# Lineamientos para el envío de evidencias

Al concluir el evento es INDISPENSABLE proporcionar evidencia de la presencia de marca de los patrocinadores institucionales, TELCEL y PEPSI, máximo una semana después del término del mismo. Sin estas evidencias nos vemos comprometidos con las empresas para futuras peticiones para los eventos de la Universidad.

Una de las nuevas realidades con las que nos encontramos durante la pandemia de Covid19, es la realización en modalidad *on line* o virtual de los eventos. Por eso a continuación enlistamos los tipos de evidencias que podemos enviar según la modalidad, presencial, virtual o híbrido:

1. En los eventos presenciales o híbridos:

   - fotografías del evento en donde pueda verse con claridad la presencia de las marcas.
   - fotografías de stands
   - fotografías de lonas, banners impresos (arañas publicitarias, las cuales podemos facilitarles tanto de Telcel como de Pepsi) con los patrocinadores durante el evento

* Las FOTOS PARA LAS EVIDENCIAS de eventos presenciales e híbridos, es INDISPENSABLE que sean en TIMESTAMP, aplicación que se descarga de manera gratuita y donde la fotografía indica ubicación, fecha y hora.

2. En los eventos *on line* o virtuales:

   - impresión de pantalla durante la transmisión del evento, en donde se vea la presencia de marca de los patrocinadores. Puede ser por medio de marca de agua, cintillo, cortinilla, lona o banner impreso. Favor de comunicar a la Coordinación de Patrocinios cuál de estas opciones será utilizada.

3. Publicidad de los eventos y Redes Sociales:

   -banner, flyers, posters. Favor de enviar sólo la imagen publicitaria con la presencia de marca, no los impresos.
   -impresión de pantalla de las publicaciones en redes sociales, Twitter, Instagram, Facebook, etc. En donde aparezca la presencia de marca.
   -impresión de pantalla de página web o micrositio del evento con la presencia de marca.
   -impresión de pantalla de conferencia de prensa del evento con la presencia de marca del evento

De las opciones que se indican, se piden al menos 5 evidencias. Las cuales pueden ser, por ejemplo: Banner de publicidad, impresión de pantalla de página web o micrositio, publicación en red social, 2 fotografías del evento sea presencial, híbrido, *on line*-virtual. Es muy importante que en las fotografías se vea también la asistencia de los participantes al evento. Igualmente, en las transmisiones *on line* o virtuales, es importante de ser posible, que se vea el número de personas conectadas al evento o el número de reproducciones (esto en transmisiones por Facebook o YouTube).

Para cualquier duda pueden ponerse en contacto con el Lic. Marcos Galván:
marcosisaias.galvan@upaep.mx