ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

1. OBJETIVOS

Los servicios objeto de esta licitación tienen un objetivo de carácter general y objetivos específicos. A saber:

i. Objetivo General

Implementar campañas de comunicación orientadas a mejorar el posicionamiento actual, aumentando la relación usuario-empresa y transformando al Metro de Santiago en una entidad que brinda algo más allá del trasporte diario.

ii. Objetivos Específicos:

a. Desarrollar conceptos comunicacionales
b. Producción de originales
c. Supervisión de fotografías y spots y elementos publicitarios, de comunicación y de promoción.
d. Coordinar la instalación, activación en terreno y publicación de elementos.
e. Intermediar en los procesos de selección de terceros
f. Implementar la estrategia definida y toda gestión que diga relación con la implementación de las actividades publicitarias

2. PERFIL DEL EQUIPO PROFESIONAL

Adicionalmente, el contratista deberá poner a disposición de Metro el equipo necesario para el desarrollo de actividades, considerándose básico el contar con todas las funciones de especialidad que sustentan este tipo de servicios como la que es materia de la presente Licitación. El equipo descrito deberá contar con a lo menos los siguientes profesionales:

- 1 Gerente General Agencia.
- 1 Director General Creativo de Agencia.
- 1 Director de la Cuenta.
- 1 Director Creativo.
- 1 Director de Arte.
- 1 Redactor Creativo.
- 1 Ejecutivo de cuenta.
- 1 Productor de arte.

Los perfiles de los profesionales que integre el equipo del contratista deben estar orientados a aquellos que se encuentren especializados en el ámbito de la publicidad y diseño.

El Adjudicado se encontrará especialmente obligado a que el equipo de trabajo ofrecido en su propuesta sea el que efectivamente realice, durante el desarrollo de todo el contrato, las funciones y tareas comprometidas en dicho documento y sus respectivos anexos. No se aceptará el reemplazo de ninguno de los integrantes del equipo propuesto, excepto por causas de fuerza mayor, debidamente informadas, justificadas y autorizadas por escrito por parte de Metro. En estos casos el nuevo integrante del equipo deberá ser también aprobado por escrito por parte de Metro. El incumplimiento de lo anterior será estimado

como incumplimiento grave de las obligaciones y facultará a Metro para poner término anticipado al contrato conforme a lo previsto en el Artículo "Multas" de las Bases Administrativas.

El incumplimiento en el tiempo asignado del equipo de trabajo a la cuenta, descritos en este punto dará lugar a multas según el artículo correspondiente a la clasificación de dichos montos.

3. REUNIONES Y ROLES

Se exigirá la participación activa del director de la cuenta, del director creativo y director de arte, así como los integrantes del equipo de profesionales que la contraparte técnica determine en las actividades de ejecución del trabajo encomendado así como en las reuniones de coordinación con la Contraparte Técnica.

Para dar cumplimiento a dichas necesidades, se requiere considerar un equipo mínimo de trabajo, el que deberá asignar la siguiente cantidad de horas por profesional.

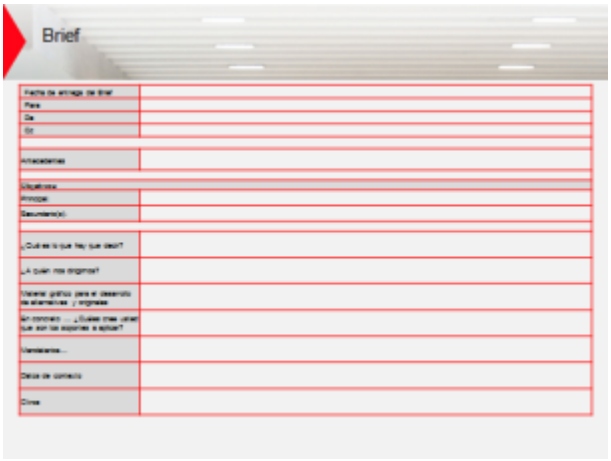
Equipo de trabajo asignado a la cuenta	horas semanales asignadas a la cuenta	Presencia obligatoria en reuniones semanales con cliente
Director general creativo de agencia.	3	NO
Gerente general agencia.	3	NO
Director Creativo de la cuenta.	15	SI
Asistente Director Creativo.	20	NO
Redactor Creativo.	15	NO
Director de Cuenta.	10	SI
Director de arte.	20	SI
Ejecutivo de cuenta.	20	SI
Productor de arte.	20	NO

Los presentes requerimientos de personal no incluyen los servicios de staff de agencia como son: administración, facturación, asesorías de impreso, fotografía o sonido, funciones que deberán ser provistas por el proponente y estarán incluidas en el cobro mensual a ofertar.

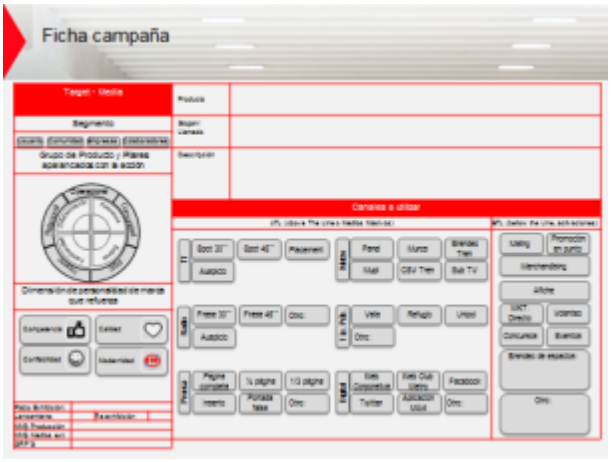
El incumplimiento en el tiempo asignado del equipo de trabajo a la cuenta, descritos en este punto dará lugar a multas según el artículo correspondiente a la clasificación de dichos montos.

4. SOLICITUDES DE TRABAJO PARA EL CONTRATISTA

Cada solicitud de trabajo que se deba realizar al contratista será entregada en un formato preestablecido, en donde se detallarán los siguientes aspectos del requerimiento:









i. Laminas 1 y 2

- Antecedentes: Información general que explica en breves palabras de qué se trata el proyecto / campaña / Aviso.
- Objetivos comunicacionales: declara cuales deben ser los objetivos a alcanzar por el contratista con el proyecto / campaña / Aviso requeridos por Metro.
- Contenidos requeridos mínimos del proyecto / campaña / Aviso: detalla cual debe ser la información que necesariamente debe contener el proyecto / campaña / Aviso, como por ejemplo:

    a. Fechas, lugar, hora
    b. Precios
    c. Premios
    d. Requisitos
    e. Mecánica
    f. Etc.

- Grupo Objetivo al que está dirigido el proyecto / campaña / Aviso: perfil socio económico y estilo de vida de los receptores del mensaje.

- Material de apoyo si lo hubieses: cualquier elemento que deba ser incluido o que aporte al entendimiento del mensaje, por ejemplo: fotos, portadas, etc.

- Formatos solicitados: Especificaciones de formatos y medios: radio, TV, folleto, volante, etc. De lo mínimo que debe ser presentado en la reunión de revisión definida en el punto "Fecha de presentación a Cliente".

- Elementos obligatorios: Lo que obligatoriamente tiene que ir en la comunicación (marca, claim, refuerzos visuales, etc.).

- Otras observaciones necesarias para el desarrollo del proyecto.

ii. Lamina 3

- Segmento: Se identifica uno de los 4 segmentos de stakeholders.

- Grupo de Producto y Pilares de Posicionamiento: Se identifica el requerimiento en términos genéricos sobre su clasificación.

- Dimensiones de personalidad de marca: se declara cual es la dimensión a reforzar con la solicitud realizada al contratista para la confección de una campaña.

- Medios a utilizar y Presupuesto asignado.

5. PLAZOS PARA EL DESARROLLO DE LAS SOLICITUDES DE TRABAJO PARA EL CONTRATISTA

Cada proyecto / campaña / Aviso tendrá un plazo mínimo de desarrollo por parte del contratista de 5 días hábiles, período en el cual se prepararán **a lo menos 2 propuestas** con conceptos de campaña distintos uno del otro para cada proyecto.

Finalizado dicho plazo el contratista deberá presentar las propuestas al cliente para sus observaciones. Dichas observaciones podrán ser de carácter menor a las propuestas presentadas o modificaciones sustanciales.

- **Modificaciones Menores:** Si las modificaciones solicitadas son de carácter menor, como por ejemplo: modificar un llamado, redactar una frase, distribuir los elementos de la piezas de otra forma, jerarquizas elementos de otra manera, cambiar fotografías de fondo o modelos en las piezas, el plazo para realizar dichos cambios no podrá superar los 2 días hábiles para la realización de dichas modificaciones.

- **Modificaciones Sustanciales:** Si se solicitasen modificaciones a las propuestas desarrolladas, el contratista tendrá 3 días hábiles para entregar las modificaciones solicitadas si estas solicitudes de modificaciones son sustanciales, se entenderá como modificaciones sustanciales aquellas que comprometan el uso de las mismas piezas para la nueva presentación a cliente, obligando al contratista a desarrollar una tercera alternativa con las observaciones recogidas de la reunión de

revisión. Si la 3ra. propuesta entregada por el contratista aun no satisface la solicitud de trabajo realizada, tendrá 1 día hábil más para realizar los ajustes correspondientes.

Si finalizado este proceso la propuesta aun no satisface la solicitud de trabajo realizada, este hecho dará lugar a multas según el artículo correspondiente a la clasificación de dichos montos.

6. SOLICITUDES DE TRABAJO SIMULTÁNEAS

El contratista deberá considerar el desarrollo de un máximo de 5 proyecto / campaña / Aviso, simultáneos para desarrollo de manera permanente.

Se considerará para efectos de dicha cantidad aquellas solicitudes a desarrollar por el contratista en su primera fase de desarrollo, es decir aquellas que estén en el período de 5 días hábiles iniciales para desarrollo de propuesta por parte del contratista. No se considerarán como proyectos simultáneos aquellos proyectos que están en fase de reformulación por haber solicitado modificaciones sustanciales a la propuesta inicial de Agencia o proyectos que estén en fase de Modificaciones menores.

7. PLAZOS DE ENTREGA PARA CONFECCIÓN DE ORIGINALES Y VISTO BUENO DE LAS PROPUESTAS

El contratista dispondrá de 2 días hábiles desde la recepción de los insumos necesarios o bien de los vistos buenos correspondientes para la confección de los originales totales del proyecto / campaña / Aviso solicitado.

Los vistos buenos de cada uno de los proyectos solo podrán ser entregados por el especialista de marketing del área solicitante o quien lo reemplace en tal cargo si se encontrase ausente, los que deberán ser entregados de manera escrita a través de e-mail.

El incumplimiento en el procedimiento descrito en este punto dará lugar a multas según el artículo correspondiente a la clasificación de dichos montos.

i. Contratación de proveedores

Paralelamente al proceso de desarrollo de originales, el contratista deberá entregar a Metro la información detallada de especificaciones técnicas para la contratación de los proveedores que confeccionen los productos o ejecuten los servicios asociados a las propuestas de Agencia aprobadas. Metro deberá dar visto bueno de las especificaciones técnicas para el desarrollo del proceso de cotizaciones.

El contratista dispondrá de un plazo máximo de 24 horas para entregar las especificaciones técnicas de cada original solicitado. Si Metro no visara las especificaciones técnicas, el contratista tendrá un plazo de 24 horas para modificarlas y volver a presentarlas.

Cuando se le solicite, el contratista deberá solicitar cotizaciones a un mínimo de 3 proveedores (sin incluir en ningún caso sus propios servicios fuera de este contrato como uno de ellos) para la realización de los servicios necesarios para la ejecución de los originales o productos definitivos del proyecto / campaña / Aviso que le fue solicitado en un plazo no mayor a 48 horas.

El incumplimiento en el procedimiento descrito en este punto dará lugar a multas según el artículo correspondiente a la clasificación de dichos montos.

8. EVALUACIÓN DE LOS ANTECEDENTES TÉCNICOS

Las propuestas recibidas dentro del plazo serán abiertas y revisadas por una comisión evaluadora de Metro, la que procederá a evaluar los antecedentes técnicos entregados por los proponentes en función de las siguientes ponderaciones

9. ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2013[1]

Con el fin de dar a conocer el alcance de los objetivos mencionados en el punto anterior para determinar la carga de trabajo que deberá asumir el proponente, a continuación se enumeran las actividades realizadas durante el 2013.

CAMPAÑAS INTERNAS

Campaña para remarcar los encuentros de líderes

Incluyó:
- Afiches
- E-mail



Campaña para informar sobre la creación de la escuela de servicio

Incluyó:
- Afiches
- E-mail
- Productos promocionales
- Pendones



[1] Se han incluido algunos trabajos desarrollados durante el 2012 y 2014, debidamente señalizados.

Campaña para fomentar el autocuidado en los colaboradores de Metro

Incluyó:
- Afiches
- Volantes
- E-mail



Campaña que invita a los colaboradores a participar en los Comités de Mejoramiento de Clima

Incluyó:
- Afiches
- Volantes
- E-mail
- Stopper



Campaña que comunica sobre kas asistentes sociales

Incluyó:
- Afiches
- Volantes
- E-mail



CAMPAÑAS EDUCACIONALES

Campaña para evitar accidentes

Incluyó:

- Gráficas para paneles, mupis y muros
- Gráficas para ventas y puertas de trenes
- Volantes
- Team premiador
- Spot para Metro TV (**https://www.youtube.com/watch?v=jgG9WFP-GZg**)
- Redes sociales





Campaña para evitar hurtos y robos

Incluyó:

- Gráficas para paneles, mupis y muros
- Gráficas para interior de trenes
- Volantes
- Video junto a Woki Toki (https://www.youtube.com/watch?v=gFadKjuvAUc)



CAMPAÑAS OPERACIONALES

Campaña para comunicar la llegada de nuevos trenes con aire acondicionado. (2012)

Incluyó:

- Gráficas para paneles, mupis
- Gráficas para interior de trenes
- Spot en TV abierta (**https://www.youtube.com/watch?v=rNxUcjpkCNw**)
- Spot en radio
- Prensa
- Redes sociales



Campaña para informar sobre puerta en andén Tobalaba Línea 4

Incluyó:
- Gráficas para paneles y muros
- Volantes
- Spot para Metro TV
- Señalética en estaciones
- Monitores en las estaciones
- Redes sociales





Campaña para informar de la apertura tardía los domingos en línea 1

Incluyó:
- Gráficas para paneles y muros
- Volantes
- Adhesivo en las boleterías
- Corpóreos
- Señalética al ingreso los días domingo
- Spot en radio
- Redes sociales



Campaña para informar la llegada del último tren nuevo con aire acondicionado en línea 1

Incluyó:
- Gráficas para paneles y muros
- Prensa gratuita
- Redes sociales



Campaña sobre aplicación móvil de Metro

Incluyó:

- Gráficas para paneles y muros
- Gráfica en suelo en zonas WiFi
- Gráfica en boleterías
- Prensa gratuita
- Redes sociales



Campaña que incita a ver marzo con otros ojos. (2014)

Incluyó:

- Gráficas para paneles, mupis
- Gráficas para interior de trenes
- Spot en TV abierta (https://www.youtube.com/watch?v=vLQGZlp4Ifw)
- Spot en radio
- Prensa
- Redes sociales



CAMPAÑAS DE FIDELIZACIÓN

Campaña de Club Metro

Incluyó:

- Gráficas para paneles y muros
- Gráficas en trenes
- Gráficas en soportes Club Metro
- E-mailing
- Redes sociales





Campaña dirigida a los clientes que arriendan locaciones para grabaciones

Incluyó:

- Folleto
- Acción de marketing directo
- E-mailing



CAMPAÑAS DE NUEVOS PROYECTOS

Campaña que anuncia el inicio de las obras de las línea 3 y 6. (2012)

Incluyó:

- Gráficas para paneles, mupis
- Gráficas para interior de trenes
- Spot en TV abierta (https://www.youtube.com/watch?v=ynLf08hDl7E)
- Spot en radio
- Prensa
- Redes sociales



Campaña dirigida a las comunidades cercanas a las obras de las nueva líneas 3 y 6 de Metro

Incluyó:

- Folletos
- Monitores
- Gráficas en las obras
- E-mailing





CAMPAÑAS DE RSE

Campaña de recolección de regalos.

Incluyó:

- Gráfica en paneles
- Corpóreos
- Buzones de recolección
- Videos en Sub TV
- Redes sociales



CAMPAÑAS CULTURALES

Campaña para fomentar el concurso matemático

Incluyó:
- **Gráfica en los paneles**
- **Redes sociales**



Campaña con los cuentos ganadores de Santiago en 100 palabras

Incluyó:
- **Gráfica en los paneles**
- **Redes sociales**
- **Acciones relacionadas**



Campaña para comunicar las películas que se exhibirán de manera gratuita

Incluyó:
- **Gráfica en los paneles**
- **Lienzo en la estación**



Campaña que comunica sobre Música de Estación

Incluyó:
- **Gráfica en los paneles**
- **Redes sociales**

