



*BASES DE
LICITACIÓN PÚBLICA*

ACLARACIÓN Y/O MODIFICACIÓN N°1

SERVICIO DE CASTING PARA LAS CAMPAÑAS DE MARKETING 2016-2018

GERENCIA DE ASUNTOS CORPORATIVOS Y SOSTENIBILIDAD

SANTIAGO, ABRIL DE 2016

Estimados, en rojo encontraran modificaciones a los documentos señalados.

MODIFICA LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

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 **y/o filmación de spot** 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.

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 **y/o filmación de spot** deberá tener un mínimo de 6 modelos protagónicos y secundarios como alternativas para elección de Metro de Santiago y la agencia según sea solicitado.

IV. Provisión de vestuario seleccionado para cada modelo y sesión fotográfica **y/o filmación de spot**. La productora es responsable de la adquisición o el arriendo del vestuario necesario para la toma fotográfica **y/o filmación de spot**.

V. Asegurar la presencia de los modelos protagónicos, secundarios y extras seleccionados para la realización de sesiones fotográficas **y/o filmación de spot**.

VI. Presencia de vestuarista durante las sesiones fotográficas **y/o filmación de spot**.

4. PLAZOS DE ENTREGA DE SERVICIOS

3. Celebración de contrato de prestación de servicios entre los Modelos (protagónicos, secundarios y extras) y la productora: antes de la sesión fotográfica **y/o filmación de spot**.

MODIFICA EL FORMULARIO N° 13- CONTENIDO DE LA OFERTA ECONOMICA:

5. Exhibiciones adicionales en caso que los modelos sean utilizados en otros medios que no sean propios METRO (los medios Metro son todos aquellos elementos gráficos y audiovisuales que se encuentran al interior de las instalaciones, además de las redes sociales y Web de la misma).

a. TV abierta para protagonista, secundario y extra

b. Prensa para protagonista, secundario y extra

c. Vía pública para protagonista, secundario y extra

d. Medios Digitales (otras páginas web o Facebook y twitter que no son metro y se contratan para campañas digitales) para protagonista, secundario y extra