



# GUÍA DE CONTRATACIÓN

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA DATALIFE

VÍDEO CORPORATIVO Y VÍDEOS DE CASOS DE ÉXITO

[Rúa Gómez Ulla, 18, 3º IZDA, 15702, Santiago de Compostela \(A Coruña\)](#)  
[info@dihdatalife.com](mailto:info@dihdatalife.com)

# 1. Introducción y objeto de la contratación

**DATAlife** es un Hub de Innovación Digital Europeo (EDIH) especializado en Biorrecursos, Sostenibilidad y Salud, con sede en Galicia. Prestamos servicios de digitalización a empresas, startups y administración pública en las cadenas de valor de Agro-Mar Alimentación, Forestal-Madera, Salud-Cuidados y Biotecnología.

Esta guía describe las condiciones para que empresas de producción audiovisual presenten una oferta para la creación de contenido de vídeo institucional y de comunicación. La contratación se organiza en dos lotes independientes:

- Lote 1 – Vídeo corporativo de **DATAlife**
- Lote 2 – Vídeos de casos de éxito de **DATAlife**

Las empresas ofertantes deben presentar propuesta para ambos lotes. El importe total disponible para la suma de los dos lotes es de 10.400 €.

# 2. Lote 1 – Vídeo corporativo de DATAlife

## 2.1. DESCRIPCIÓN

Este lote comprende la producción de un vídeo corporativo institucional que represente de forma integral la identidad, los servicios y el impacto de **DATAlife**.

## 2.2. VERSIONES REQUERIDAS

Se requieren dos versiones del mismo vídeo:

Versión	Duración orientativa	Uso principal
<b>Versión larga</b>	3 – 5 minutos	Web, presentaciones institucionales, eventos
<b>Versión corta</b>	1 – 1 min 30 s	Redes sociales, difusión digital

## 2.3. CONTENIDO REQUERIDO

Ambas versiones deben recoger de forma equilibrada los siguientes bloques temáticos:

- Cadenas de valor de **DATAlife**: Agro-Mar Alimentación, Forestal-Madera, Salud-Cuidados y Biotecnología
- Servicios clave en las cuatro tipologías oficiales EDIH: Test Before Invest, Skills, Access to Funds y Ecosystems
- Mención sintética a los socios de **DATAlife**
- Impacto de **DATAlife** en su ecosistema de innovación
- Casos de éxito representativos, con cobertura equilibrada entre las distintas categorías de servicio

La versión corta deberá ser una adaptación narrativa de la larga, no un simple recorte. Debe mantener coherencia y capacidad de impacto autónomo.

# 3. Lote 2 – Vídeos de casos de éxito

## 3.1. DESCRIPCIÓN

Este lote comprende la producción de una serie de vídeos individuales que documentan casos de éxito reales de servicios prestados por **DATAlife**. Los vídeos dan voz a las entidades que han participado y han obtenido resultados tangibles gracias a los servicios ofrecidos.

El número de vídeos a producir queda abierto a la propuesta del proveedor, que deberá indicar en su oferta cuántas piezas incluye dentro del presupuesto propuesto para este lote.

## 3.2. VERSIONES REQUERIDAS POR CADA VÍDEO

Cada caso de éxito incluirá las siguientes versiones:

Versión	Duración orientativa	Uso principal
<b>Versión completa</b>	~2 min 30 s	Web, canal de YouTube, presentaciones institucionales
<b>Píldora para redes</b>	~45 – 60 s	LinkedIn, Instagram, Twitter/X. Extrae el momento más impactante del bloque "El cambio"
<b>Versión extendida (opcional)</b>	A criterio del proveedor	Cuando el contenido lo justifique: mayor profundidad en resultados o en la intervención del socio tecnológico

## 3.3. ESTRUCTURA DEL GUION – VERSIÓN COMPLETA

**DATAlife** preparará el guion específico para cada caso y lo facilitará al proveedor con al menos 48 horas de antelación al rodaje. El proveedor deberá respetar la estructura de cuatro bloques narrativos y conducir las entrevistas a partir de las preguntas orientadoras que se detallan a continuación.

Bloque	Objetivo
<b>¿Quiénes somos?</b>	Presentación de la entidad y contexto <b>DATAlife</b>
<b>El desafío</b>	Descripción del reto y datos de partida
<b>La solución</b>	Piloto / tecnología aplicada y papel del socio tecnológico
<b>El cambio</b>	Impacto, mejoras cuantificadas y llamada a la acción

### BLOQUE 1 – ¿QUIÉNES SOMOS?

La entidad se presenta de forma clara y concisa. El espectador debe entender en pocos segundos a qué se dedica, para quién trabaja y cuál es su propósito, dejando explícita su cadena de valor dentro del ecosistema **DATAlife**. A continuación, el portavoz menciona el proyecto a través del cual recibió el servicio.

- ¿A qué se dedica vuestra organización y a quién beneficia directamente?
- ¿Cuál es vuestra misión o propósito como entidad?
- ¿Cómo llegasteis a **DATAlife**? ¿Qué os motivó a participar?

Evitar presentaciones corporativas largas. El espectador conecta mejor con el propósito humano de la organización que con datos institucionales.

### BLOQUE 2 – EL DESAFÍO

El portavoz describe el problema concreto al que se enfrentaba la entidad antes de recibir el servicio. Cuanto más específico y honesto sea el relato, más credibilidad tendrá el caso de éxito. Es clave incluir datos cuantitativos de partida: tiempos de proceso, volúmenes de datos, costes, porcentajes de error o recursos dedicados.

- ¿Cuál era el problema concreto que teníais antes de recibir el servicio?
- ¿Cuánto tiempo, dinero o recursos os costaba gestionar esa situación?
- ¿Qué pasaba si no resolvíais ese problema? ¿Cuál era el coste de no actuar?

- ¿Habíais intentado otras soluciones antes? ¿Por qué no funcionaron?

La pregunta "¿qué pasaba si no lo resolvíais?" suele generar las respuestas más potentes y honestas. No omitirla.

## BLOQUE 3 – LA SOLUCIÓN

La entidad introduce el piloto o la tecnología aplicada para resolver el reto. No se trata de detallar todo el proceso técnico, sino de que el espectador entienda qué se hizo y por qué funcionó. Es importante citar la tecnología empleada y que la pieza suene tecnológica.

Preguntas para el portavoz de la entidad:

- ¿Qué solución se desarrolló para el proyecto? ¿En qué consistió el piloto? ¿Qué tecnología se implantó?
- ¿Qué papel tuvo el socio tecnológico en el proceso?

Preguntas para el socio tecnológico (si interviene, máximo 30 s):

- ¿Qué tecnología o metodología aplicasteis y por qué era la más adecuada para este caso?
- ¿Cuál fue el mayor reto técnico del proyecto?

Si el tiempo es limitado, la intervención del socio tecnológico puede trasladarse a la versión extendida o presentarse como texto sobrepuesto. Si no puede estar presencialmente, valorar una conexión remota grabada o una intervención en voz en off.

## BLOQUE 4 – EL CAMBIO

Este es el bloque más importante del vídeo. El portavoz debe transmitir con claridad qué ha cambiado en la entidad gracias a la solución. Los datos concretos son imprescindibles: porcentajes de mejora, tiempo ahorrado, reducción de costes, aumento de capacidad productiva o servicios nuevos o mejorados. El bloque debe cerrarse con una frase de recomendación natural que actúe como llamada a la acción para otras entidades.

- ¿Qué mejoras habéis obtenido durante el piloto? (datos, porcentajes, tiempos, costes...)
- ¿Qué podéis hacer ahora que antes era imposible o muy difícil?
- ¿Cuáles son vuestros próximos pasos?
- ¿Cómo ha cambiado o puede cambiar el día a día de vuestro equipo cuando se implante la solución más ampliamente en la empresa?
- ¿Qué impacto ha tenido esto en las personas a las que servís / vuestros clientes?
- ¿Recomendaríais este servicio a otras entidades? ¿Por qué?

La última pregunta genera el cierre más natural y potente del vídeo. Pedir al portavoz que responda con una sola frase directa y sincera.

## 3.4. CIERRE Y PANTALLA FINAL

Todos los vídeos deben terminar con una pantalla final que incluya:

- Logotipo de **DATAlife**
- QR o punto de contacto para solicitar información sobre los servicios
- Frase de cierre institucional (**DATAlife** facilitará al proveedor la frase acordada para toda la serie)

## 3.5. ESTRUCTURA DEL GUION – VERSIÓN CORTA (PÍLDORA PARA REDES)

La versión corta sigue la misma estructura de cuatro bloques, con mayor síntesis en cada uno. Se recomienda priorizar el bloque "El cambio" como elemento central de la pieza.

### BLOQUE 1 – ¿QUIÉNES SOMOS? (~10 S)

- ¿A qué se dedica vuestra organización y a quién beneficia directamente?
- ¿Cómo llegasteis a **DATAlife**? ¿Qué os motivó a participar?

Con 10-15 segundos hay margen para añadir contexto si la primera respuesta es concisa.

### BLOQUE 2 – EL DESAFÍO (~10 S)

- ¿Cuál era el problema concreto que teníais antes de recibir el servicio?
- ¿Qué pasaba si no resolvíais ese problema? ¿Cuál era el coste de no actuar?

### BLOQUE 3 – LA SOLUCIÓN (~15 S)

- ¿Qué solución se desarrolló para el proyecto? ¿En qué consistió el piloto y qué tecnología se implantó?
- ¿Qué papel tuvo el socio tecnológico en el proceso?

### BLOQUE 4 – EL CAMBIO (~20 S)

- ¿Qué mejoras habéis obtenido? (dato concreto: %, tiempo ahorrado, costes reducidos, nueva capacidad...)
- ¿Qué podéis hacer ahora que antes era imposible o muy difícil?
- ¿Recomendaríais **DATAlife** a otras entidades? ¿Por qué?

La pregunta de recomendación genera el cierre más natural y potente. Pedir al portavoz que responda con una sola frase directa y sincera.

# 4. Tareas a realizar por el proveedor

**DATAlife** facilitará al proveedor el guion de rodaje de cada caso de éxito con al menos 48 horas de antelación al rodaje. A partir de ese material, el proveedor deberá ejecutar las siguientes tareas:

## 4.1. PRODUCCIÓN (RODAJE)

- Dirección y conducción de las entrevistas en las instalaciones de las entidades implicadas
- Grabación de declaraciones de los portavoces siguiendo el guion de bloques facilitado
- Prever tiempo suficiente para la captación de planos de recurso en el entorno de la entidad: instalaciones, equipo en acción, demos breves de la tecnología aplicada
- Facilitar el guion completo al portavoz si se considera conveniente para apoyar la grabación
- Revisar in situ la grabación para verificar que cumple con el guion y las orientaciones dadas; si no es el caso, proponer una regrabación
- Si el socio tecnológico no puede estar presencialmente, valorar una conexión remota grabada o una intervención en voz en off

## 4.2. POSTPRODUCCIÓN

- Montaje y edición de cada pieza en sus versiones (completa y píldora para redes), manteniendo coherencia narrativa entre ambas
- Incluir gráficos antes/después con los datos clave del caso, a partir de la información facilitada por **DATAlife** en el guion de rodaje
- Revisar el equilibrio de tiempos entre bloques del vídeo, asegurando una distribución equilibrada entre las cuatro partes de la pieza
- Inclusión de cortinillas entre bloques con el nombre de cada sección y, si es posible, el logotipo de **DATAlife** y de la entidad protagonista
- Incorporar nombre y logotipo del socio tecnológico como sobreimpresión en el bloque de solución cuando este no aparezca en cámara
- Comprobar el uso estándar de cortinillas en todas las piezas de la serie
- Rótulos, gráficos y sobreimpresiones necesarios (datos cuantitativos, nombre de portavoces...)
- Corrección de color y masterización de audio
- Producción en el idioma de la entidad; se recomienda añadir subtítulos en castellano e inglés (puede utilizarse la transcripción automática de YouTube como punto de partida, revisando y corrigiendo el resultado antes de publicar)

- Pantalla final de cierre con logotipo de **DATAlife**, QR o punto de contacto y frase de cierre institucional
- Entrega de archivos en los formatos acordados con **DATAlife**, con resolución óptima para web y redes sociales

## 4.3. REVISIÓN Y ENTREGA

- Presentación de un primer montaje para revisión por el equipo de **DATAlife**
- Incorporación de las correcciones solicitadas (se incluyen hasta dos rondas de revisión por vídeo)
- Entrega final de todos los archivos editables y masters de vídeo

# 5. Estructura de la propuesta económica

Presenta tu propuesta económica diferenciada por lotes, siguiendo la estructura que se indica a continuación:

## 5.1. LOTE 1 – VÍDEO CORPORATIVO

Indica el precio total para la producción completa del vídeo corporativo de **DATAlife**, incluyendo ambas versiones (larga y corta).

Concepto	Importe ofertado (€, IVA excl.)
Vídeo corporativo <b>DATAlife</b> (versión larga + versión corta)	

## 5.2. LOTE 2 – VÍDEOS DE CASOS DE ÉXITO

Indica el número total de vídeos que incluyes en tu oferta y el importe total para el lote. Cada vídeo incluye versión completa y píldora para redes.

Concepto	Nº de vídeos ofertados	Importe total (€, IVA excl.)
Vídeo caso de éxito (versión completa + píldora para redes)		

Las ofertas deben incluir propuesta económica para ambos lotes. El importe total máximo disponible para la suma de los dos lotes es de 10.400 €.

## 6. Criterios de selección de las ofertas

Valoraremos las ofertas recibidas atendiendo a los siguientes criterios:

Criterio	Descripción
<b>Precio</b>	Adecuación del importe ofertado al alcance del trabajo propuesto y al presupuesto disponible
<b>Calidad técnica</b>	Nivel técnico de los trabajos audiovisuales presentados como muestra o referencia
<b>Originalidad creativa</b>	Propuesta estética y narrativa diferencial, con enfoque propio y adaptado al sector y al perfil de <b>DATAlife</b>
<b>Experiencia acreditada</b>	Trabajos previos en producciones similares: vídeos corporativos, entrevistas o casos de éxito en entornos de innovación, tecnología o sector público
<b>Valores añadidos</b>	Cualquier elemento adicional que aporte valor a la propuesta: subtítulo multilingüe, accesibilidad, formatos adicionales, materiales de apoyo, etc.

**DATAlife** se reserva el derecho de solicitar muestras de trabajos previos o una reunión de presentación antes de tomar la decisión final.

# 7. Cómo presentar tu oferta

Envía tu propuesta al equipo de comunicación de **DATAlife** incluyendo los siguientes elementos:

1. Descripción de la empresa o equipo de producción y su trayectoria
2. Muestras de trabajos previos relevantes (máximo tres piezas audiovisuales)
3. Propuesta creativa y metodológica para los dos lotes
4. Propuesta económica cumplimentada según la estructura del apartado 5
5. Cualquier valor añadido que quieras incorporar a tu oferta

Las ofertas incompletas o que no sigan la estructura indicada podrán ser descartadas del proceso de valoración.



---

[www.dihdatalife.com](http://www.dihdatalife.com)