSITIVA** podrá cotizar el desarrollo de la producción de las ideas de BTL y las ideas de Internet propuestas por el contratista, con otras compañías diferentes a las asociadas con el contratista. El contratista no tendrá ningún tipo de responsabilidad en caso de que POSITIVA desarrolle estos conceptos sin la participación del contratista
- El desarrollo de los bienes o servicios contratados debe estar acorde con el manual de Imagen de **POSITIVA**.

Producción

- Realizar la producción del material gráfico necesario para la implementación y puesta en marcha de las campañas requeridas.
- Se deberá presentar mínimo 3 cotizaciones de producción para las piezas de



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

gráficas que se acuerden producir. Estas cotizaciones deben incluir la descripción del producto que se va a realizar, sus características y servicios que se van a recibir. Esto con el fin de tomar la decisión del proveedor más conveniente y tener material para soportar el presupuesto.

- Realizar su mejor esfuerzo para que **POSITIVA** obtenga el mejor precio en la compra y adquisición de productos y servicios por parte de los proveedores.
- Deberá transferir a **POSITIVA** todos los descuentos, beneficios, bonificaciones, pronto pago, volúmenes y demás descuentos que logre conseguir de proveedores o terceros en servicios relacionados con el objeto del presente contrato, siempre y cuando estos descuentos, beneficios, bonificaciones, pronto pago, volúmenes y demás descuentos no sean de aquellos otorgados a las agencias por el volumen total de su facturación. Así mismo, **POSITIVA** solo podrá recibir descuentos por pronto pago si efectuó el pago correspondiente al **CONTRATISTA** con suficiente tiempo de antelación a la fecha para obtener el pronto pago, que en todo caso no será inferior a cinco días a la fecha prevista para el pago con descuento de pronto pago.
- **POSITIVA** podrá solicitar incluir en las cotizaciones a sus proveedores con quienes ha venido produciendo bajo estrictos niveles de calidad y cumpliendo con todas las exigencias en términos de costos y tiempos de entrega. **POSITIVA** será responsable por los hechos u omisiones de estos contratistas.
- Supervisar la calidad de los materiales, los elementos utilizados y el trabajo final en la producción externa de las distintas piezas de Comunicación que se elaboren. Todas las piezas de comunicación y materiales promocionales requeridas por **POSITIVA** deben estar elaboradas con materiales con altos estándares de calidad.
- Presentar las pruebas previas de impresión o producción para su aprobación antes de proceder a la impresión final. Las pruebas del material gráfico se presentarán en impresión digital.

Medios

- Desarrollo de estrategias de medios de comunicación masivos: televisión, radio, revista, prensa, publicidad exterior, Internet y en cualquier otro medio alternativo que se considere, basándose en los lineamientos de la estrategia de marca y el target acordado.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

- Planear, analizar, recomendar, negociar, comprar y hacer seguimiento a la pauta en medios de comunicación de carácter masivo: televisión, radio, revista, prensa, publicidad exterior, Internet y en cualquier otro medio alternativo que se considere, basándose en los lineamientos de la estrategia de marca y el target acordado.
- Asegurar que el equipo de medios, se capacite y tenga el conocimiento de la categoría de seguros, de la comunicación y beneficios de nuestros competidores y conocer a profundidad todo lo referente a **POSITIVA**.
- Deberá hacer su mejor esfuerzo para mantener el equipo de medios con el que se comprometió en su propuesta. No se aceptarán cambios constantes y diferentes responsables para los diferentes desarrollos de planes de medios. El equipo asignado será el que se involucrará y conocerá la categoría y la marca, de tal manera que se podrá facilitar el trabajo, acertar en las recomendaciones de medios y se manejará de forma eficaz y clara las pautas.
- Elaborar y presentar el plan de medios a ejecutarse según el tiempo acordado con el Supervisor. El plan debe incluir la información necesaria como franjas, alcance, frecuencia, objetivos de medios, audiencias, programas, intensidad, fechas, páginas, formatos de pauta, TRP's, costos y descuentos logrados, es decir todos los detalles para la implementación entre otros. Las tarifas no podrán ser superiores a los valores y porcentajes de descuento presentados en la propuesta.
- Incluir reportes escritos correspondientes al comportamiento y consumo de medios por parte del consumidor, de manera actualizada, mediante herramientas de medición cuantitativa.
- Deberá presentar dentro de la ejecución del contrato los resultados arrojados por los diferentes estudios de medición existentes en el mercado como lo son: Ibope para televisión, EGM y TGI para radio e impresos.
- Realizar los ajustes necesarios a la estrategia de comunicaciones y a sus diferentes planes, según los resultados del seguimiento y la medición efectuada.
- Realizar negociaciones especiales y encontrar nuevas oportunidades para



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

negociar directamente con los proveedores nuevos descuentos que por cantidad o por edición especial o por algún caso especial se puedan presentar durante la ejecución, previa aprobación del Supervisor y respetando en todo caso el valor establecido en el proceso de licitación.

- Deberá transferir a **POSITIVA** todos los descuentos, beneficios, bonificaciones, pronto pago de volúmenes derivados de las negociaciones con los proveedores siempre y cuando estos descuentos, beneficios, bonificaciones, pronto pago, volúmenes y demás descuentos no sean de aquellos otorgados a las agencias por el volumen total de su facturación. Así mismo, **POSITIVA** solo podrá recibir descuentos por pronto pago si efectuó el pago correspondiente al **CONTRATISTA** con suficiente tiempo de antelación a la fecha para obtener el pronto pago, que en todo caso no será inferior a cinco días a la fecha prevista para el pago con descuento de pronto pago.
- Recomendaciones de medios diferentes o similares a las presentadas en la propuesta inicial serán revisados y aprobados por el Supervisor, previa aprobación de la propuesta y los costos presentada por el contratista, cuyos precios deberán estar acordes con los precios del mercado.
- Chequeo y control de pauta ordenada con pruebas de emisión.
- Entregar con cada cuenta los soportes de las publicaciones y/o de la pauta de acuerdo con los requerimientos de cada proceso, de la siguiente manera:
 - (i) Publicidad radial, televisiva y otras: una certificación del Proveedor,
 - (ii) Publicación en prensa y revistas: un ejemplar por cada publicación.
 - (iii) Publicidad Exterior: Reporte fotográfico y certificación del medio.
- Responder por la pauta y el pago directo y oportuno a los proveedores. siempre y cuando **POSITIVA** haya realizado el pago a tiempo.
- Responder por la programación y envío del material audiovisual, cuñas y material gráfico y sus respectivas copias a los medios en los que se vaya a pautar.
- Presentar informe mensual detallando el avance y desarrollo de los planes y actividades de medios ejecutadas, indicando las ordenes y presupuestos aprobados, fechas, producto y saldo disponible. Adicionalmente revisar su cumplimiento versus los objetivos planteados al inicio de la pauta.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 1001076 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

- Al final presentar un informe general para cierre del contrato en el cual se realice un resumen de la estrategia de medios, el plan de medios ejecutado, los logros y evaluar el cumplimiento de los objetivos de comunicación comparados con los compromisos iniciales.

Propiedad Intelectual. Derecho de Imagen

1. Los derechos patrimoniales sobre la propiedad intelectual creada por empleados laborales del **CONTRATISTA** en virtud del presente contrato y que sean incluidos en piezas publicitarias efectivamente divulgadas al público consumidor, serán cedidos dentro del territorio de Colombia de manera exclusiva a **POSITIVA**.
2. Como es costumbre en el medio publicitario y buscando manejar de forma eficiente el presupuesto de **POSITIVA**, los derechos patrimoniales de la propiedad intelectual de terceros (diferente a la regulada en el anterior (i)) deberán ser negociados por el **CONTRATISTA** conforme con los requerimientos que por escrito haga **POSITIVA** al **CONTRATISTA**. Para ello, **POSITIVA** deberá informar al **CONTRATISTA**, para cada pieza de comunicación y/o cada estrategia de comunicación que éste le desarrolle: (a) el territorio en el cual se va a utilizar la pieza de comunicación y/o la estrategia de comunicación; (b) el tiempo en el que se va a usar la pieza de comunicación y/o la estrategia de comunicación; y (c) los medios en los que se va a utilizar la pieza de comunicación y/o la estrategia de comunicación ((a), (b) y (c) conjuntamente las "Instrucciones de POSITIVA"). **EL CONTRATISTA** deberá, conforme con las Instrucciones de **POSITIVA** para cada pieza de comunicación y/o la estrategia de comunicación, (a) cotizar y negociar con los terceros necesarios el valor de los servicios requeridos, los cuales deben ser aprobados por el Cliente; y (b) ceder o licenciar a **POSITIVA** los derechos patrimoniales de la propiedad intelectual de terceros. Los costos y gastos en los que incurra el **CONTRATISTA** en la negociación y adquisición de los servicios y derechos requeridos por **POSITIVA** en las Instrucciones del **POSITIVA**, serán asumidos íntegramente por **POSITIVA**.
3. Los derechos patrimoniales sobre la imagen de personas que sean utilizadas por **POSITIVA** en pieza de comunicación y/o la estrategia de comunicación, deberán ceñirse a los mismos términos y procedimientos que para la propiedad intelectual de terceros, y por lo tanto **POSITIVA** también deberá enviar al **CONTRATISTA** las Instrucciones de **POSITIVA**. **EL CONTRATISTA**, conforme con las Instrucciones



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS N.º 00106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

de **POSITIVA** para cada pieza de comunicación y/o la estrategia de comunicación, cederá o licenciará a **POSITIVA** los derechos patrimoniales sobre la imagen de personas utilizadas.

4. Los derechos patrimoniales de la propiedad intelectual de terceros generada en virtud de contrataciones del **CONTRATISTA** en desarrollo del presente contrato, será (a) negociada por el **CONTRATISTA** conforme con las Instrucciones de **POSITIVA**; (b) transmitida a **POSITIVA** ya sea a título de cesión o licencia - dependiendo de las Instrucciones de **POSITIVA**-.

5. Las Partes acuerdan que la utilización por parte de **POSITIVA** o un tercero autorizado por **POSITIVA**, de la propiedad intelectual de terceros y/o de la propiedad intelectual de la agencia fuera de los parámetros de tiempo, territorio, medios y/o marca entre otros, puede generar inconvenientes legales y económicos, entre otros. Por lo tanto cada parte (a) responderá por sus actos u omisiones; y (b) actuará con la mayor diligencia posible con relación al uso y negociación de la propiedad intelectual de terceros y la propiedad intelectual del **CONTRATISTA**. Durante la vigencia del contrato, el contratista informará con antelación de mínimo de 30 días del vencimiento de derecho de propiedad intelectual de terceros.

Entrega de Materiales

- Entregar inventariado y en forma física: los archivos digitales master y copias en CD, archivo artes finales en formato digital, abiertos y en jpg's, fotografías, ilustraciones y material de video que se haya utilizado para la producción de cualquier tipo de material audiovisual o gráfico durante la ejecución del contrato.

CLÁUSULA TERCERA.- OBLIGACIONES DE POSITIVA

POSITIVA, en cumplimiento del contrato, estará obligada a:

1. Pagar en la forma establecida, las facturas presentadas por **EL CONTRATISTA**.
2. Suministrar en forma oportuna la información que requiera **EL CONTRATISTA**.
3. Resolver las peticiones que le sean presentadas por **EL CONTRATISTA** en los términos consagrados en la Ley.
4. Cumplir y hacer cumplir las condiciones pactadas en el contrato y en los documentos que de él forman parte.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

Cuando del objeto contractual se desprenda la necesidad de hacer uso del manual de marca y de políticas de manejo de la información, **POSITIVA** hará entrega a **EL CONTRATISTA** de dicha información, en medio magnético.

CLÁUSULA CUARTA.- VALOR Y FORMA DE PAGO

El valor del presente contrato asciende hasta la suma de **ONCE MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y SIETE MILLONES NOVECIENTOS TREINTA Y TRES MIL SETECIENTOS TRECE PESOS M/CTE (\$11.947.933.713.00) INCLUIDO IVA**, amparada por los certificados de disponibilidad presupuestal No. 2013000248 expedido el 13 de Febrero de 2013, por el área de presupuesto de **POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**, por la suma de **\$6.947.933.713.00** el cual se afectará en su totalidad y No. 2014000028 expedido el 17 de Septiembre de 2012, por el área de presupuesto de **POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**, por la suma de **\$5.000.000.000.00** el cual se afectará en su totalidad.

PARAGRAFO PRIMERO: Esta suma será cancelada de forma mensual según los servicios prestados por **EL CONTRATISTA** y el valor de cada pago estará sujeto al informe de avance en la ejecución del plan de trabajo, el cual debe ser certificado y autorizado por la supervisión asignada al contrato y dentro de los treinta (30) días siguientes a la presentación de la respectiva factura.

PARAGRAFO SEGUNDO.- Para tramitar el pago, el contratista deberá aportar al área correspondiente los siguientes documentos: a) Factura y/o Cuenta de cobro en original; b) certificación expedida por el Revisor Fiscal y/o Representante Legal de encontrarse al día en los pagos a la Seguridad Social y Parafiscales, si se trata de una persona natural aportará las planillas del pago realizado a través del Pila, correspondiente al mes de presentación de la factura y/o cuenta de cobro y c) el certificado de recibo a satisfacción expedido por el supervisor del contrato.

El pago se efectuará con base en la expedición y suscripción del certificado de recibo a satisfacción junto con los documentos citados en el parágrafo anterior.

PARÁGRAFO TERCERO.- En las facturas que presente **EL CONTRATISTA** donde sean cobrados rubros correspondientes a pauta en medios de comunicación, se debe incluir un 2% correspondiente a la comisión de medios.

CLÁUSULA QUINTA.- PLAZO



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.

El término de duración del presente contrato será hasta el treinta y uno (31) de diciembre de 2014, previo perfeccionamiento del contrato, legalización del mismo y suscripción del acta de inicio.

CLÁUSULA SÉXTA.- LUGAR DE EJECUCION:

El lugar de ejecución del presente contrato será en Bogotá D.C.

CLÁUSULA SEPTIMA.- SUPERVISION

La supervisión de este contrato estará a cargo del Gerente de Mercadeo de **POSITIVA**.

No obstante lo anterior deberá existir un comité para la vigilancia y desarrollo del Contrato que será integrado por el Vicepresidente Comercial, Gerente de Mercadeo, Gerente de Producto Vida, Gerente de Producto ARL, Gerente de Canales, Gerente de Servicio al cliente y Profesional Especializado de la Vicepresidencia de Negocios.

CLÁUSULA OCTAVA.- DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL

El presente Contrato cuenta con los certificados de disponibilidad presupuestal No. 2013000248 expedido el 13 de Febrero de 2013, por el área de presupuesto de **POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**, por la suma de **\$6.947.933.713.00** el cual se afectará en su totalidad y No.2014000028 expedido el 17 de Septiembre de 2012, por el área de presupuesto de **POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**, por la suma de **\$5.000.000.000.00** el cual se afectará en su totalidad.

CLÁUSULA NOVENA.- GARANTIAS

EL CONTRATISTA se obliga a tomar en favor de **POSITIVA**, la Póliza Única de Seguro de Cumplimiento a favor de **Entidades Estatales** por una Compañía de Seguros legalmente establecida en Colombia, con los siguientes amparos: **a) Garantía de cumplimiento:** El cumplimiento de las obligaciones y el pago de las sanciones que se le llegaren a imponer, en una cuantía igual al diez por ciento (10%) del valor total del contrato, por el plazo de ejecución del mismo y seis (6) meses más. **b) Garantía de la calidad del Servicio:** La buena calidad del servicio, en una cuantía igual al diez por ciento (10%) del valor total del contrato y con una vigencia igual a la del plazo del mismo y seis (6) meses más. **c) Amparo de pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones,** al personal que emplee el contratista en la ejecución del contrato, por suma equivalente al cinco por ciento (5%) del valor total del contrato y por el plazo del mismo y tres (3) años más. **d) Responsabilidad Civil Extracontractual** para garantizar la responsabilidad frente a terceros derivada de la ejecución del contrato por cuantía del 10% del valor total del contrato y una vigencia igual a la del contrato y seis (6) meses más.

mas.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

PARAGRAFO PRIMERO: La garantía estipulada en esta cláusula requerirá la aprobación por parte de **POSITIVA**. La póliza no expirará por falta de pago de la prima o por revocatoria de una de las partes que en este acto intervienen.

PARAGRAFO SEGUNDO: El hecho de la constitución de estas garantías no exonera a **EL CONTRATISTA**, de sus responsabilidades legales con todos los riesgos asegurados.

PARÁGRAFO TERCERO: Será de cargo de **EI CONTRATISTA** el pago oportuno de las primas y erogaciones de constitución y mantenimiento de la garantía, para lo cual debe anexarla a cada póliza, anexo o modificación, el recibo de pago. Igualmente deberá reponer los valores asegurados cuando el valor de los mismos se vea afectado por razón de siniestro.

PARÁGRAFO CUARTO: **EL CONTRATISTA** deberá entregar la póliza debidamente constituida y firmada.

CLAUSULA DECIMA.- INDEMNIDAD:

EI CONTRATISTA con la aceptación del presente contrato, se obliga a mantener indemne a **POSITIVA** libre de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros y que se deriven de sus actuaciones o de las de sus subcontratistas o dependientes. (Art. 5.1.6 Decreto 0734 de 2012).

Así mismo, POSITIVA con la aceptación del presente contrato, se obliga a mantener al **CONTRATISTA** libre de cualquier daño o perjuicio originado en reclamaciones de terceros y que se deriven de sus actuaciones o de las de sus subcontratistas o dependientes

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA.- RESPONSABILIDAD

De acuerdo con lo establecido en el contrato, **EL CONTRATISTA** se obliga a efectuar su trabajo con el máximo de responsabilidad al dedicarse a la ejecución de las labores profesionales previstas en la cláusula primera, teniendo en cuenta las directrices generales que **POSITIVA** le imparta. Cuando se compruebe que hubo una negligencia o descuido por parte de algún profesional de **EL CONTRATISTA** y ello causara un perjuicio a **POSITIVA** ésta podrá repetir lo pagado contra **EL CONTRATISTA**.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA.-INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES:

Para la contratación de **POSITIVA** se aplicará el régimen jurídico de inhabilidades e incompatibilidades previsto en la Constitución y en las leyes para la contratación estatal.

En cuanto a las inhabilidades e incompatibilidades sobrevinientes en el curso del proceso de selección, o una vez adjudicado el contrato y antes de su perfeccionamiento, el oferente deberá renunciar a su participación y a los derechos derivados de la misma.



**CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON
CORPORATION S.A.**

Si llegase a sobrevenir inhabilidad o incompatibilidad en el contratista, éste cederá el contrato previa autorización escrita de **POSITIVA**.

Si la inhabilidad o incompatibilidad sobreviene en uno de los miembros de un consorcio o unión temporal, éste cederá su participación a un tercero, previa autorización escrita de **POSITIVA**.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA.-NO EXCLUSIVIDAD

Por este contrato **POSITIVA** no se obliga a encomendar en forma exclusiva a **EL CONTRATISTA** todos los asuntos en los cuales requiera los servicios para los mismos efectos aquí contratados. Así mismo, no surge para **EL CONTRATISTA**, la obligación de prestar sus servicios en forma exclusiva a **POSITIVA**.

CLAUSULA DECIMA CUARTA.- EXCLUSION DE LA RELACIÓN LABORAL

El presente Contrato no genera relación laboral entre las partes, tampoco generará relación laboral alguna con el personal que las partes utilicen para la ejecución del presente Contrato. Los compromisos que se derivan del presente Contrato no afectan de ninguna manera la autonomía institucional de las partes, las partes manifiestan expresamente que ninguno de sus funcionarios, empleados, agentes, dependientes o contratistas adquirirán por la celebración del presente contrato relación laboral alguna con las otras partes. En la ejecución del presente Contrato las partes actuarán con autonomía, en consecuencia, el personal vinculado por las partes a las actividades de este Contrato, corresponde a la exclusiva autonomía, responsabilidad y competencia de cada una de ellas tal y como las normas legales y la ética profesional prescriben para esta clase de actuaciones de quienes intervienen en él y quienes tendrán una relación de carácter exclusivamente de colaboración en el desarrollo de las acciones, y por lo tanto, no genera, ningún tipo de vinculación laboral o contractual con la otra parte.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA.- SOLUCION DE CONTROVERSIAS

Los conflictos que surjan durante la ejecución del contrato se solucionarán en primera instancia mediante el diálogo directo entre las partes.

Toda controversia surgida de la relación que surja de la aceptación del contrato, intentará ser resuelta por arreglo directo de las partes a través de sus representantes, dentro de los treinta (30) días siguientes a aquel en que se hubiere planteado la controversia en forma escrita por una de las partes al representante de la otra parte. Si las partes por cualquier motivo no pueden arreglar sus diferencias dentro del término acordado, la controversia será resuelta por un tribunal de arbitramento constituido por un (1) árbitro o tres (3) (dependiendo de la cuantía) designado(s) por las partes. En caso de que las partes no se pongan de acuerdo en la selección del/los árbitro(s) en un término de diez días



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS N.º 106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN – ERICKSON CORPORATION S.A.

calendario, éste/os será(n) escogido(s) por sorteo el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantiles de la Cámara de Comercio de Bogotá D.C mediante sorteo entre los árbitros inscritos en sus listas y se regirá de conformidad con su reglamento. El árbitro sesionará en Bogotá D.C. y fallará en derecho.

CLAUSULA DECIMA SEXTA.- CLAUSULA PENAL

En caso de incumplimiento total o parcial de las obligaciones contraídas por una de las partes, en virtud del presente contrato y sin que sea necesario requerimiento alguno o constitución en mora, la parte incumplida pagará a la parte cumplida, a título de cláusula penal pecuniaria, la suma equivalente al diez por ciento (10%) del valor total de los honorarios hasta el momento causados por **EL CONTRATISTA**, como estimación anticipada y parcial de los perjuicios que le cause. Lo anterior sin perjuicio del derecho a reclamar la reparación integral del perjuicio causado en los que exceda el valor de la cláusula penal.

CLAUSULA DECIMA OCTAVA.- TERMINACION DEL CONTRATO:

Cualquiera de las partes, podrá dar por terminado el presente contrato antes de su finalización, o no prorrogarlo, por las siguientes causas: a) Si se presenta un cambio de normatividad que afecte de cualquier manera el desarrollo del objeto del presente contrato; b) Si no cumple estrictamente con las políticas de **POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.**; c) Si una de las partes incumple alguna o algunas de las obligaciones emanadas de este contrato o las que de él se deriven. e) Por mutuo acuerdo entre las partes firmantes.

CLAUSULA DECIMA NOVENA.- LIQUIDACION

El presente Contrato será liquidado de común acuerdo por las partes dentro de los términos establecidos en el Manual de Contratación de **POSITIVA** y en sus actos reglamentarios seis (6) meses siguientes a la terminación del Contrato.

CLAUSULA VIGÉSIMA.- PROHIBICION DE CEDER EL CONTRATO

Ninguna de las partes podrá ceder el presente contrato, ni subcontratar su ejecución en todo o en parte, sin el consentimiento previo y escrito de la otra parte.

CLAUSULA VIGÉSIMA PRIMERA.- CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD DE LA INFORMACIÓN:

La información o los datos a los cuales tuviere acceso las partes durante la ejecución del contrato serán mantenidos en forma confidencial, aún terminado y liquidado el presente contrato. Además cada parte se obliga a no utilizar ni a divulgar a terceros parcial o totalmente cualquier información de clientes, política o procedimiento, que en ocasión del presente contrato le fuere dado a conocer por la otra parte, con lo cual a partir de la fecha cada parte y/o funcionarios de entienden que han sido advertidos de tal clasificación de



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

confidencialidad. La violación de esta Cláusula será causal inmediata para dar por terminado el contrato e iniciar acciones de indemnización civil y/o penal según el caso. De igual manera y para el efecto que cada parte pueda garantizar la reserva, confidencialidad y preservación de los conocimientos técnicos y secretos industriales, políticas organizacionales e información de clientes de la otra parte, cada parte tomará todas las precauciones útiles y razonables tendientes a evitar la utilización o divulgación de información propia de la otra. La obligación de reserva permanecerá mientras el contrato este vigente y aún con posterioridad a la terminación de la misma por dos (2) años.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA.- IDENTIFICACIÓN DEL PERSONAL QUE DEPENDE DEL CONTRATISTA

Con el objeto de identificar los terceros contratados de los funcionarios de **POSITIVA**, **EL CONTRATISTA** se obliga a carnetizar o asumir el mecanismo más idóneo que facilite la distinción, teniendo en cuenta las instrucciones dadas por la Compañía en el manejo de la imagen corporativa. En el evento de no hacerlo será causal de incumplimiento del contrato, por lo cual **POSITIVA** podrá darlo por terminado y en caso dado exigir las garantías de que trata el presente documento.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCERA.- RESTRICCIONES SOBRE EL SOFTWARE EMPLEADO

Para el manejo de la información y del software **EL CONTRATISTA** se obliga a acatar la norma legal existente y los reglamentos internos de **POSITIVA** so pena de las sanciones penales y administrativas a que haya lugar.

CLÁUSULA VIGÉSIMA CUARTA.- NORMAS DE SEGURIDAD INFORMÁTICA Y FÍSICAS A SER APLICADAS

EL CONTRATISTA se obliga a acatar los parámetros y exigencias establecidos en la reglamentación interna de **POSITIVA** en lo que corresponde a las normas de seguridad informática y físicas. Cualquier vulneración de dichas exigencias será causal de incumplimiento del contrato, por lo cual **POSITIVA** podrá darlo por terminado y en caso dado exigir las garantías de que trata el presente documento, si es del caso, dará lugar al trámite de las sanciones penales y/o administrativas del caso.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA.- PROCEDIMIENTOS Y CONTROLES PARA LA ENTREGA DE LA INFORMACIÓN MANEJADA Y LA DESTRUCCIÓN DE LA MISMA

Además de la confidencialidad a que se compromete las partes, en el evento que para la prestación del servicio **POSITIVA** deba entregar documentos o base de datos, será necesario que previo inicio de la ejecución del contrato, se levante acta de entrega en la cual se detalle la clase de información que contiene y la cantidad y calidad de los mismos.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

Esta acta deberá ser suscrita por quien ejerza la supervisión del contrato y el representante legal de **EL CONTRATISTA**. Al final del plazo de ejecución, **EL CONTRATISTA** deberá hacer devolución de los datos entregados y la base de los mismos, en las mismas condiciones que fueron entregados, so pena de incurrir **EL CONTRATISTA** en incumplimiento del contrato, salvo que durante la ejecución se haya hecho devolución previa de los mismos, o se haya ordenado la destrucción, caso en el cual deberá dejarse constancia en el acta de recibo que para tal efecto se suscriba.

PARAGRAFO PRIMERO: En caso de extraviarse documentos o información de la base de datos que le hayan sido entregadas a **EL CONTRATISTA**, este deberá proceder a informar en forma inmediata a **POSITIVA**, a través de quien ejerce la **SUPERVISIÓN** del presente contrato, y en caso de ser necesario, formular la respectiva denuncia penal.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Es condición indispensable para poder liquidar el contrato y ordenar el último pago a **EL CONTRATISTA**, que se haya suscrito acta de devolución de documentos y base de datos en las condiciones establecidas en la presente cláusula.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA.-PLANES DE CONTINGENCIA Y CONTINUIDAD DEL SERVICIO

EL CONTRATISTA se compromete a tener planes de contingencia y continuidad del servicio, ante la ocurrencia de cualquier imprevisto que pueda sucederse en la ejecución del presente contrato. Así Mismo se obliga a:

1. Mostrar evidencia de la documentación actualizada de un plan de continuidad de negocio y recuperación de desastres que soporte los servicios prestados a **POSITIVA** Compañía de Seguros S.A.
2. Desarrollar, ejecutar y evidenciar un plan de pruebas anual que respalde la efectividad de los planes de continuidad documentados.
3. Atender las solicitudes relacionadas con contingencia y continuidad a petición de los supervisores del contrato en términos de evidencias, integración con la estrategia global de continuidad del negocio de Positiva Compañía de Seguros S.A., previo acuerdo entre Positiva y **EL CONTRATISTA**, tiempos de recuperación requeridos por el negocio, certificaciones y demás aspectos que Positiva Compañía de Seguros S.A. requiera respecto a la Estrategia Global de Continuidad del Negocio del contratista.
4. Mantener debidamente actualizados y probados sus planes de continuidad y recuperación conforme a los cambios de su organización, que de alguna manera afecten los servicios prestados a Positiva Compañía de Seguros S.A.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. DE 2013 CELEBRADO
ENTRE POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON
CORPORATION S.A.

CLAUSULA VIGESIMA SEPTIMA.- GASTOS E IMPUESTOS:

Son de cargo del CONTRATISTA los gastos de seguros que demande la formalización del presente contrato.

CLÁUSULA VIGESIMA OCTAVA.- AUDITORIAS

Teniendo en cuenta el objeto del presente contrato, **EL CONTRATISTA** en cualquier tiempo, podrá ser auditado por parte del **CONTRATANTE** o por parte de los organismos de control tanto internos como externos, con el fin de verificarse el cumplimiento de las obligaciones del presente contrato.

CLÁUSULA VIGESIMA NOVENA.- SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN:

EL CONTRATISTA y el personal que utilice para el desarrollo de la presente aceptación, en todo momento tomarán las medidas necesarias para dar la suficiente seguridad a sus empleados y terceros.

Se recomienda establecer actividades orientadas a la conservación del medio ambiente y a la implementación de sistemas de calidad.

CLÁUSULA VIGESIMA NOVENA.- MANUAL DE REQUISITOS Y OBLIGACIONES DE CONTRATISTAS EN SEGURIDAD, SALUD OCUPACIONAL Y AMBIENTE.

EL CONTRATISTA se obliga al cumplimiento de los requisitos y obligaciones en materia de Seguridad, Salud Ocupacional y Medio Ambiente definidos por **POSITIVA** así:

1. Afiliación y pagos a Seguridad Social
2. Reglamento Higiene y Seguridad Industrial
3. Políticas de calidad, S&SOA y/o Ambiental
4. Políticas de Prevención del consumo de sustancias Psicoactivas
5. Programa de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional
6. Matriz de Peligros y Riesgos
7. Matriz de identificación de Aspectos e Impactos Ambientales
8. Constancia de Capacitación en prevención y atención de emergencias
9. Constancia de capacitación en Prevención de riesgos laborales
10. Certificación de la ARL del comportamiento de accidentalidad de la empresa en los últimos tres (3) años ***La Certificación de la ARL sobre accidentalidad**, debe incluir número de accidentes totales, número de accidentes que generaron incapacidad; número de días de incapacidad generados; descripción de los accidentes fatales o que generan incapacidad permanente.
11. Constancia de entrega de Elementos de Protección personal



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS No. 000106 DE 2013 CELEBRADO ENTRE POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. Y MC CANN - ERICKSON CORPORATION S.A.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA.- PERFECCIONAMIENTO:

Este contrato se entenderá perfeccionado en la fecha en que sea firmado por las partes y elaborado el registro presupuestal

CLÁUSULA TRIGÉSIMA PRIMERA.- DOMICILIO CONTRACTUAL:


Para todos los efectos legales las partes acuerdan como domicilio contractual la ciudad de Bogotá, D.C.

En constancia se firma el presente contrato, a los días del mes de febrero de 2013.

21 FEB 2013

POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.

MCCANN-ERICKSON CORPORATION S.A.


GILBERTO QUINCHE TORO

Presidente

LUIS EDUARDO CEDEÑO IZQUIERDO

Primer Suplente del Representante Legal

Elaboró: Nicolás Nieto
Revisó: Yaneth Ramirez
Aprobó: Sandra Rey

