

## ESPECIFICACIONES TECNICAS SERVICIO DE CASTING PARA LAS CAMPAÑAS DE MARKETING 2016-2018

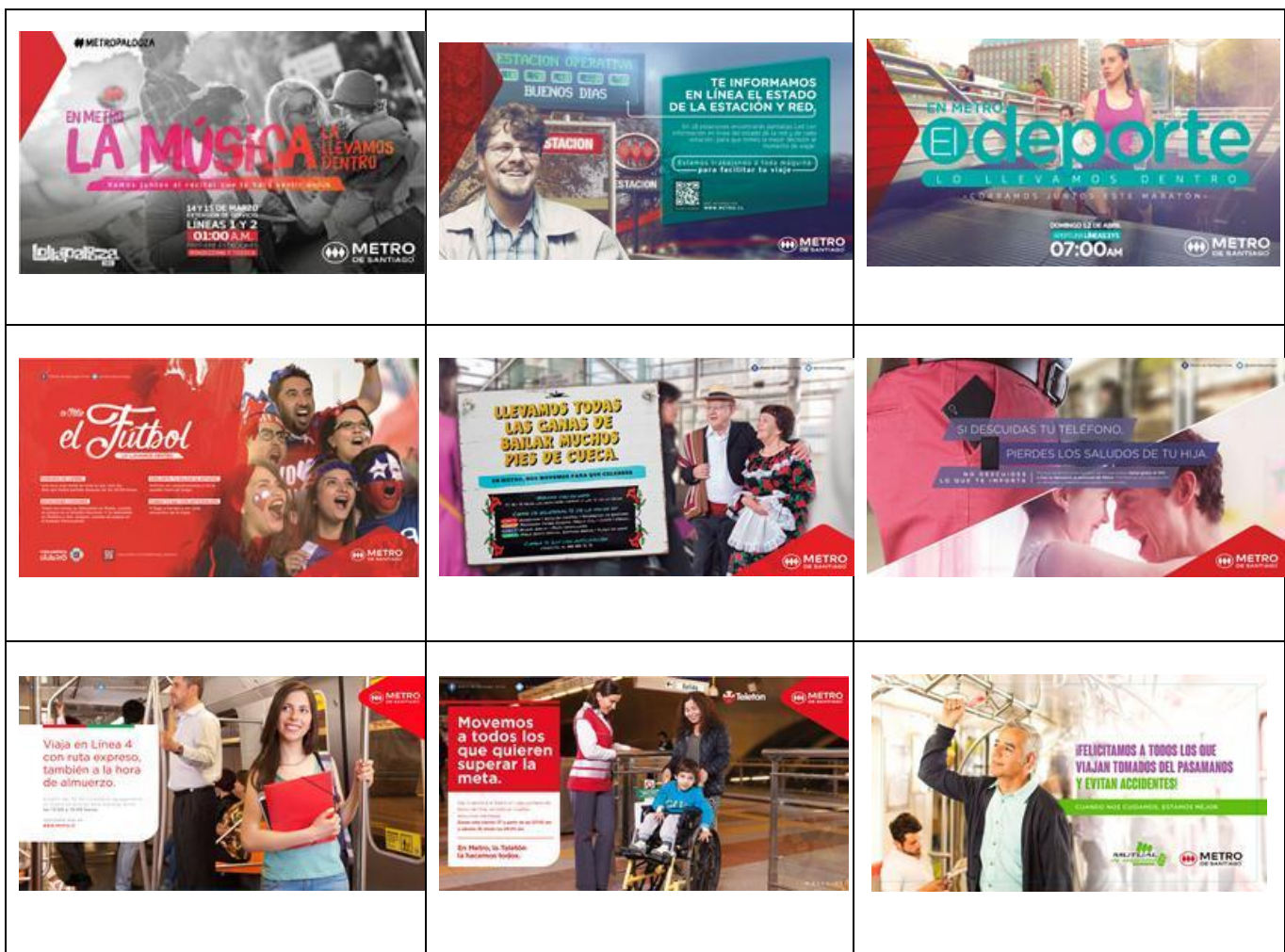
### 1. OBJETIVO

El objeto de este documento es describir y regular las condiciones generales para la entrega del servicio de casting para ser utilizadas en campañas publicitarias de Metro de Santiago.

### 2. DESCRIPCION DEL SERVICIO

El Servicio de casting, consiste en proveer a Metro S.A los modelos protagónicos, secundarios y extras requeridos para sesiones de fotografía publicitaria en accesos e interiores de estaciones, trenes u otras dependencias de Metro S.A., como también locaciones exteriores o estudio, para campañas de difusión de Metro de Santiago.

A modo de ejemplo se presentan algunas imágenes de campañas con el tipo de modelo que se requiere para este servicio:



A modo de referencia se estima el siguiente consumo de servicios:

1. Modelos protagónicos: 50 a 100
2. Modelos secundarios: 50 a 100
3. Modelo extras: 100 a 200
4. Re exhibición de modelos protagónicos, secundarios y extras: 0 a 50
5. Exhibiciones adicionales en caso que los modelos sean utilizados en otros medios que no sean propios METRO.
  - a. TV: 0 a 10
  - b. Prensa: 10 a 20
  - c. Vía pública: 0 a 10
  - d. Medios Digitales (web, redes sociales, etc): 10 a 20

### 3. DETALLE DEL SERVICIO REQUERIDO

- I. Propuesta y selección de modelos protagónicos y/o secundarios, según las características definidas por Metro. Cada solicitud de casting para una toma fotográfica deberá tener un mínimo de 6 modelos protagónicos y secundarios como alternativas para elección de Metro de Santiago y la agencia según sea solicitado.

Como prioridad independiente que sean protagónicos, secundarios o extras deben tener perfiles de personas cotidianas usuarias del metro, es fundamental más que nada que el o los protagónicos tengan su rostro, cabello y dentadura óptima para fotografiar, esto quiere decir;

- Rostro, no tener cicatrices o marcas muy notorias.
- Cabello, que esté limpio y óptimo para peinar en el caso que se requiera.
- Dentadura, tiene que estar optima sin que se vean tapaduras ni menos que le falte un diente al sonreír

Los modelos que se presenten en las “pre” deben tener las fotos actualizadas.

- II. Propuesta y selección de vestuario, según las características definidas por Metro, considera aprobación de vestuario en agencia de publicidad de Metro con modelos seleccionados.

El vestuario es fundamental que sea el que existe en las tiendas, previamente chequeado en su modelo y color, como así también todos los accesorios. No puede pasar que el vestuario que se elige en “pre” luego no esté disponible porque las prendas no estén en las tiendas.

Además es importante que el vestuario, de marcas conocidas o no, dependa de lo que requiera la producción de la foto, es decir, si en algún momento se necesita un accesorio de una marca específica el proveedor pueda disponer del producto independiente a su costo.

Además de la “pre” se debe considerar prueba de vestuario, al menos, un día antes de la sesión fotográfica.

- III. Celebración de contrato de prestación de servicios entre los Modelos (protagónicos, secundarios y extras) y la productora. Cada contrato deberá tener una vigencia de 6 meses, con una extensión en periodos de 3 meses, si Metro lo requiere. La vigencia del contrato con el modelo, comienza desde el momento de exhibición de la campaña en medios METRO.

- IV. Provisión de vestuario seleccionado para cada modelo y sesión fotográfica. La productora es responsable de la adquisición o el arriendo del vestuario necesario para la toma fotográfica.
- V. Asegurar la presencia de los modelos protagónicos, secundarios y extras seleccionados para la realización de sesiones fotográficas.
- VI. Presencia de vestuarista durante las sesiones fotográficas.
- VII. Responsable del Pago a modelos.

#### **4. PLAZOS DE ENTREGA DE SERVICIOS**

- 1. Propuesta y selección de modelos protagónicos y secundarios: 2 días hábiles.
- 2. Propuesta y selección de vestuario: 2 día hábiles.
- 3. Celebración de contrato de prestación de servicios entre los Modelos (protagónicos, secundarios y extras) y la productora: antes de la sesión fotográfica.

#### **5. HORARIO DEL SERVICIO**

Los trabajos solicitados por Metro podrán ser requeridos para ser realizados los días laborales, horarios diurnos, nocturnos o fin de semana inclusive.

#### **6. LUGARES EN DÓNDE SE PRESTARÁN LOS SERVICIOS**

Las locaciones posibles en que se podrían desarrollar los servicios son las que se detallan a continuación:

- I. Edificio corporativo de Metro: Alameda 1414 – Santiago Centro
- II. Estaciones de la Red Metro y alrededores
- III. 5 Talleres de la Red Metro, interior y exterior trenes
  - Taller Puente Alto de Línea 4: Nemesio Vicuña s/n – Puente Alto
  - Cocheras Quilín de Línea 4: Avenida Américo Vespucio #4180 – vereda oriente
  - Taller Neptuno de Línea 1: Av. Dorsal # 6252 – Lo Prado.
  - Taller Lo Ovalle de Línea 2: Lo Ovalle #192 – La Cisterna.
  - Taller San Eugenio de Línea 5: San Eugenio #997 – San Joaquín
- IV. Y cualquier otro lugar que Metro necesite, dentro de Santiago. En caso de ser fuera de Santiago se solicitará con una semana de anticipación y no será más de 3 veces en el período de duración de contrato.

## 7. INFORME MENSUAL

La productora deberá confeccionar un informe de trabajos mensual, indicando:

Solicitud de trabajo emitida por Metro en el mes	Cantidad de modelos protagonistas	Cantidad de modelos extras	Re exhibiciones del mes	Exhibiciones adicionales del mes			
				TV	Prensa	Vía Pública	Medios Digitales