

# BROCHURE PUBLICIDAD 2015



# CONTENIDOS PUBLICITARIOS

1. GENERALIDADES DEL SISTEMA
2. TIPO DE ACTIVACIONES
3. TARIFAS Y CONDICIONES



# 1. GENERALIDADES DEL SISTEMA



# Generalidades del Sistema



## VEHÍCULOS DEL SISTEMA METRO

### TRENES



### CABLE



### BUSES



# Líneas, tecnología, capacidad

									
Tecnología	 Férreo	 Férreo	 Férreo	 Cable aéreo	 Cable aéreo	 Cable aéreo	 BRT (Bus rapid transit)	 Padrones	 TOTAL 7 Líneas
Capacidad	Vagón 400 usuarios			Telecabina 10 8 sentados, 2 de pie			Bus articulado 160 usuarios	Bus padrón 100 usuarios	N/A

# Longitud, estaciones



# Vehículos, recorrido, velocidad máxima

Vehículos



**55 unidades de tren**

(165 coches: 126 de primera generación y 39 de segunda generación)

**93**  
Telecabinas

**119**  
Telecabinas

**55**  
Telecabinas

**20**  
Buses  
articulados

**47**  
Buses  
padrones

**165** coches  
de tren  
**267** telecabinas  
**20** buses  
articulados  
**47** buses  
padrones

Pilonas

N/A

**20**  
(#11 – 33 m)

**31**  
(#5 – 34 m)

**23**  
(#7 – 24,5 m)

N/A

**74**

Tiempo recorrido



**40**  
minutos



**10,5**  
minutos

\* La línea C no presta servicio comercial salvo en eventos especiales de ciudad.



**9**  
minutos



**12**  
minutos



**15**  
minutos



**45**  
minutos



**60**  
minutos

N/A

Velocidad Máx.



(Max.80 km/h)

\* La línea C no presta servicio comercial salvo en eventos especiales de ciudad.



(km/h)



(km/h)



(km/h)



(Máx.60 km/h)



(Máx.60 km/h)

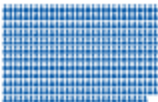
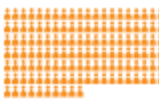






N/A



# Frecuencia, capacidad, transferencia, fecha de inauguración



Inaug. Transf. Capacidad Frecuencia

Minutos Segundos	Minutos Segundos		Minutos Segundos	Minutos Segundos	Minutos Segundos	Minutos Segundos	Minutos Segundos	
3:30	4:45	* La línea C no presta servicio comercial salvo en eventos espaciales de ciudad.	: 12	: 12	: 14	5:00	6:00	N/A
 35.555	 13.100	* La línea C no presta servicio comercial salvo en eventos espaciales de ciudad.	 3.000	 3.000	 1.200	 2.000	 1.000	N/A  x 100 personas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acevedo</li> <li>• San Antonio</li> <li>• Hospital</li> <li>• Industriales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• San Antonio</li> <li>• San Javier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caribe</li> <li>• Suramericana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acevedo</li> <li>• Santo Domingo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• San Javier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Santo Domingo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospital</li> <li>• Cisneros</li> <li>• Industriales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospital</li> <li>• Prado</li> <li>• Industriales</li> </ul>	N/A
30/11/95	29/02/96	29/02/96	7/08/04	3/03/08	9/02/10	22/12/11	04/2013	N/A

# Rutas Cuencas 3 y 6

Concesionadas Inauguración 28/10/2013

## Cuenca 3



## Cuenca 6



## Estación de transferencia

Líneas							
Tipo de Sistema	 Férreo	 Férreo	 Férreo	 Cable aéreo	 Cable aéreo	 Cable aéreo	 BRT
Estación de transferencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acevedo</li> <li>• San Antonio</li> <li>• Hospital</li> <li>• Industriales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• San Antonio</li> <li>• San Javier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caribe</li> <li>• Suramericana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acevedo</li> <li>• Santo Domingo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• San Javier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Santo Domingo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospital</li> <li>• Cisneros</li> <li>• Industriales</li> </ul>

## 2. TIPO DE ACTIVACIONES



### TIPOS DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS

**ATL** (Above The Line —sobre la línea), Esta estrategia utiliza medios publicitarios convencionales y con ella se pretende llegar a una audiencia más amplia, ya que se sirve de los medios llamados masivos, donde el público tiene un impacto de forma directa con respecto a sus contenidos y los medios más utilizados para este tipo de estrategia son:

Televisión, Radio, Vallas, Periódicos y Revistas

**BTL** (Below The Line —bajo la línea), Son todas aquellas estrategias creativas de comunicación, con aplicación de tecnologías en la publicidad, medios alternos y nuevos medios que se salen de lo convencional haciendo uso de alta dosis de creatividad aplicada a nuestro entorno operativo del Metro y con fines de promoción y posicionamiento de marca y se caracterizan por ser poco convencionales de alto impacto.

**ETL** (Embrace The Line —abrazo la línea), Esta incluye actividades mezcladas de medios de comunicación y publicidad masiva tradicional y experiencial, hace referencia a las acciones de mercadeo que llevan una parte interactiva y que incluyen estrategias tanto ATL como BTL.

### TOMAS DE ESTACIÓN

Se considera la toma de estación toda instalación de pendonearía, vertical displays, brandeo en columnas y demás piezas publicitarias adosadas a la infraestructura de las estaciones, mezanine, plataformas o plazoletas de las estaciones del sistema y que son diferentes a los espacios aforados en el marco del contrato de publicidad ATL.



### FOTOGRAFÍAS O FILMACIONES

Es la actividad que permite la captación de imágenes de los espacios, locaciones, ambientes, instalaciones físicas y operatividad de los diferentes modos de transporte que conforman el sistema Metro; y que posteriormente podrán ser exhibidos con fines comerciales, publicitarios, institucionales, promocionales y de marketing en los diferentes medios de comunicación visual, dinámico, interactivo, fijo y/o electrónico.



## PAUTAS EN EL PERIÓDICO NUESTRO METRO

Es una publicación impresa que se emite mensualmente con 80.000 ejemplares gratuitos y es entregado a los usuarios del sistema a partir del día 15 de cada mes en las estaciones del Sistema (cables, buses y metro).

Su gran propósito es informar a los usuarios acerca de temas de interés de la Empresa y la ciudad, se convierte en un medio de difusión importante, si se tiene en cuenta que quienes lo toman lo comparten con un mínimo de dos personas (PASS-ALONG/transmisión), para un impacto total de 160.000 lectores aproximadamente por edición (según un estudio realizado en el año 2008 por el Centro Nacional de Consultoría).

Es de tamaño tipo tabloide de 4 páginas, plegado en dos cuerpos sin refilar, impreso en tintas de color 4X4 sobre papel electrabrite de 59,2 gramos y una densidad de 80 de blancura.





### CUÑAS CENTRO DE PRODUCCIÓN Y SONIDO

Es la alocución pregrabada con contenido publicitario (Propagandas y/o comerciales), que podrá tener una duración al aire entre 15, 20 y 30 segundos, y se emite de forma general y colectiva a los usuarios que esperan los diferentes modos de transporte en las plataformas de abordaje del sistema Metro.

Para la emisión se puede diseñar una parrilla radial o grilla de programación emitida al interior del sistema desde el centro de producción y sonido en la que se da información del nuevo producto, las características, servicios, puntos de atención, y beneficios orientados a los usuarios y que podrá ser emitida en todo el sistema haciendo uso de una programación con una franja horaria AAA que corresponde al mayor número de usuarios movilizadas en las horas picos del sistema durante todos los días de la semana.

Tiene un impacto directo a los usuarios de la línea A y B, línea K, J y L, y línea 1 y 2 mientras el usuario realiza la espera en plataforma.

La cuña podrá ser grabada, editada, digitalizada y musicalizada por el Metro, haciendo uso de la voz institucional del sistema.

### MENCIONES DE PROXIMIDAD DE ESTACIÓN

Es la alocución emitida por medio de un sampling pregrabado y que se emite a través del sistema SONIA (Sonido Inteligente a Bordo) en los trenes y buses que conforman el sistema; y que permite a los usuarios a bordo, una referenciación geográfica y espacial de los lugares cercanos al área de influencia del sistema Metro.

Esta alocución hace uso de la voz institucional de la empresa Metro y no podrá tener contenidos o patas comerciales.



## STAND PUBLICITARIO

Se autorizará el uso de los espacios ubicados en zonas no pagas de los mezanine de las estaciones de la línea A, B, J y K. Estos espacios estarán sujetos a la disponibilidad determinada por la Dirección de Negocios Asociados.

Las actividades programadas no podrán interferir en el desarrollo de las actividades de carácter social, cultural, educativo y comercial estructuradas por Metro.

El espacio autorizado corresponde a una localidad de 2x2 m<sup>2</sup> con un backing o módulo de servicio móvil institucional con marca compartida alusivo a la campaña, que permita la atención del usuario, y tres sillas plegables o modulares de fácil manejo y almacenamiento.

Durante la ejecución de la actividad se permite la entrega de material publicitario como volantes, merchandising, mapas y plegables a los usuarios atendidos durante la actividad.

Como es un espacio directo a la zona de circulación de los usuarios no se permite el desarrollo de actividades lúdicas, solo se permiten actividades informativas, recolección de bases de datos u orientación de proyectos y servicios.



## VOLANTEO Y MATERIAL PUBLICITARIO

Es toda actividad comercial que permita la entrega de volantes promocionales o informativos, además de otros elementos publicitarios como revistas, catálogos, portafolios, prospectos educativos y "FREE-PASS".



### SAMPLING O MUESTRA DE PRODUCTO/DEGUSTACIÓN

Es toda actividad comercial que permita la entrega gratuita o “FREE DELIVERY” de una pequeña muestra o degustación de producto cuyas propiedades le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas a los potenciales consumidores, lo que se traduce en percepción bajo su verdadero “IN SITE” entre la marca y el potencial consumidor, además genera una fijación mental en el consumidor hacia la marca y el producto o servicio, y la probabilidad del mismo para satisfacer sus necesidades.





### ACTIVIDADES EN PLAZOLETA

Es considerada toda actividad publicitaria de tipo experiencial y que permite un contacto directo de los usuarios con las marcas y se emplean estrategias creativas de comunicación, aplicación de tecnologías en la publicidad, medios alternos y nuevos medios que se salen de lo convencional.

Para esta actividad se hace uso de medios de comunicación a través de altavoces, perifoneo, conducción por personal logístico y especializado, música y en general OPEN SOUND.

Por ser una actividad que se realiza en predios fiscales y de relación directa con espacio público, es condicionante que el anunciante gestione los diferentes permisos ante autoridades gubernamentales y de la administración pública que avalen todas las condiciones para su desarrollo entre los que se deben incluir, según el caso, permisos de espacio público, impuestos de Sayco-Acinpro, seccional de salud, grupo de socorro por ser medio masivo y demás aplicables para cada caso en particular. No será responsabilidad de Metro la expedición o gestión de estos permisos.



### PERSONAJE PUBLICITARIO

Se permite el desplazamiento en el sistema de un personaje publicitario que humaniza a una marca, sin importar si es real o ficticio, que le da sentido y le proporciona atributos psicológicos y emocionales que por sí mismo, el producto no tiene. Si hay conexión, el efecto es inmediato y la relación y el vínculo con la marca resulta en un rotundo éxito.

No se permite la entrega de material publicitario o de merchandising y deberá ir acompañado de máximo dos personas como apoyo a la movilidad y desplazamiento que será permitido en horas valle y haciendo uso de un recorrido programado con anterioridad.



# 3. TARIFAS Y CONDICIONES





Tarifa Actividades Comerciales 2015			
ITEM	Actividad comercial	Tiempo	Tarifa Nuevo Cliente (2015)
1	Entrega de revistas torniquetes de salida	Día por estación	\$ 385.900,00
2	Entrega de volantes torniquetes de salida	Día por estación	\$ 385.900,00
3	Ubicación stand publicitario	Semana por estación	\$ 1.405.600,00
4	Ubicación stand publicitario	Día por estación	\$ 296.800,00
5	Personaje publicitario	Día	\$ 223.600,00
6	Toma estaciones	Semana por estación	\$ 5.982.600,00
7	Actividades en plazoleta	Día por estación	\$ 1.029.600,00
8	Degustación - muestras	Día por estación	\$ 588.900,00
		Semana por estación	\$ 1.918.500,00
9	Fotografías y filmaciones	Día por estación	\$ 4.408.600,00
10	Mensaje de proximidad de estación en promedio	Mes	\$ 6.245.600,00

Las tarifas para los mensaje de proximidad, las cuñas radiales y el periódico Nuestro Metro, deben ser liquidadas de acuerdo a las características propias del sistema, el horario y tamaño de impresión.  
Estas tarifas no incluyen IVA.

### CONDICIONES

Para la realización de las actividades publicitarias aquí determinadas se requiere del cumplimiento de las normas y condiciones mínimas exigidas por el Metro de Medellín y que posteriormente serán socializadas con los Aliados Comerciales que coordinan y ejecutan las actividades.

El Metro se reserva el derecho de aprobación de los contenidos publicitarios y de la destinación y asignación de los espacios en las locaciones en el sistema; además las piezas o actividades comerciales no podrán tener contenido político, pornográfico, ideológico y religioso, que atente contra la moral, las buenas costumbres y la “Cultura Metro”.

tampoco se podrá publicitar piezas que induzcan al usuario a la infracción de las normas de comportamiento cívico y social al interior del sistema y en todo momento deberán evitar el consumo de alimentos, bebidas y cigarrillos u otros elementos que propenda el consumo de éstos.

La empresa Metro de Medellín, solicitará al Anunciante o Aliado Comercial que realiza la actividad publicitaria, los artes, muestras, guion técnico o Shooting correspondientes a la publicidad o a las tomas fotográficas o de video que quiere exhibir en los espacios publicitarios y demás locaciones de la EMPRESA METRO, sin que esto represente una modificación o cambio a la infraestructura física del sistema METRO, con respecto a la publicidad estática.

Además no se podrá comercializar los espacios con contenidos por fuera del encuadre técnico y visual, ni tampoco sobrepasar el espacio de los bastidores o estructuras determinadas para tal fin.

Ninguna de las piezas publicitarias podrán hacer uso de la marca METRO; ni mucho menos imágenes, modelos, bocetos o figuras representativas del sistema o de las tecnologías que utiliza en su Core de servicio.

# Muchas gracias por su atención

Gloria Cecilia Miranda V.  
Profesional 1  
Dirección de Negocios Asociados  
Tel: 454 88 88 Ext. 8843  
[gmiranda@metrodemedellin.gov.co](mailto:gmiranda@metrodemedellin.gov.co)

