

# **Especificaciones Técnicas Servicio Comunicacional y Suministro de Material Audiovisual, Fotográfico e Impresión de Gráfica para Campaña Plan de Adopción Medio de pago único para Servicio Limache – Puerto, y Campaña Promocional para Servicio Limache – Puerto y Biotren**

## **1. Antecedentes**

En enero de 2022, se inició el proceso de desarrollo del nuevo sistema de pago único para las operaciones de transporte de pasajeros de los servicios urbanos y suburbanos de EFE Trenes de Chile, que hoy operan con tarjeta sin contacto emitida por EFE. Estos servicios corresponden a los actuales:

- Rancagua-Estación Central
- Biotren
- Limache-Puerto

El proyecto consiste en el recambio tecnológico del sistema de pago, y la inclusión de mejoras de cara al pasajero, lo que considera importantes beneficios y paralelamente, requiere que estos modifiquen sus conductas de uso para acceder a la mejor experiencia con este nuevo sistema.

El proyecto de cambio está definido en 3 fases:

1. Fase 1: Impacta al servicio de Biotren.
2. Fase 2: Servicio Limache-Puerto
3. Fase 3: Servicios Rancagua-Estación Central, Chillán - Estación Central, Talca – Constitución, Victoria – Temuco y Talcahuano – Laja

El proyecto de cambio está definido en la fase 2:

**Las presentes especificaciones técnicas y el consiguiente servicio abarcan las necesidades de educación y comunicación de la FASE 2 (Servicio Limache-Puerto).**

## **2. Objetivos comunicacionales del servicio y suministros a adquirir**

Posicionar a EFE como una empresa preocupada por sus pasajeros, que está en constante evolución y que mediante el cambio de su medio de pago contribuirá a mejorar la experiencia de viaje de todos sus servicios, siendo el primer medio de pago del transporte interregional de Chile.

Aportando al Posicionamiento:

EFE Trenes de Chile, Acercar Chile a su mejor Futuro. El primer medio de pago multi regional y multi modal.

Aportando a la Imagen:

Modelo para la integración. Un sistema pensado para la integración de todos los operadores de transporte de la región.

Mejor que el actual sistema. Carga remota y uso en torniquetes en un solo paso.

Mejorando la experiencia:

Innovación al servicio del pasajero. Mejores funcionalidades que mejoran la experiencia de viaje.

### 3. Contenidos de la campaña comunicacional

El adjudicado deberá considerar las siguientes temáticas que deberán incluirse en las distintas piezas:

1. Comunicar previamente a los pasajeros del re mapeo previo de sus tarjetas
2. Informar sobre las nuevas funcionalidades del sistema para su uso:

<ul style="list-style-type: none"><li>• Recarga web automática en un 1 solo paso.</li><li>• Viaje de emergencia.</li><li>• Nuevas máquinas de autoservicio y mejora de las máquinas de autoservicio actuales.</li></ul>	Campaña de Adopción	Fase 2	Servicio Limache-Puerto
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pago con teléfono móvil con QR.</li><li>• Convenios de carga automática.</li><li>• Pago con tarjeta bancaria (de Crédito o débito) EMV.</li></ul>	Campaña Promocional	Fase 2.1, y 2.2	Servicio Limache-Puerto y Biotren

### 4. Público Objetivo

1. **Actuales pasajeros** de Servicio Limache Puerto y Biotren, y de las líneas de combinación de buses, en estaciones, en puntos de combinación con buses y durante el viaje.

Características de Servicios de BUSES (combinan con Servicio Tren LP)

Servicios	Limache Viejo	Quillota	La Calera	Olmué Empresa Agdabus	Quilpue-Villa Alemana	Otros servicios Buses urbanos	Trolebuses
Regulado por MTT/EFE/Municipalidad	EFE	EFE	EFE	MTT	MTT	MTT	MTT
Convenio/Contrato con EFE Valparaíso	Contrato	Contrato	Contrato	Convenio	Convenio	No existe	Convenio
Combinación exclusiva PAX EFE	Si	Si	Si	No	No	No	No
Medio de Pago	Tarjeta EFE	Tarjea EFE	Tarjeta EFE	Tarjeta EFE + efectivo	Tarjeta EFE + efectivo	efectivo	Tarjeta EFE + efectivo
Lugar dónde combinan	Intermodal Limache	Intermodal Limache	Intermodal Limache	Exterior Estación Limache	Exterior Estación Quilpué y Villa Alemana	S/I	S/I
Viaje por semana estimado	20.500	30.000	22.500	15	Nuevo	S/I	S/I
Cantidad de Servicios Lunes a viernes	90	86	92	S/I	S/I	S/I	S/I
Cantidad de Servicios Sábado	62	63	61	S/I	S/I	S/I	S/I
Cantidad de Servicios Domingo y Festivos	50	42	45	S/I	S/I	S/I	S/I

#### Características de Servicios de BUSES (combinan con Servicio Tren BT)

Servicios	Biobus
Regulado por MTT/EFE/Municipalidad	MTT
Convenio/Contrato con EFE Valparaíso	Contrato
Combinación exclusiva PAX EFE	No
Medio de Pago	Boleto Integrado
Lugar dónde combinan	Intermodal Concepción
Viaje por semana estimado	3.000
Cantidad de Servicios Lunes a viernes	160
Cantidad de Servicios Sábado	42
Cantidad de Servicios Domingo y Festivos	12-24

2. **Potenciales pasajeros** que no están utilizando el tren pero que sí podrían usarlo ya que el recorrido del tren es parte de su recorrido habitual.

#### 5. Servicios requeridos

El objeto del servicio es la provisión para la implementación de la campaña de educación pasajeros en medios audiovisuales, con el objeto de minimizar los riesgos de adopción que reduzcan la aceptación del nuevo medio de pago EFE en los pasajeros actuales y futuros. Para lo anterior, se requiere una **Campaña de Adopción** con los siguientes servicios:

1. Concepto central creativo de campaña
2. Producción fotográfica
3. Producciones audiovisuales
4. Originales material gráfico (impresión)
5. Contratación de medios digitales
6. Contratación de modelos y derechos de exhibición de imagen

7. Temas, mensajes y cantidades para cada elemento impreso
8. Impresión, instalación y materiales

La campaña comunicacional deberá presentar los beneficios del nuevo sistema, los cambios en forma simple y las nuevas conductas de los pasajeros para mejorar su experiencia de servicio.

Y una **Campaña de Promoción** para comunicar los nuevos medios de pago que se implementarán unos meses después de la introducción de la Tarjeta Conecta. Se requiere una campaña con los siguientes servicios:

1. Concepto central creativo de campaña
2. Producción fotográfica
3. Producciones audiovisuales
4. Originales material gráfico
5. Post RRSS
6. Contratación de modelos y derechos de exhibición de imagen

## **5.1. Campaña de Adopción**

### **5.1.1. Conceptualización de la campaña de adopción**

El oferente seleccionado deberá proponer 3 alternativas de concepto central creativo para la selección de 1 a ser ejecutado.

El oferente deberá proponer el key visual de las piezas gráficas y audiovisuales que componen el Plan de Adopción.

La personalidad de la campaña debe representar los conceptos de: Humanidad, Agilidad y Modernidad.

### **5.1.2. Producción fotográfica**

El oferente deberá proveer de un set de fotografías en estudio y/o en locación (Estación o tren de EFE, sin considerar costos ni derechos de locación, en Servicio Limache - Puerto), para posteriormente seleccionar 5 tomas fotográficas y deberá incluir vestuario, maquillaje, traslado y catering.

### **5.1.3. Producciones audiovisuales**

Además del material anteriormente descrito, el proveedor deberá considerar la confección de 5 videos, los que deberá entregar en diferentes formatos:

#### 5.1.3.1.1. Videos

- Web Desktop: 1.920 x 1.080 px (HDV 1080).
- Web Mobile Vertical: 1.080 x 1.920 px (HDV 1080)

#### 5.1.3.1.2. Banners Web y App

- Banner web Desktop: 2.220 x 600 px.
- Banner web Mobile: 600 x 600 px.
- Banner App mobile: 1.200 x 780 px.

#### 5.1.3.1.3. Post RRSS

El oferente adjudicado deberá considerar la confección material gráfico para Redes sociales, los que deberá entregar en diferentes formatos:

Ámbito	Cambio	Servicios Limache - Puerto	Acción de Mitigación	Originales RRSS
Migración de tarjetas	Re mapeo de tarjetas actuales.	X	Paso por boletería	3
Educación para el Nuevo sistema	Uso nueva tarjeta	X	Carga remota	3
		X	Viaje de Emergencia	3
Cambio de equipos	Recambio cúpula azul validadores actuales	X	Educar al Usuario	3
	Mejoras de MAS actuales	X		3
	Instalación nuevas MAS	X		3
			<b>TOTAL</b>	<b>18</b>

#### 5.1.4. Originales material gráfico

El oferente adjudicado deberá considerar la confección del material gráfico para soportes propios, los que deberá producir en diferentes formatos:

Ámbito/Material/Tema	Cantidad de Originales	Cantidad de impresos
<b>Educación para el nuevo sistema</b>	19	<b>21</b>
<b>Adhesivos sobre Trovicel</b>	9	<b>11</b>
Andén	1	1
Bajada escalera	8	10

<b>Tela PVC</b>	6	<b>6</b>
Andén	6	6
<b>Adhesivo Impresión Digital + Laminado</b>	4	<b>4</b>
Andén	4	4
<b>Cambio de Equipo</b>	1	<b>38</b>
<b>Adhesivo Impresión Digital + Laminado + Sustrato</b>	1	<b>38</b>
MAS	1	38
<b>Migración</b>	5	<b>270</b>
<b>Adhesivo Doble Impresión Digital + Laminado</b>	5	<b>270</b>
boleterías	1	20
Bus	1	40
torniquete	1	110
Tren	1	80
Trolley	1	20
<b>Total general</b>	25	<b>329</b>

### 5.1.5. Contratación de medios digitales Campaña Adopción

El adjudicado deberá implementar una campaña en medios digitales, tales como Twitter, Instagram, Facebook y Google, a convenir con EFE por un valor de inversión total de MM\$ 6 bruto (comisiones y/o rebates de medios, de cargo del proveedor adjudicado del presente proceso de contratación de Plan de Adopción de Nuevo Medio de Pago).

### 5.1.6. Contratación de modelos y derechos de exhibición de imagen

El oferente seleccionado deberá contratar 3 modelos protagónicos y 2 modelos secundarios, a seleccionar desde un book a presentar a EFE. Estos modelos participarán en todo el material audiovisual parte de la presente campaña. El oferente deberá asegurar, a través de la firma de documento (contratos) de cesión de imagen de cada uno de los personajes y entregar copias de los mismos a EFE, el uso de dicha imagen hasta diciembre de 2024 de todo el material audiovisual generado para la implementación de la presente campaña ya sea fotografías como videos.

### 5.1.7. Temas, mensajes y cantidades (mt2) para cada elemento impreso

El adjudicado confeccionará todos las piezas gráficas y los originales de la campaña, costo que deberá estar incluido en su oferta económica. Para ello deberá considerar las siguientes temáticas que deberán aplicarse en cada pieza:

	Migración						Educación nuevo Sistema			Cambio Equipos		Total Mt2
	Boleterías	Torniquete	Bus	Trolley	Tren	Total Mt2.	Andén	Bajada escalera	Total Mt2.	MAS	Total Mt2.	
Todas boleterías	0,8					0,8						0,8

Interior Bus			9,6			9,6						9,6
Interior Tren					19,2	19,2						19,2
Interior Trolley				4,8		4,8						4,8
Todas Torniquetes		23,1				23,1						23,1
Todas MAS										18,24	18,24	18,24
Barón							10,0		10,0			10
Bellavista							10,0		10,0			10
Chorrillos							11,5		11,5			11,52
El Belloto								2,9	2,9			2,88
El Salto							2,9		2,9			2,88
El Sol								2,9	2,9			2,88
Francia							10,0		10,0			10
Hospital							8,6		8,6			8,64
La Concepción								2,9	2,9			2,88
Las Américas								2,9	2,9			2,88
Limache							10,0		10,0			10
Miramar							11,5		11,5			11,52
Peñablanca								2,9	2,9			2,88
Portales							10,0		10,0			10
Puerto							5,9		5,9			5,94
Quilpué								5,8	5,8			5,76
Recreo									0,0			
Sargento Aldea								2,9	2,9			2,88
Villa Alemana								5,8	5,8			5,76
Viña del Mar							11,5		11,5			11,52
<b>Total general</b>	<b>0,8</b>	<b>23,1</b>	<b>9,6</b>	<b>4,8</b>	<b>19,2</b>	<b>57,5</b>	<b>102,0</b>	<b>28,8</b>	<b>130,8</b>	<b>18,24</b>	<b>18,24</b>	<b>206,56</b>

### 5.1.8. Impresión, instalación y materiales

El adjudicado deberá considerar las siguientes especificaciones de materialidad para las distintas piezas:

1. **Impresión digital:** Retiro de material existente en las ubicaciones en las que existan campañas previas, Instalación de adhesivo promocional impreso digitalmente a 4 colores, Retiro de campaña una vez finalizado el plazo de contratación.
2. **Impresión digital + laminado:** Retiro de material existente en las ubicaciones en las que existan campañas previas, Instalación de adhesivo vinílico ARLON DPF4500G BLANCO, impreso y protegido con laminado serie 3210 mate, Retiro de campaña una vez finalizado el plazo de contratación.
3. **Impresión digital + laminado + sustrato:** Retiro de material existente en las ubicaciones en las que existan campañas previas, Instalación de adhesivo vinílico ARLON DPF4500G

BLANCO, impreso y protegido con laminado serie 3210 mate, instalado sobre Sintra con adhesivo y/o ojetillos, instalado sobre muro o superficie lisa (para el caso de ojetillos, considerar bridas plásticas), Retiro de campaña una vez finalizado el plazo de contratación.

Lugar Instalación	Tipo de Material					Total Mt2
	Adhesivo sobre Trovicel	Tela PVC	Adhesivo Impresión Digital + Laminado	Adhesivo Doble Impresión Digital + Laminado	Adhesivo Impresión Digital + Laminado + Sustrato	
Todas boleterías				0,8		0,8
Interior Bus				9,6		9,6
Interior Tren				19,2		19,2
Interior Trolley				4,8		4,8
Todas Torniquetes				23,1		23,1
Todas MAS					18,2	18,2
Barón		10,0				10,0
Bellavista		10,0				10,0
Chorrillos			11,5			11,5
El Belloto	2,9					2,9
El Salto	2,9					2,9
El Sol	2,9					2,9
Francia		10,0				10,0
Hospital			8,6			8,6
La Concepción	2,9					2,9
Las Américas	2,9					2,9
Limache		10,0				10,0
Miramar			11,5			11,5
Peñablanca	2,9					2,9
Portales		10,0				10,0
Puerto		5,9				5,9
Quilpué	5,8					5,8
Recreo						0,0
Sargento Aldea	2,9					2,9
Villa Alemana	5,8					5,8
Viña del Mar			11,5			11,5
<b>Total general</b>	<b>31,7</b>	<b>55,9</b>	<b>43,2</b>	<b>57,5</b>	<b>18,2</b>	<b>206,6</b>

## 5.2. Campaña Promocional

El adjudicado deberá desarrollar una campaña promocional que contiene dos secuencias comunicacionales, una de la Fase 2.1 y la siguiente de la Fase 2.2.

Deberá considerar las siguientes temáticas según los distintos Servicios de Limache Puerto y de Biotren:

Ámbito	Cambio	Limache -Puerto	Biotren	Acción de Mitigación	Fases
Promoción	Nuevos Medios de Pago/ Carga	X	X	Pago con teléfono móvil con QR	Fase 2.1
		X	X	Convenios de Carga Automática	
		X	X	Pago con tarjeta bancaria EMV	Fase 2.2

- Para el Pago con QR, se deberá proponer comunicaciones en distintos momentos del lanzamiento:
  - Antes:** se acerca la posibilidad de pago con QR, con BancoEstado.
  - Durante:** aprende a usar QR; dónde, quién, cómo, por qué (FAQ).
  - Después:** usa QR (penetración segmento distinto a EMV).
- Para el Convenios de Carga Automática, se deberá proponer comunicaciones en distintos momentos del lanzamiento:
  - Antes:** se acerca la posibilidad de tener una carga automática mediante tu Tarjeta (Entidad Financiera no adjudica aún).
  - Durante:** aprende a usar tu carga automática en convenio; dónde, quién, cómo, por qué (FAQ).
  - Después:** usa tu carga automática en convenio.
- Para el Pago con tarjeta bancaria EMV, tarjeta de débito y crédito se deberá proponer comunicaciones en distintos momentos del lanzamiento:
  - Antes:** ya viene nuevo pago con Visa, Mastecard.
  - Durante:** aprende a usar EMV; dónde, quién, cómo, por qué (FAQ).
  - Después:** usa EMV (penetración segmento distinto a QR).

### 5.2.1. Conceptualización de la campaña Promocional

El oferente seleccionado deberá realizar lo siguiente:

Proponer 3 alternativas de concepto central creativo paragua para la selección de 1 concepto paragua y sus bajadas comunicacionales para los hitos de implementación: Pago

con teléfono móvil con QR, y convenios de carga automática, y pago con tarjeta bancaria (de Crédito o débito) EMV.

El key visual de la campaña deberá ceñirse a la campaña de adopción, al igual que la personalidad de la campaña debe representar los conceptos de: Humanidad, Agilidad y Modernidad.

### **5.2.2. Producción fotográfica**

El oferente deberá proveer de un set de fotografías en estudio y/o en locación (Estación o tren de EFE, sin considerar costos ni derechos de locación, en Servicio Limache – Puerto y en Servicio Biotren), para posteriormente seleccionar 5 tomas fotográficas por servicio, y deberá incluir vestuario, maquillaje, traslado y catering.

### **5.2.3. Producciones audiovisuales**

Además del material anteriormente descrito, el proveedor deberá considerar la confección de 2 videos por Servicio, uno por temática (total 6), los que deberá entregar en diferentes formatos:

#### **5.2.3.1.1. Videos**

- Web Desktop: 1.920 x 1.080 px (HDV 1080).
- Web Mobile Vertical: 1.080 x 1.920 px (HDV 1080)

#### **5.2.3.1.2. Banners Web y App**

- Banner web Desktop: 2.220 x 600 px.
- Banner web Mobile: 600 x 600 px.
- Banner App mobile: 1.200 x 780 px.

### **5.2.4. Originales material gráfico**

El oferente adjudicado deberá considerar la confección del material gráfico para soportes propios (canales digitales y físicos de Servicio Limache-Puerto/ Biotren), como también para soportes externos como Prensa, Revistas, Vía Pública, los que deberá entregar en originales para publicación/Impresión en diferentes formatos. Las medidas deberán ajustarse según requerimiento de soporte de publicación, fotos en alta definición:

	Ejemplo de Formatos a trabajar		
<b>Nueva Modalidad de Pago</b>	5 x 2 mt2	2,4 x 1,2 mt2	0,2 x 0,8 mt2
Pago QR	X	x	x
Convenio Carga Automática	X	x	x
Pago EMV	x	x	x

### 5.2.5. Post RRSS

El oferente adjudicado deberá considerar la confección material gráfico para Redes sociales, los que deberá entregar en diferentes formatos:

Ámbito	Cambio	Limache -Puerto	Biotren	Acción de Mitigación	Originales RRSS
Promoción	Nueva Modalidad de Pago/ Carga	X	X	Pago con teléfono móvil con QR	6
		X	X	Convenios de Carga Automática	6
		X	X	Pago con tarjeta bancaria EMV	6
				<b>TOTAL</b>	<b>18</b>

### 5.2.6. Contratación de modelos y derechos de exhibición de imagen

El oferente seleccionado deberá contratar 2 modelos protagónicos y 2 modelos secundarios para el Servicio Biotren, a seleccionar desde un book a presentar a EFE. Y para Limache Puerto se deberá utilizar los mismos modelos contratados para la Campaña de Adopción (Fase 2). Estos modelos participarán en todo el material audiovisual parte de la presente campaña. El oferente deberá asegurar, a través de la firma de documento (contratos) de cesión de imagen de cada uno de los personajes y entregar copias de los mismos a EFE, el uso de dicha imagen hasta diciembre de 2024 de todo el material audiovisual generado para la implementación de la presente campaña ya sea fotografías como videos.

## 6. Especificaciones de entrega de archivos digitales y audiovisuales

Se solicita que los archivos editables digitales y audiovisuales sean entregados siguiendo ciertas especificaciones. Estas pautas son fundamentales para asegurar una comunicación fluida y facilitar futuras modificaciones en los proyectos. A continuación, se detallan las especificaciones de entrega requeridas:

- **Formatos de archivo:** Se solicita que los archivos editables sean entregados en formatos estándar y compatibles con los programas de edición y diseño más comunes. Algunos ejemplos incluyen:
  - Imágenes estáticas: Preferiblemente en formatos como PSD (Adobe Photoshop), AI (Adobe Illustrator) o EPS (Encapsulated PostScript).
  - Archivos de video: Se recomienda utilizar formatos como MOV (QuickTime), MP4 (MPEG-4) o AVI (Audio Video Interleave).

- Archivos de audio: Se recomienda utilizar formatos como WAV (Waveform Audio File Format) o AIFF (Audio Interchange File Format).

- Capas, elementos editables y archivos fuente: Es esencial que los archivos editables incluyan todas las capas, elementos y componentes que componen el diseño o la producción. Esto permitirá realizar ajustes precisos y personalizados en el futuro. En cuanto a los formatos de archivos fuente, se solicitan en Premiere, Illustrator, After Effect y Photoshop.
- Resolución y calidad: Para asegurar una reproducción óptima y una apariencia profesional, se solicita que los archivos entregados tengan una resolución y calidad adecuadas. Asegúrese de que las imágenes estén en alta resolución (300 ppp o superior) y que los videos tengan una calidad visual y de audio óptima.
- Fuentes y tipografía: En caso de utilizar fuentes personalizadas, es importante incluir los archivos de fuentes correspondientes (por ejemplo, archivos .ttf o .otf). Esto permitirá mantener la coherencia tipográfica y realizar modificaciones en el texto cuando sea necesario.
- Licencias y derechos de uso: Es necesario verificar que se poseen los derechos necesarios para utilizar cualquier elemento de terceros incluido en los archivos editables. En caso de ser aplicable, se solicita proporcionar la documentación de licencia correspondiente para su validación.
- Estructura de carpetas: Se sugiere organizar los archivos en una estructura de carpetas clara y lógica. Esto facilitará la búsqueda rápida de los elementos necesarios y mantendrá un flujo de trabajo eficiente.
- Instrucciones adicionales: En caso de existir instrucciones o requisitos específicos para la entrega de los archivos editables, se recomienda incluirlos junto con la entrega. Esto permitirá comprender mejor las expectativas y trabajar de manera más efectiva.

## **7. Descripción del equipo requerido**

El proveedor deberá poner a disposición de EFE el equipo necesario para el desarrollo de las 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 Cotización. El equipo descrito deberá contar con a lo menos los siguientes roles:

1. Director General de Proyecto.
2. Planner, para la propuesta, programación y control de la ejecución de la campaña en RRSS pagadas.
3. Productor gráfico.

4. Director de Despliegue Territorial, para el material gráfico instalado en terreno.

El oferente adjudicado se encontrará 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 EFE. En estos casos el nuevo integrante del equipo deberá cumplir con un perfil profesional equivalente al reemplazado.

## **8. Reuniones, roles y reportería**

Se exigirá la participación activa del director general del proyecto, el equipo creativo y el de implementación de la campaña, 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, y entrega de reportería periódica para dar cuenta de los resultados de la campaña.

## **9. Responsabilidades del oferente seleccionado**

Tal como se encuentra debidamente estipulado en cada ítem precedente, son de responsabilidad y costo del oferente adjudicado las siguientes actividades:

1. Contratación y pago de todos los proveedores requeridos para las acciones solicitadas en la presente solicitud de servicio.
2. Producción de originales, realizar ejecución y supervisión de fotografías y videos, post producción, retoques y cualquier otro servicio involucrado en la publicación de las piezas de medios tradicionales y/o ejecución de acciones de activación en el punto de venta que la acción requiera.
3. Coordinar la entrega de originales y controles de calidad de estos.
4. Entregar a EFE una copia de las sesiones de derechos de imagen firmadas.
5. Publicación de las piezas en los medios requeridos y/o en el punto de venta o soportes propios.
6. Realizar los pagos de derechos de imagen por un plazo de 12 meses para medios digitales, vía pública y en soportes propios (estaciones y trenes).
7. Contratar, coordinar y pagar la publicación en medios externos, de elementos necesarios para llevar a cabo las propuestas comunicaciones aprobadas.

## **10. Plazos establecidos**

Se planea implementar la campaña a nivel, gráfico y audiovisual, a finales de septiembre 2023.