

**INVITACIÓN A COTIZAR No. 022 DE 2024**

Objeto: Fiduprevisora S.A. está interesada en recibir cotizaciones para implementar una solución CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) tipo SaaS, que permita la gestión efectiva e integral de los clientes, teniendo en cuenta los requerimientos descritos en esta invitación.

Apertura de la Invitación: 30 de septiembre de 2024.

Fecha límite para presentar observaciones: 3 de octubre de 2024 hasta las 18:00 horas.

Respuesta a Observaciones: 22 de octubre de 2024.

Recepción de Cotizaciones: 29 de octubre de 2024 hasta las 18:00 horas a través del correo electrónico intdemercados@fiduprevisora.com.co y/o plataforma SECOP II.

Área Responsable: Gerencia de Estrategia Comercial.

Contacto: intdemercados@fiduprevisora.com.co y/o plataforma SECOP II.

1. INFORMACIÓN GENERAL

FIDUPREVISORA S.A. aclara que la presente invitación a cotizar en ningún caso podrá considerarse oferta para celebrar contrato; por lo tanto, no podrá deducirse relación contractual alguna.

Así las cosas, se precisa que el fin de esta solicitud es el de analizar las condiciones del mercado correspondiente, la viabilidad de la contratación mediante la medición de variables como la oportunidad, la calidad, el costo, etc. Adicionalmente, se realizarán las gestiones pertinentes si alguna de las cotizaciones allegadas cumple con las expectativas de la Fiduciaria, la cual debe satisfacer las necesidades de acuerdo con los requerimientos descritos en el documento respectivo o si se requiere, se reestructura la solicitud de acuerdo con el presupuesto definido o en el evento en el cual las entidades consultadas no cumplieren con los requisitos para la prestación integral de los servicios solicitados.

1.1. Régimen Jurídico

La presente solicitud de cotización se realiza conforme con lo establecido en el Artículo 15 de Ley 1150 de 2007 la cual establece lo siguiente: “DEL RÉGIMEN CONTRACTUAL DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS ESTATALES. El parágrafo 1o del artículo 32 de la Ley 80 de 1993, quedará así: “Artículo 32. (...) Parágrafo 1°. Los contratos que celebren los Establecimientos de Crédito, las compañías de seguros y las demás entidades financieras de carácter estatal, no estarán sujetos a las disposiciones del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública y se regirán por las disposiciones legales y reglamentarias aplicables a dichas actividades.

En todo caso, su actividad contractual se someterá a lo dispuesto en el artículo 13 de la presente ley”, especialmente a los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal de que tratan los artículos 209 y 267 de la Constitución Política.



Sin perjuicio de lo anterior, la presente invitación está sujeta a las normas del derecho privado y al Manual de Contratación de Bienes y Servicios de Fiduciaria La Previsora S.A.

1.2. Confidencialidad de la Información

Los interesados se obligan con Fiduprevisora S.A., a manejar y utilizar de manera confidencial cualquier información que le sea entregada o a la que tenga acceso con ocasión de la presente invitación, garantizando por todos los medios a su alcance, que los empleados a su servicio y demás personas autorizadas respetarán la obligación de guardar secreto y confidencialidad sobre cualquier información recibida u obtenida.

1.3. Protección de datos personales

Los interesados en desarrollo de las actividades previas, de ejecución, terminación y conexas a esta solicitud de cotización; reconocen y autorizan que podrán realizarse tratamiento de datos personales en los términos de Ley 1581 de 2012, sus decretos reglamentarios, y demás normas concordantes que la adicionen, aclaren o modifiquen, por las cuales se establecen disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos; y además, bajo la completa observancia de lo preceptuado en la Política de Protección de Datos Personales, manuales y procedimientos internos establecidos por FIDUPREVISORA S.A.

Así mismo, los proveedores interesados deberán manifestar en su cotización, que, para efectos de trámites relativos a consultas o reclamos relacionados con datos personales, tienen habilitados los siguientes medios de contacto: _____

Fiduprevisora S.A., informa que para el mismo efecto tiene habilitados los siguientes canales de atención: página WEB <https://www.fiduprevisora.com.co/solicitudes-quejas-y-reclamos/>; Teléfono: (1) 756 6633 y dirección física: calle 72 # 10-03, Bogotá, Colombia.

1.4. Criterios Ambientales

El proveedor deberá cumplir con la normatividad ambiental vigente que le aplique y aportar la documentación pertinente que solicite la Fiduciaria; además, deberá ceñirse a las políticas y lineamientos del Sistema de Gestión Ambiental de la Entidad, cuando sea aplicable al servicio a cotizar, el cual podrá ser consultado a través de la página web www.fiduprevisora.com.co, en el link que se relaciona a continuación:

[https://www.fiduprevisora.com.co/wpcontent/uploads/2021/11/Lineamientos del SIG proveedores contratistas.pdf](https://www.fiduprevisora.com.co/wpcontent/uploads/2021/11/Lineamientos_del_SIG_proveedores_contratistas.pdf).


1.5. Matriz Riesgos

N°	FUENTE	ETAPA	TIPO	DESCRIPCION	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PROBABILIDAD	IMPACTO	VALORACION DEL RIESGO	CATEGORIA	A QUIEN SE LE ASIGNA
1	Interna	Planeación	Operacional	No contar con el presupuesto para la adquisición del bien y/o servicio	-No adquisición del bien y/o servicio -Demoras en el inicio de la etapa de selección	3	3	6	Alto	Entidad
2	Interna	Planeación	Operacional	Errores en los pliegos de condiciones y/o en la invitación a cotizar	-Demoras en la adjudicación del contrato -Adquirir productos o servicios que no satisfacen las necesidades del área usuaria -Reprocesos	3	2	5	Medio	Entidad
3	Externo	Ejecución	Operacional	Incumplimiento en las especificaciones técnicas contratadas	Afectación en la calidad del producto y/o servicio	4	4	8	Extremo	Contratista
4	Externo	Ejecución	Operacional	No cumplimiento en la entrega de los bienes y/o servicios contratados	Incumplimiento del contrato	3	3	6	Alto	Contratista

2. ALCANCE

Implementar en modalidad SaaS una solución informática CRM para automatizar y optimizar los procesos de gestión, seguimiento y control de los clientes actuales, prospectos y todas las oportunidades de negocio, con información centralizada e integral, que permita el conocimiento, análisis e inteligencia de los datos.

3. INFORMACIÓN PARA LA COTIZACIÓN
3.1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL BIEN O SERVICIO
3.1.1. TECNOLÓGICOS
I. GENERALES

- a. Implementada en modalidad SaaS (Software as a Service).
- b. Desarrollada en lenguajes de programación ampliamente conocidos o última generación y que tengan soporte con el fabricante.



- c. La arquitectura de la solución debe estar basada en Web Responsive.
- d. Estar almacenada en la nube.
- e. Contar con una arquitectura basada en microservicios.
- f. Soportar IPv6 e IPv4.
- g. Debe usar protocolos seguros https.
- h. Soportar de manera nativa algoritmos de ciframiento fuerte tales como: 3DES, AES-256, HASH (SHA- 512), entre otros.
- i. Diseño adaptativo – responsivo (responsive).
- j. Debe ser modular y escalable.
- k. Los módulos que componen la solución deben estar claramente identificados.
- l. Tener flexibilidad en la ejecución de cambios e implementaciones, se debe adecuar a tiempos óptimos de implantación.
- m. Cumplir con la circular 007 de 2018 de la Superintendencia Financiera de Colombia - SFC.
- n. Mantenerse actualizada y alineada con los cambios y necesidades del negocio en términos legales y normativos.
- o. Compatible las últimas versiones de los diferentes navegadores web (Mozilla, Chrome, Safari, etc).
- p. La arquitectura de la solución debe estar documentada.
- q. La solución debe contar con representación en Colombia por cuenta propia o a través de partners y el soporte sobre la misma debe brindarse desde Colombia y ubicación en la ciudad de Bogotá.

II. INTEROPERABILIDAD Y ACOPLAMIENTO.

- a. Los mecanismos adecuados para interoperar con otros sistemas deben ser a través de servicios WEB REST full (APIs) o integraciones con APIs propuestas por el proveedor.
- b. Garantizar que se cuenta con autenticación contra el LDAP/Directorio Activo de la compañía.
- c. Poder integrarse con Outlook, Microsoft Teams o Google Calendar.
- d. Poder integrar con Power BI.
- e. Poder integrar con la herramienta de mail marketing de la entidad.



- f. Debe integrarse a los aplicativos implementados en la Entidad que se requiera. Principalmente con ERP Financiero (CORE Fiduciario) y aplicativo de vinculados, vigentes en la entidad.
- g. Sincronizar la fecha y hora sus rastros de auditoria con los del sistema operativo de la plataforma donde se ejecuta y permite la sincronización de los relojes con la Hora Colombiana (debe cumplir Superintendencia de industria y comercio).
- h. Permitir configurar el tiempo de inactividad de una sesión de usuario.
- i. Garantizar la integridad del log bloqueando la modificación de estos a través de las opciones de la aplicación.
- j. Garantizar que no se almacena información confidencial de autenticación en los logs (Contraseñas, Hash o certificados).
- k. Garantizar el control de acceso a las diferentes funciones y operaciones de la solución debe estar basado en roles y perfiles de usuario.
- l. No debe tener quemadas en su código las llaves o semillas usadas por los algoritmos de encriptación.
- m. Tener la funcionalidad que permita la administración centralizada de los sistemas de Seguridad y Auditoria.
- n. Permitir escalamiento de módulos o funcionalidades específicas de la plataforma.

3.1.2. FUNCIONALES

La solución informática por implementar debe cumplir con lo siguiente:

- a. Centralizar y organizar la información de todos los clientes y prospectos.
- b. Base de datos de contactos.
- c. Historial de Interacciones.
- d. Realizar la segmentación de clientes.
- e. Permitir que un cliente tenga varias sucursales sin que haya duplicidad de información.
- f. Asignar un cliente a los miembros del equipo comercial.
- g. Clasificar contactos en grupos según criterios como ubicación, sector, comportamiento de compra, etc.



- h.** Registro detallado de todas las interacciones con cada contacto, como llamadas, correos electrónicos, reuniones, y transacciones.
- i.** Base de datos con toda la información relevante sobre los clientes, incluyendo nombres, direcciones, correos electrónicos, teléfonos, y notas adicionales.
- j.** Debe de recopilar datos importantes de los clientes para preparar y actualizar al equipo comercial, donde se tenga información actualizada con datos como preferencias, historial e información detallada.
- k.** Cualquier actividad con los clientes, como citas, chat, e-mail, deben de ser capturados por la herramienta.
- l.** Trazabilidad y gestión del ciclo de ventas desde el primer contacto hasta el cierre.
- m.** Visualización del flujo de oportunidades de negocio a través de diferentes etapas, como "Lead calificado", "Negociación", "Cierre", etc.
- n.** Contar con herramientas para capturar, calificar y distribuir leads a los comerciales.
- o.** Realizar el análisis de las oportunidades de negocio.
- p.** Contar con un funnel para las etapas de colocación de los créditos.
- q.** Configurar cada etapa del funnel en el CRM, asignando nombres y criterios específicos para cada una.
- r.** Establecer probabilidades de éxito para cada etapa, como apoyo en la previsión de ventas.
- s.** Configurar acciones automáticas, como el envío de correos electrónicos, recordatorios o la asignación de tareas.
- t.** Permitir que los leads pueden ingresarse manual o automáticamente a través de integraciones con formularios web, campañas de marketing, o importaciones de bases de datos.
- u.** Permitir que a medida que el equipo de comercial con los leads, actualiza su estado en el CRM, moviéndolos a través de las etapas del funnel.
- v.** Actualización información de los leads para reflejar su progreso y garantizar que el funnel esté siempre al día.
- w.** Contar con dashboards en el CRM para visualizar en tiempo real la cantidad de leads en cada etapa, las tasas de conversión, y los ingresos proyectados.



- x.** Identificar las etapas del funnel para determinar los leads que se estancan y tomar medidas para optimizar esas fases.
- y.** Revisar mi base de clientes, citas programadas, leads, seguimiento.
- z.** Realizar campañas de mantenimiento a los clientes y registrarlas en el CRM, como por ejemplo envío de material POP, comunicaciones, etc.
- aa.** Identificar la fuente (medio/canal) del lead o el cliente.
- bb.** Administrar el equipo comercial la herramienta.
- cc.** Gestionar campañas de marketing dirigidas a clientes y prospectos.
- dd.** Gestionar la base de datos de los clientes de acuerdo con criterios específicos de segmentación.
- ee.** Asignar puntajes a los leads según su comportamiento y características para priorizar su seguimiento.
- ff.** Gestionar y resolver solicitudes de soporte de los clientes de manera eficiente.
- gg.** Creación y gestión de tickets de soporte que permiten a los equipos rastrear y resolver problemas de los clientes.
- hh.** Gestionar las solicitudes de los clientes, priorizar los casos más urgentes.
- ii.** Planificación y gestión de visitas comerciales a los clientes y prospectos
- jj.** Seguimiento a las visitas, tareas y compromisos individuales, asignarlas a miembros del equipo comercial y establecer plazos.
- kk.** Monitoreo del avance de las tareas y compromisos, con informes de estado y alertas en tiempo real.
- ll.** Asignación de otros miembros y seguimiento de recursos necesarios para completar las tareas del proyecto.
- mm.** Asignación de tareas a miembros del equipo comercial con plazos específicos y prioridad.
- nn.** Programación automática de correos de seguimiento y recordatorios a clientes potenciales.
- oo.** Tener secuencias automáticas de acciones basadas en disparadores específicos, como la entrada de un nuevo lead.



- pp.** Contar con informes detallados basados en los datos almacenados en el CRM para ayudar en la toma de decisiones estratégicas.
- qq.** Visualización en tiempo real de métricas clave establecidas por la entidad, como número de visitas, cantidad de créditos, efectividad de visitas, etc.
- rr.** Permitir la búsqueda por medio de criterios incluyentes y/o excluyentes para localizar rápidamente información específicos dentro del CRM.
- ss.** Tener un buscador adicional en todas las listas dentro del sistema
- tt.** Generar informes sobre diferentes aspectos del negocio, de acuerdo con las necesidades de la entidad.
- uu.** Tener tableros que muestran el progreso de las tareas y el cumplimiento de los plazos.
- vv.** Obtener indicadores de eficiencia, eficacia y efectividad
- ww.** Exportar la información a Excel.
- xx.** Administrar usuarios y contraseñas
- yy.** Administrar roles
- zz.** Asignar funciones a los roles.

- aaa.** Crear distintos perfiles de administradores (ej.: creación de administradores de usuarios, administradores operativos, administrador de parámetros de seguridad, directivos comerciales, comerciales y otros) y segregar sus funciones de manera independiente.
- bbb.** Administrar el ciclo de vida de los perfiles (Creación, Modificación, y Eliminación), ofreciendo granularidad para definir los tipos de privilegios a conceder.
- ccc.** Gestionar cambios de roles, responsabilidades y gobierno IT.
- ddd.** Generar informes que permitan visualizar los roles por aplicación, usuarios del sistema, privilegios de cada rol por opción, opciones con permisos por rol.
- eee.** Tener un mecanismo de control de acceso que permita asignación o denegación de privilegios solo al rol que cumple un usuario autorizado.
- fff.** Limitar las opciones de menú y submenú de cada uno de los usuarios que utilizan los sistemas de información de acuerdo con el perfil.
- ggg.** Permitir el acceso con single sign on y permitir la integración de manera nativa con las soluciones de manejo de identidad y control de accesos, adicionalmente se debe



facilitar el uso de conectores para la sincronización y aprovisionamiento automático de contraseñas, Identidad y accesos.

- hhh.** El diseño debe contemplar que al ingresar a la solución los comerciales puedan a través de un tablero de control seleccionar (visualizar) el portafolio en su totalidad, permitir:
 - I. Ver el registro histórico de interacciones
 - II. Analizar e identificar clientes importantes por producción y eficiencia.
 - III. Tener conocimiento del portafolio, identificar si el portafolio está amortizado o concentrado.
 - IV. Evidenciar el comportamiento del portafolio con la estacionalidad de este.
- iii.** Seguimiento a las interacciones de los clientes y mantenimiento, permitiendo:
 - I. La solución debe tener la posibilidad de crear un pipeline que permita automatizar las tareas más comunes como crear tareas, próximas visitas, próximas llamadas, actualizar contactos y que permita el enlace con redes como LinkedIn.
- jjj.** Centralizar cada contacto o interacción con el cliente y así tener una visión global, de cada uno.
- kkk.** Segmentar el portafolio con los servicios ofrecidos, para identificar el comportamiento de inversión.
- lll.** Integrar canales de comunicación
- mmm.** Generar informes de rendimiento
- nnn.** Brindar plantillas en tiempo real en el correo electrónico, realizando sugerencias útiles haciendo así que el correo sea relevante y personalizado para los prospectos.
- ooo.** La Solución debe poder parametrizarse e integrarse al aplicativo de Gestión documental de la entidad.
- ppp.** Facilitar la generación de información que permita el cumplimiento de la normatividad vigente.
- qqq.** Contar con la documentación de una manera ágil y organizada, con registro histórico de las interacciones.
- rrr.** Permitir que los directivos puedan:
 - I. Realizar seguimiento y gestión a sus equipos comerciales, facilitando la supervisión, rendimiento y medir la eficacia del equipo
 - II. Revisar base de clientes, citas programadas, leads, seguimiento.



- III. Permite crear usuarios y permisos entre los usuarios, generar reglas en el pipeline, crear informes con segmentación detallada por equipo
- IV. Visibilidad del rendimiento de cada miembro del equipo,
- sss.** Facilitar la asignación de recursos y la identificación de áreas de mejora.
- ttt.** Contar con paneles de control en tiempo real visualizando el rendimiento de cada comercial mediante sus KPI.
- uuu.** Permitir establecer metas individuales y la trazabilidad del avance de manera periódica.
- vvv.** Construir y actualizar los tableros de control
- www.** Los dashboard con resultados deben poderse compartir en las reuniones de manera transparente con datos precisos y actualizados.
- xxx.** Optimizar la asignación de los leads entrantes y realizar un seguimiento sistemático.
- yyy.** Facilitar la gestión de los nuevos leads y así evitar sobrecarga en algunos comerciales generando desequilibrio en otros.
- zzz.** Incluir la asignación automática de leads teniendo presente la carga de trabajo y el sector de cada comercial, logrando así una atención más equitativa y especializada.
- aaaa.** Permitir a los directivos el seguimiento de las actividades como las interacciones con cada uno de los prospectos
- bbbb.** Corregir la estrategia en caso de que se requiera
- cccc.** Mostrar tendencias de cumplimiento individual con alertas para aquellos que no alcanzan las metas establecidas.

3.1.3. Planilla de datos anexos actuales de Fiduprevisora

DATOS	CANTIDAD
Total de Negocios Administrados	408
Total Clientes Fondos de Inversión	1309
Usuarios que utilizaran la herramienta	Entre 300 y 500

Se debe contemplar la migración de los datos de clientes y negocios administrados vigentes.



3.2. DURACIÓN ESTIMADA

El plazo estimado de ejecución es de dieciocho (18) meses.

- Seis (6) meses de implementación.
- Doce (12) meses de soporte y mantenimiento (7 x 24).

3.3. FORMA DE PAGO ESTIMADA

Fiduprevisora S.A. bajo ninguna circunstancia realizará pagos anticipados. El pago se estima que se realizará de la siguiente manera:

- Implementación: 4 Pagos (25% c/u) de acuerdo con los avances del proceso.
- Soporte y Mantenimiento: mensualidades vencidas.

4. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LA COTIZACIÓN

4.1. Forma de presentación de la Cotización

Para Fiduprevisora S.A., es importante contar con su cotización teniendo en cuenta su experiencia y reconocimiento en el mercado; de esta manera, conoceremos las mejores prácticas que se están llevando a cabo, con el fin de establecer condiciones equitativas y factores objetivos de selección dentro de los procesos de contratación.

Los interesados deben presentar sus ofertas por medio de correo electrónico y/o plataforma SECOP II, en idioma español, dentro de las fechas establecidas para cada etapa del proceso relacionadas en el cronograma y acompañadas de los documentos solicitados.

4.2. Documentos de carácter jurídico y financiero

Las respectivas cotizaciones deberán estar acompañadas de los documentos que se relacionan a continuación, con el fin de realizar un análisis de tipo jurídico y financiero de cada interesado; veamos:

- I. Certificado de Representación Legal con fecha de expedición no mayor a 30 días calendario.
- II. Registro Único Tributario – RUT.
- III. Estados Financieros con corte a diciembre de 2023.

4.3. Experiencia Específica

El interesado debe relacionar experiencia de ejecución de contratos cuyo objeto contemple las actividades citadas en el objeto de esta invitación.



N°	EMPRESA O ENTIDAD CONTRATANTE	OBJETO	FECHA INICIO	FECHA FIN	VALOR TOTAL EJECUTADO INCLUIDO IVA
1					
2					
3					

Nota* se recomienda que preferiblemente la experiencia relacionada no sea superior a 5 años respecto de la actual vigencia.

5. VALOR DE LA COTIZACIÓN

El valor de la propuesta debe presentarse en pesos colombianos, debe incluir impuestos, tasas y/o contribuciones a los que haya lugar, así como costos directos e indirectos.

En caso en que el servicio se encuentre exento o excluido del IVA, es pertinente informar las razones financieras, tributarias y/o jurídicas que así lo contemplen.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario Antes de IVA	IVA	Valor Total IVA incluido
Implementación (máximo 6 meses)	Global	1			
Soporte y Mantenimiento (7 x 24)	Mes	12			

Para Fiduprevisora S.A., es importante contar con su cotización teniendo en cuenta su experiencia y reconocimiento en el mercado; de esta manera, conoceremos las mejores prácticas que se están llevando a cabo, con el fin de establecer condiciones equitativas y factores objetivos de selección dentro de los procesos de contratación.

Agradecemos su participación.

FIDUPREVISORA S.A.

Elaboró: R. Álvarez - Profesional Inteligencia de Mercados.
 Revisó: María José Barguil Borja - Directora de Contratos Empresa.
 Revisó: Stefania Gutierrez Arcila - Gerente de Adquisiciones & Contratos.
 Aprobó: Margarita Ahumada - Gerente de Estrategia Comercial

"Defensoría del Consumidor Financiero: Dr. JOSÉ FEDERICO USTÁRIZ GÓNZALEZ. Carrera 11 A No 96-51 - Oficina 203, Edificio Oficity en la ciudad de Bogotá D.C. PBX 6108161 / 6108164, Fax: Ext. 500. E-mail: defensoriafiduprevisora@ustarizabogados.com de 8:00 am - 6:00 pm, lunes a viernes en jornada continua".

Las funciones del Defensor del Consumidor son: Dar trámite a las quejas contra las entidades vigiladas en forma objetiva y gratuita. Ser vocero de los consumidores financieros ante la institución. Usted puede formular sus quejas contra la entidad con destino al Defensor del Consumidor en cualquiera agencia, sucursal, oficina de corresponsalia u oficina de atención al público de la entidad, asimismo tiene la posibilidad de dirigirse al Defensor con el ánimo de que éste formule recomendaciones y propuestas en aquellos aspectos que puedan favorecer las buenas relaciones entre la Fiduciaria y sus Consumidores. Para la presentación de quejas ante el Defensor del Consumidor no se exige ninguna formalidad, se sugiere que la misma contenga como mínimo los siguientes datos del reclamante: 1. Nombres y apellidos completos 2. Identificación 3. Domicilio (dirección y ciudad) 4. Descripción de los hechos y/o derechos que considere que le han sido vulnerados. De igual forma puede hacer uso del App "Defensoría del Consumidor Financiero" disponible para su descarga desde cualquier smartphone, por Play Store o por App Store.