

TdR: Contratación de los Servicios para la creación de vídeos para la difusión del proyecto:

“Avanzando hacia la recuperación: El sistema de transporte de Bogotá como catalizador de la sostenibilidad medioambiental y la igualdad de género en la era post COVID-19 (AVANTIA)”

4 de julio de 2024

1. Introducción

Metropolis, Asociación Mundial de las Grandes Metropolis (www.metropolis.org), es una entidad independiente que desde 1985 ayuda a las ciudades y grandes áreas metropolitanas a encontrar respuestas innovadoras y sostenibles a los retos urbanos actuales y futuros. Metropolis, que reúne a más de 150 ciudades miembro y 700 millones de habitantes en todo el mundo, sirve de “Global Hub” donde las Metropolis pueden conectarse, compartir experiencias y movilizarse en torno a cuestiones relacionadas con el desarrollo económico, la cohesión social, la sostenibilidad, la igualdad de género y la calidad de vida.

Metropolis aporta liderazgo y defensa a escala mundial para defender la importancia de una gobernanza metropolitana sólida. Nuestros programas proporcionan a las comunidades metropolitanas herramientas y conocimientos para tomar mejores decisiones teniendo en cuenta una perspectiva interseccional.

Metropolis defiende la integración de la igualdad de género en las políticas urbanas y metropolitanas y aboga por la inclusión de la igualdad de género en las agendas globales. Metropolis, que abarca una amplia gama de temas relacionados con la igualdad de género, desde la gobernanza y el liderazgo hasta el espacio público y la movilidad, es una organización comprometida con la igualdad entre mujeres y hombres.

Metropolis se esfuerza por construir Metropolis prósperas y equitativas en las que todos tengan la oportunidad de triunfar. A través de sus iniciativas y proyectos, Metropolis pretende reducir la pobreza y la desigualdad, apoyar el cuidado y la prestación de cuidados, y crear una distribución más equitativa de las oportunidades económicas.

Metropolis da prioridad a la igualdad de género y pretende integrar la perspectiva de género en todas las políticas públicas, promueve el liderazgo de las mujeres en la gobernanza metropolitana y desarrolla herramientas para medir la igualdad de género. Con la convocatoria de los Términos de Referencia (TdR), la Secretaría General de Metropolis

con sede en Barcelona, abre una licitación pública para la contratación de servicios para llevar a cabo el desarrollo de una evaluación externa del proyecto **“Avanzando hacia la recuperación: El sistema de transporte de Bogotá como catalizador de la sostenibilidad medioambiental y la igualdad de género en la era post COVID-19 (AVANTIA)”**

2. Sobre el proyecto

2.1 Contexto

“Avanzando hacia la recuperación: El sistema de transporte de Bogotá como catalizador de la sostenibilidad medioambiental y la igualdad de género en la era post COVID-19” CSO-LA-2021/428-934, es un proyecto promovido y coordinado desde Metropolis, con la participación de la Alcaldía de Bogotá a través de las Secretarías Distritales de Movilidad y Medio Ambiente, el Instituto de Salud Global (ISGlobal) y el Ayuntamiento de Madrid. Este proyecto ha recibido financiación de la Unión Europea, representada por la 3 Comisión Europea, a través de los servicios de la DG INTPA en la convocatoria “171273 Local Authorities: Partnerships for Sustainable cities.”

El proyecto está dirigido a apoyar la implementación del **Plan de Desarrollo Distrital de Bogotá 2020-2024 “Un nuevo contrato social y ambiental para el siglo 21”**, centrado en una movilidad más sostenible, inclusiva y resiliente. Para ello, el proyecto desarrollará acciones en tres de los cinco ejes del Plan Distrital, que son:

- Llevar a cabo un nuevo contrato social con **igualdad de oportunidades** para la inclusión social, productiva y política.
- Cambiar nuestros hábitos de vida para **reverdecer a Bogotá** y adaptarnos y mitigar la crisis climática.
- Hacer de Bogotá Región un **modelo de movilidad multimodal, incluyente y sostenible**.
-

Se trata, por tanto, de un enfoque multidisciplinar que apoyará la implementación de acciones previstas por el gobierno local de Bogotá en los ejes citados.

En consecuencia, **el propósito del proyecto es triple:**

- Mejorar la capacidad pública para implementar **alternativas de movilidad sostenible**.
- Fomentar el fortalecimiento de la capacidad pública de Bogotá para **medir la calidad del aire** y el impacto de la movilidad sostenible.
- Aumentar la **participación femenina** en el sector del transporte público e impulsar la recuperación económica de la pandemia.

Para apoyar este triple propósito será esencial sensibilizar a múltiples grupos mediante la promoción de los elementos clave del desarrollo urbano en las tres áreas descritas: **movilidad sostenible, calidad del aire y una visión transversal de género**.

El periodo de ejecución del proyecto es de 36 meses: de **abril de 2022 a marzo de 2025**.

www.avantiaproject.eu

2.2 Objetivos

Los objetivos de comunicación del proyecto AVANTIA buscan mejorar la conciencia pública sobre la transformación social posible a partir del trabajo conjunto entre la Alcaldía de Bogotá con los demás socios del proyecto, incluyendo Metropolis, la Unión Europea, ISGlobal y el Ayuntamiento de Madrid. Además, es importante destacar que Bogotá necesita la implementación de alternativas de movilidad sostenible, bajo una visión integral que promueva la recuperación económica, social y ambiental. Es fundamental promover las alternativas identificadas por el proyecto en materia de movilidad sostenible, las cuales ayudarán a Bogotá a abordar los desafíos ocasionados por la crisis climática.

Las campañas en redes sociales y el contenido de los vídeos que se publiquen para estas campañas, deberán conseguir lo siguiente:

1. Dar visibilidad al proyecto de AVANTIA, a sus actividades, sus valores y a sus socios,
2. Explicar la importancia para la ciudad de Bogotá y, para sus habitantes, de las actividades del proyecto,
3. Explicar el impacto principal del proyecto y sus actividades,
4. Difundir recursos y/o información sobre cómo otras ciudades pueden emular los valores del proyecto AVANTIA, a través de actividades similares en sus propios contextos.

Al mismo tiempo, dado que se trata de un proyecto financiado por la UE y compuesto por un consorcio, las campañas y su contenido deben ajustarse a las directrices de promoción de los socios involucrados.

3. Sobre la contratación

3.1 Campaña de perfiles

Se publicarán en las redes sociales de AVANTIA, entrevistas cortas a una o varias personas vinculadas al proyecto para que compartan los valores del mismo en cuanto a sostenibilidad, igualdad de género, por ejemplo, una persona a la que le guste ir en bicicleta por Bogotá o una persona que trabaje para una empresa centrada en la movilidad sostenible.

El objetivo de esta campaña es mostrar que la acción de AVANTIA y la de aquellos que tienen los mismos valores puede contribuir a una mejor calidad de vida.

Entregables: Esta campaña requerirá la producción de al menos 10 vídeos de entrevistas, editados y entregados en un formato de vídeo editable, utilizando Premiere Pro o un software similar. Cada vídeo tendrá una duración máxima de 90 segundos e incorporará las directrices de financiación de la UE, así como la identidad de marca visual y verbal de AVANTIA, con varias versiones optimizadas para los diferentes requisitos de vídeo para Instagram, LinkedIn, X y YouTube. En ocasiones, esto incluirá también la filmación de los vídeos. Se notificará la necesidad de coordinar y filmar los vídeos con un mínimo de dos semanas de antelación. Se requieren dos momentos de revisiones 1. Los cambios del equipo de AVANTIA 2. Los cambios de los socios.

3.2 Campaña de visibilización de las actividades internacionales

Los intercambios internacionales de Metropolis representan una oportunidad para compartir contenido útil y único con audiencias internacionales; sobre movilidad y sostenibilidad con perspectiva de género. Este año, Metropolis realizará dos intercambios con estas características dentro del marco del proyecto AVANTIA.

3.2.1 Solutions Lab 11 (SL11): Transporte público con perspectiva de género (junio, julio 2024)

El equipo de comunicación del proyecto AVANTIA evidenciará la necesidad de este intercambio que se enfocará sobre el acoso a mujeres en el transporte público y cómo las ciudades están enfrentando este problema.

Se realizarán entrevistas con mujeres en Bogotá (e invitando también a las ciudades participantes en la actividad a contribuir con sus propias entrevistas a mujeres) para enfocarse en las personas a las que AVANTIA pretende apoyar, como las voces en el centro del trabajo. Además, se da visibilidad a este problema para fomentar el interés público y político en la búsqueda de soluciones, no solo en Bogotá, sino en todas las ciudades de Latinoamérica.

Al mismo tiempo, se crearán infografías con recomendaciones amplias para ciudades de todo el mundo, para prevenir y atender este problema se compartirán ampliamente para brindar apoyo a las ciudades que aspiran a involucrarse en el tema.

Entregables: Esta campaña requerirá la producción de al menos 12 vídeos editados de las ciudades participantes y socios claves y 15 vídeos editados de entrevistas con mujeres en la calle, en las ciudades participantes en SL11. Se requiere Premiere Pro o un software similar (a convenir). Cada vídeo tendrá una duración máxima de 90 segundos e incorporará las directrices de financiación de la UE, así como la identidad de marca visual y verbal de AVANTIA con varias versiones optimizadas para los diferentes requisitos de vídeo para Instagram, LinkedIn, X y YouTube. En ocasiones, esto incluirá también la filmación de los vídeos. Se notificará la necesidad de coordinar y filmar los vídeos con un mínimo de dos semanas de antelación. Dos momentos de revisiones son requeridos para confirmar 1. Los cambios del equipo de AVANTIA. 2. Los cambios de los socios.

3.2.2 Solutions Lab 03 (SL03): Vehículos impulsados por tecnologías limpias

AVANTIA lanzará en el 2024 una campaña como la descrita en el punto anterior, 3.2.1. pero con la temática de "Vehículos impulsados por tecnologías limpias".

Entregables: Esta campaña requerirá la producción de al menos 6 entrevistas en Bogotá, 1 video de 3 minutos del evento presencial del intercambio, 15 vídeos editados de entrevistas con la ciudadanía en la calle en las ciudades participantes en SL11, 12 vídeos editados de las ciudades participantes y socios claves. Se requiere Premiere Pro o un software similar (a convenir). Cada vídeo tendrá una duración máxima de 90 segundos e incorporará las directrices de financiación de la UE, así como la identidad de marca visual y verbal de

Avantia con varias versiones optimizadas para los diferentes requisitos de vídeo para Instagram, LinkedIN, X y YouTube. En ocasiones, esto incluirá también la filmación de los vídeos. Se notificará la necesidad de coordinar y filmar los vídeos con un mínimo de dos semanas de antelación. Dos momentos de revisiones son requeridos para confirmar 1. Los cambios del equipo de Avantia Los cambios del equipo de Avantia 2. Los cambios de los socios.

3.3 Campaña para la promoción de la contribución de los socios del proyecto

Se llevará a cabo una campaña para destacar a cada uno de los socios del proyecto, incluida la Alcaldía de Bogotá y sus dos secretarías, Metropolis, la Unión Europea, ISGlobal, y el Ayuntamiento de Madrid, este año desde la página de AVANTIA en X, LinkedIn e Instagram.

Entregables: Esta campaña requerirá la producción de al menos 8 vídeos de entrevistas con un portavoz de cada socio del proyecto. Se requiere Premiere Pro o un software similar (a convenir). Cada vídeo tendrá una duración máxima de 90 segundos e incorporará las directrices de financiación de la UE, así como la identidad de marca visual y verbal de Avantia con varias versiones optimizadas para los diferentes requisitos de vídeo para Instagram, LinkedIN, X y YouTube. En ocasiones, esto incluirá también la filmación de los vídeos. Se notificará la necesidad de coordinar y filmar los vídeos con un mínimo de dos semanas de antelación. Dos momentos de revisiones son requeridos para confirmar 1. Los cambios del equipo de Avantia Los cambios del equipo de Avantia 2. Los cambios de los socios

3.4 Entregables adicionales

Entregables: En caso de necesidad del proyecto o de las actividades descritas anteriormente, se necesitará la producción entre 8 a 12 vídeos o materiales visuales adicionales no incluidos en los puntos anteriores . Se puede requerir Premiere Pro o un software similar (a convenir). Cada vídeo tendrá una duración máxima de 90 segundos e incorporará las directrices de financiación de la UE, así como la identidad de marca visual y verbal de Avantia con varias versiones optimizadas para los diferentes requisitos de vídeo para Instagram, LinkedIN, X y YouTube. En ocasiones, esto incluirá también la filmación de los vídeos. Se notificará la necesidad de coordinar y filmar los vídeos con un mínimo de dos semanas de antelación. Dos momentos de revisiones son requeridos para confirmar 1. Los cambios del equipo de Avantia Los cambios del equipo de Avantia 2. Los cambios de los socios

4. Presupuesto y modalidades de pago.

El presupuesto máximo establecido por los Servicios de Comunicación es de nueve mil setenta y cinco euros (9,075.00 EUR), impuestos incluidos.

Se establece una modalidad fraccionada de pago que se establecerá en función de la Tabla de fechas de entrega.

Junto con los entregables se presentará la factura por el importe total de cada entregable.

4.1. Entregables y deadlines

Las fechas de publicación son estimadas y están sujetas a variación según la evolución del proyecto. Las fechas de entrega representan la última fecha para finalizar el producto y compartirlo. A finales de cada mes se pagará por cada producto entregado durante ese mes.

Tabla de fechas de entrega

La siguiente tabla muestra la calendarización de los entregables y los pagos correspondientes.

Fecha estimada	Coste (IVA incluido)	Entregables
Julio 2024	200.00 EUR	3.1 Entregables de vídeo para una campaña de perfiles: 2 vídeos
	200.00 EUR	3.3 Entregables de vídeos para promover los socios de Avantia 2 vídeos
Subtotal Total	400.00 EUR	
Agosto 2024	200.00 EUR	3.1 Entregables de vídeo para una campaña de perfiles: 2 vídeos
	200.00 EUR	3.3 Entregables de vídeos para promover los socios de Avantia 2 vídeos
Subtotal Total	400.00 EUR	
Septiembre 2024	200.00 EUR	3.1 Entregables de vídeo para una campaña de perfiles: 2 vídeos
	1,196,76 EUR	3.2.1 Entregables de vídeos para Solutions Lab 11: 12 vídeos editados de las ciudades participantes y socios claves
	1,418.17 EUR	3.2.1 Entregables de vídeos para Solutions Lab 11: 15 vídeos editados de entrevistas con mujeres en la calle en las ciudades participantes en SL11
	200 EUR	3.3 Entregables de vídeos para promover los socios de Avantia 2 vídeos
Subtotal Total	3,014.93 EUR	
Octubre 2024	200.00 EUR	3.1 Entregables de vídeo para una campaña de perfiles: 2 vídeos
	200.00 EUR	3.3 Entregables de vídeos para promover los socios de Avantia 2 vídeos

Subtotal Total	400.00 EUR	
Noviembre 2024	200.00 EUROS	3.1 Entregables de vídeo para una campaña de perfiles: 2 vídeos
Subtotal Total	200.00 EUR	
Diciembre 2024	598.38 EUR	3.2.2 Entregables de vídeos para Solutions Lab 03 6 entrevistas en Bogotá
	250.00 EUR	3.2.2 Entregables de vídeos para Solutions Lab 03 1 video de 3 minutos
	1,418.17 EUR	3.2.2 Entregables de vídeos para Solutions Lab 03 15 vídeos de entrevistas con la ciudadanía participantes SL03
	1,196.76 EUR	3.2.2 Entregables de vídeos para Solutions Lab 03 12 vídeos editados de las ciudades participantes y socios claves SL03
Subtotal Total	3,463.31 EUR	
Por confirmar	1.196,76 EUR	3.4 Entregables adicionales 8 - 12 vídeos o materiales imprevisto
TOTAL	9,075.00 EUR	

5. Envío de la propuesta y criterios de selección

5.1 Documentación requerida

- Nombre de la empresa y datos de contacto.
- Ejemplos de trabajos similares en los tres apartados (visual, verbal y web).
- Carta de motivación que explique el interés en el encargo y el encaje con los criterios de selección indicados en el punto 5.3
- Borrador con una primera aproximación del plan de trabajo propuesto considerando los entregables y los plazos de entrega indicados en el punto 3.
- Oferta económica en euros, correspondiente a los servicios requeridos en el punto 3.
- Documentación adicional que justifique los criterios del punto 5.3.

Nota: **no se requiere** la presentación de ninguna propuesta ad hoc en esta fase del proyecto.

5.2 Perfil requerido

- Agencia o consultora dedicada a editar las fotografías y los vídeo.
- Idioma: Se requiere fluidez en español hablado y escrito.

5.3 Criterios de selección

Las propuestas serán **evaluadas en función de los siguientes criterios:**

Nº	Criterios de selección	Puntuación máxima (total 20)
1	Experiencia: Experiencia profesional acreditada a nivel local e internacional en proyectos de branding y comunicación de políticas públicas de impacto social, transformación social, sostenibilidad y/o visión de género	2
2	Portafolio: Experiencia previa en la creación y edición de contenido para el desarrollo de campañas en las redes sociales: LinkedIn, Instagram, X (Twitter), y YouTube. Conocimiento de las mejores prácticas y tendencias en esas redes sociales y familiarizado con el cumplimiento de los requisitos de marca del financiador.	4
3	Principios del proyecto: Adhesión de la agencia o consultora con los principios de sostenibilidad, igualdad e impacto social positivo en su funcionamiento empresarial	2
4	Habilidades técnicas: Dominio de software de edición de video profesional (Adobe Premiere, Final Cut Pro, Descript, etc.), conocimiento de técnicas avanzadas de edición, efectos visuales y gráficos en movimiento y capacidad para grabar contenido de alta calidad, incluyendo habilidades en el uso de cámaras y equipos de grabación.	4
5	Adaptabilidad y flexibilidad: Capacidad para trabajar bajo presión y cumplir con plazos ajustados respondiendo a la vez a parte del equipo en Colombia y parte del equipo en España con . Flexibilidad para realizar ajustes y cambios según las necesidades del proyecto con 7 días laborables como mínimo entre la notificación de un plazo y la entrega de los materiales solicitados	3
7	Presupuesto y Costos: Claridad y justificación de los costos propuestos. Relación calidad-precio de la propuesta presentada.	4
8	Competencia profesional plena en idioma español	1

La resolución se comunicará a los participantes vía email en un **plazo máximo de 5 días laborables** desde la fecha de cierre de la convocatoria.

5.4 Envío de la propuesta

- Las propuestas deben ser enviadas por mail a **kcockerham@metropolis.org** con fecha **máxima 16 de julio de 2024 antes de las 17:00h CET.**
- El asunto del mail debe ser: **Proyecto AVANTIA Servicios de comunicación**
- Idioma: Español o Inglés