

TdR: Contratación para los Servicios de Comunicación 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)**”

21 de junio de 2022 (actualizado)

Este documento contiene una **actualización** que incluye el desarrollo de la identidad verbal y la página web y que **sustituye** al **TdR: Contratación para el desarrollo de la identidad visual** del mismo proyecto, de fecha 13 de junio de 2022

1. Introducción

Metropolis es una entidad independiente que desde 1985 funciona como plataforma de las más importantes metrópolis del mundo con el objetivo de conectar, compartir experiencias y ofrecer respuesta a los desafíos emergentes de las grandes ciudades en términos locales y globales. Con más de 140 gobiernos locales y regionales de más de 60 países como miembros, nuestra organización promueve la cooperación global y el diálogo con el propósito de aportar soluciones basadas en la experiencia y el espíritu solidario de sus miembros.

Como aliados de los líderes de las grandes ciudades, tenemos capacidad de influencia sobre 140 alcaldes y líderes políticos de ciudades globales de todo el mundo, a los que ayudamos a construir modelos sólidos de gobernanza metropolitana. Para ello, proporcionamos asesoría, conexión y un enfoque humanista, además de apoyar a las ciudades en el desarrollo de su máximo potencial. Ofrecemos a las comunidades metropolitanas las herramientas que necesitan para una mejor toma de decisiones, sin perjuicio de ninguna ciudad o región.

Con los presentes Términos de Referencia (TdR), la Secretaría General de Metropolis abre la contratación para llevar a cabo el desarrollo de la identidad visual, verbal y el desarrollo y actualización de la página web del proyecto.

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”, es un proyecto promovido y coordinado desde Metropolis, con la participación de la Alcaldía de Bogotá. Este proyecto ha recibido financiación de la Unión Europea, representada por la Comisión Europea, a través de sus servicios de Acciones Externas.

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:

- Hacer 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 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.

2.2 Objetivos

Los objetivos del proyecto buscan mejorar la capacidad pública de implementar alternativas de movilidad sostenible que permitan a Bogotá responder a los retos derivados de la pandemia por el COVID-19, así como los causados por la crisis climática. La ciudad requiere de manera impostergable la implementación de alternativas de movilidad sostenible con una visión integral que promueva la recuperación económica, social y medioambiental.

Con esta perspectiva, los objetivos del proyecto son los siguientes:

- **Promover un cambio hacia modelos de movilidad más sostenibles**, con énfasis en el desarrollo de carriles-bici, el sistema público de bicicletas compartidas y la implementación de la estrategia ciclogística para la última milla. El sistema debe facilitar condiciones para que las mujeres se sientan seguras en el uso de estas alternativas.

-
- **Mejorar la capacidad de medir la calidad del aire** mediante la implementación de sistemas piloto y nuevas tecnologías.
 - **Incrementar la participación y el empleo femenino en el sector del transporte público** con la finalidad de impulsar la recuperación económica. De este objetivo se esperan dos resultados: 1) generar mejores condiciones de acceso y participación femenina en diversos escenarios sociales, 2) promover acciones que incrementen la participación femenina en la operación del transporte público y que ayuden a eliminar barreras de acceso en ocupaciones tradicionalmente masculinizadas.

3. Sobre la contratación

3.1 Identidad visual

El proyecto requiere el desarrollo de una identidad visual que:

- Identifique de manera inconfundible el proyecto evitando similitudes con iniciativas similares en espacio y /o tiempo.
- Que permita el reconocimiento de marca del proyecto.
- Que sea capaz de amparar los tres ejes del proyecto: movilidad, sostenibilidad y visión de género (igualdad).
- Que siendo local no friccione en entornos globales (otros países y continentes).

El **grafismo se construirá** siguiendo las indicaciones y requerimientos que se proporcionarán en el briefing correspondiente.

La identidad visual del proyecto tendrá como mínimo **los siguientes usos**:

- Página web propia del proyecto
- Redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube)
- Plantilla de presentación institucional, ebooks, firma de email y newsletter
- Recursos digitales: infografías, banners, vídeos, etc.
- Promocionales: artículos de lanzamiento (bolígrafos, gorras, camisetas)
- Exteriores y gran formato: Roll ups, pancartas, etc.

3.2 Identidad verbal

El proyecto requiere el desarrollo de una identidad verbal que:

- Conecte de manera eficiente y cautivadora con las audiencias definidas, teniendo en cuenta los usos y costumbres de la zona de implementación.
- Transmita los valores de los tres ejes del proyecto (movilidad, igualdad, ambiente).
- Promueva la participación y la involucración.

La identidad verbal se construirá siguiendo las indicaciones y requerimientos que se proporcionarán en el briefing correspondiente.

Los entregables deberán contener como mínimo:

Territorio verbal

- Tono (personalidad) y voz (intención). Definirá la forma de hablar según el estilo y el grado de formalidad y claridad deseado. También qué recursos verbales se pueden emplear (storytelling, humor, sátira, drama, analogías, etc.)
- Accesibilidad y uso de género. Debe garantizar que la comunicación del proyecto sea de fácil comprensión por parte de todos los públicos, asegurando un lenguaje inclusivo y con visión de género.
- Vocabulario preferente: Definirá las expresiones y atajos verbales a utilizar para hacer referencia a las ideas, proyectos y situaciones clave de la actividad.
- Vocabulario, expresiones y temáticas a evitar. Definirá los límites de los recursos discursivos para prevenir la contaminación del mensaje con ideas o mensajes ajenos o contrarios al espíritu del proyecto.
- Ejemplos de usos.

Narrativa

- Storytelling que conecte con las audiencias definidas y promueva el interés y participación.
- Ejemplos de recursos, formatos y ejercicios narrativos que faciliten la comunicación del proyecto en los canales definidos (web, newsletter, redes sociales).

3.3 Página web

- Desarrollo de página web que incluya los siguientes apartados:
 - Sobre nosotros (descripción general del proyecto, socios, por qué del proyecto, etc.)
 - Nuestro trabajo (avances sobre los resultados del proyecto)
 - Eventos
 - Novedades (noticias, blog, documentos, etc.)
- Idioma: español, con opción de traducción automática mediante Google Translate
- Servicio de mantenimiento web (3 años)
- Formación para editar contenidos (los contenidos serán actualizados y editados por el equipo de comunicación del proyecto)
- Informes trimestrales de rendimiento

4. Entregables y deadlines

Las fechas de entrega son estimadas, sujetas de variación según evolución del proyecto.

Entregables Identidad visual	Fecha
Logo básico y paleta de color*	07/07
Diseño e impresión de 1 roll up institucional*	11/07
Logo en todas sus versiones y formatos (.ai, .eps, .jpg alta y baja, .png, .tif, favicon, fichero versión original, B/N, monocromo, horizontal y vertical)	20/07
Tipografía, retícula y estilo fotográfico/ilustración	25/08
Plantillas editables (redes sociales, newsletter, vídeo, presentaciones, ebooks, carteles, pancarta)	10/09
Manual de identidad visual con ejemplos gráficos por tipos de aplicaciones	30/09

*fechas de compromisos institucionales de alta prioridad

Entregables Identidad verbal	Fecha
Territorio verbal	05/09
Narrativa	19/09
Manual de identidad verbal	30/09

Entregables Página web	Fecha
Activación página web (sin menú, modo landing page en construcción)	11/07
Formación para actualización de contenidos	05/09
Publicación página web desplegada	12/09

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 al desarrollo de identidad de marca y desarrollo web para proyectos e instituciones.
- 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 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	3
2	Experiencia en el desarrollo e implementación de proyectos web	2
3	Adhesión de la agencia o consultora con los principios de sostenibilidad, igualdad e impacto social positivo en su funcionamiento empresarial	2
4	Conocimiento de la zona de implementación del proyecto	3
5	Calidad técnica global de la propuesta y nivel de concreción del plan de trabajo	4

6	Creatividad de la propuesta	3
7	Oferta económica	2
8	Competencia profesional plena en idioma español	1

La resolución se comunicará a los participantes vía email en un **plazo máximo de 7 días** naturales desde la fecha de cierre de la convocatoria.

5.4 Envío de la propuesta

- Las propuestas deben ser enviadas por mail a **communication@metropolis.org** con fecha **máxima 28 de junio de 2022 antes de las 16:00h CET**.
- El asunto del mail debe ser: **Proyecto AVANTIA_ Servicios de comunicación**
- Idioma: Español