

Términos de referencia

Servicios de agencia de producción - Honduras

Introducción

UNICEF se financia íntegramente con contribuciones voluntarias. La labor de UNICEF y Giga en Honduras no sería posible sin el compromiso sostenido y las generosas contribuciones recibidas de sus comprometidos socios financieros, entre ellos el Gobierno español. Para reconocer públicamente este apoyo y responder a los requisitos de visibilidad de los donantes, la Oficina de UNICEF en Honduras y Giga, una asociación entre UNICEF y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), tienen previsto producir una serie de materiales multimedia de alta calidad para destacar el apoyo prestado por su donante español, así como para mostrar el impacto transformador de la conectividad en la educación y las comunidades de Honduras y utilizarlo para convencer a los gobiernos, las empresas y el público en general de que apoyen la causa de Giga.

En este marco, UNICEF Honduras requiere los servicios de una agencia de producción para producir una serie de materiales multimedia (vídeos, fotografías e historias de interés humano), impulsados por una narrativa convincente que atraiga al público nacional y mundial, incluidos los donantes. Estos materiales serán utilizados por UNICEF y los socios internos y externos de Giga en diversas plataformas a nivel nacional, regional y mundial.

Del 6 al 10 de octubre de 2025, se está organizando una visita conjunta sobre el terreno con altos representantes del Ministerio de Asuntos Exteriores, Cooperación y Unión Europea de España, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y la Embajada de España en Honduras para mostrar los avances en la implementación de Giga y su impacto sobre el terreno, con especial atención a la conectividad escolar. La visita contará con el apoyo de UNICEF y los miembros de la UIT del equipo Giga, en cooperación con la Oficina de UNICEF en Honduras.

Honduras es un país en el que la conectividad sigue siendo un reto importante. De las más de 15 000 escuelas cartografiadas, solo el 7 % tiene acceso a Internet. Desde 2021, Giga ha estado apoyando al Gobierno hondureño en sus esfuerzos por reducir la brecha digital en la educación. En los últimos cuatro años se han alcanzado hitos importantes, como la definición de normas de conectividad significativas basadas en un análisis de la situación; la conexión de escuelas en diferentes departamentos del país; el desarrollo de un sistema de seguimiento en tiempo real (Giga Maps y Giga Meter) para apoyar la toma de decisiones; y la creación de un modelo piloto para garantizar la sostenibilidad de la conectividad. La experiencia en Honduras ofrece una valiosa perspectiva sobre el impacto de Giga en un entorno complejo, lo que permite comprender mejor tanto los logros alcanzados como los retos que aún quedan por delante.

La visita tiene como objetivo destacar el papel crucial que desempeña el apoyo de los tres niveles de la administración española en la reducción de la brecha digital en la educación, brindando a los participantes la oportunidad de interactuar directamente con UNICEF, representantes del gobierno, conectarse con las comunidades locales, evaluar las

implementaciones tecnológicas y discutir el futuro de nuestros esfuerzos conjuntos para mejorar el acceso a la educación inclusiva a través de una conectividad asequible y sostenible.

Objetivos principales

- Observar el impacto de Giga mediante visitas a centros educativos, tanto en los lugares donde se inició la iniciativa como en aquellos en los que se ha expandido como parte de la estrategia de educación digital de Honduras, y donde la experiencia de Giga ha generado un impacto directo y/o indirecto.
- Interactuar con representantes de UNICEF, incluida la Oficina en Honduras, así como con autoridades gubernamentales nacionales y locales, y establecer conexiones con las principales partes interesadas que influyen en la agenda de educación digital del país.
- Documentar la visita para dar visibilidad al apoyo prestado por las autoridades españolas, catalanas y barcelonesas a Giga.

Acerca de UNICEF

UNICEF trabaja en algunos de los lugares más difíciles del mundo para llegar a los niños más desfavorecidos. Para salvar sus vidas. Para defender sus derechos. Para ayudarles a desarrollar todo su potencial. En 190 países y territorios, trabajamos por todos los niños, en todas partes, todos los días, para construir un mundo mejor para todos. Y nunca nos rendimos. UNICEF cuenta con 75 años de historia de innovación en favor de los niños. Creemos que los nuevos enfoques, las alianzas y las tecnologías que apoyan la realización de los derechos de los niños son fundamentales para mejorar sus vidas.

Acerca de Giga

Giga es una alianza entre el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) que trabaja para conectar todas las escuelas del mundo a Internet y a todos los jóvenes a la información, las oportunidades y las opciones. Creada en 2019, las soluciones de código abierto de Giga han impulsado los esfuerzos de conectividad en todo el mundo. Giga ofrece a los gobiernos soluciones de conectividad en materia de cartografía escolar y modelización de infraestructuras, así como apoyo técnico en las áreas de financiación y contratación. Hasta septiembre de 2025, Giga ha apoyado el aumento del acceso a la conectividad de 24 000 escuelas, lo que ha beneficiado a aproximadamente 11 millones de estudiantes. Giga ha cartografiado 22 millones de escuelas en más de 140 países. Actualmente, Giga proporciona apoyo avanzado en materia de conectividad a 44 países de África, Asia y América Latina. Giga opera desde el Centro Tecnológico Giga en Barcelona (España) y su sede en Ginebra (Suiza).

Resultados

Con el objetivo de destacar el apoyo prestado por el Gobierno español, UNICEF Honduras y Giga tienen previsto producir una serie de materiales multimedia, entre los que se incluyen:

- Un breve reportaje de vídeo (2 minutos) sobre la misión del Gobierno español en Honduras y que muestre el impacto transformador de la conectividad en la educación y las comunidades de Honduras, utilizando imágenes emotivas e impactantes del país.
- Una breve entrevista en vídeo (1 minuto) centrada en las personas con Bastiaan van't Hoff, representante de UNICEF en Honduras, diseñada para plataformas digitales, en la que se agradece al Gobierno español su apoyo a los programas de Giga en Honduras.
- Una breve entrevista en vídeo (1 minuto) centrada en las personas con Miguel Martínez Puyó, del Ministerio de Asuntos Exteriores, Cooperación y Unión Europea de España, diseñada para plataformas digitales, en la que se describe el papel crucial del Gobierno español y las asociaciones en apoyo de la misión de Giga en Honduras. Incluye las expectativas previas al viaje frente a las impresiones tras completar la visita.
- Un breve vídeo centrado en las personas (2 minutos) diseñado para plataformas digitales que destaca el impacto transformador de la conectividad en la educación y las comunidades de Honduras, desde la perspectiva de varios estudiantes que asisten a una escuela conectada. Vídeo de estilo recopilatorio.
- Un vídeo corto (1 minuto) centrado en las personas, diseñado para plataformas digitales, que destaque el papel clave de las autoridades locales, las comunidades y las instituciones educativas para garantizar el éxito de la educación digital.
- Un breve vídeo (1 minuto) diseñado para plataformas digitales que destaque el impacto de Giga desde la perspectiva de un profesor.
- Un breve vídeo «GRACIAS España» (20 segundos) realizado por un grupo de estudiantes frente a una escuela conectada.
- Una serie de 45 fotos en alta resolución con pies de foto.
- Al menos dos reportajes/entradas de blog (300 palabras).

Los artículos deben estar diseñados para cautivar a una audiencia global y a los donantes, y para concienciar aún más sobre el impacto del trabajo de Giga en Honduras. El estilo de los vídeos debe ser bastante visual, con un enfoque narrativo lineal claro que profundice en los detalles de la situación del país, lo que Giga y sus socios están implementando para superar los retos, cómo lo hacen y cómo pueden apoyarles quienes les rodean. También deben contener elementos emocionales y conservar un aspecto humano.

Al diseñar los vídeos y las fotos, se debe tener en cuenta su difusión en las redes sociales. Para maximizar la posibilidad de que los medios de comunicación online impulsados por las redes sociales puedan utilizar y compartir aún más el vídeo, fomentamos el uso de ideas creativas y novedosas, además del contenido tradicional de vídeo de la vida real.

Metodología

La agencia de producción seleccionada deberá trabajar en estrecha colaboración con los equipos de programas y comunicación para comprender los problemas específicos y

articularlos en el tratamiento o el guion ideado. El producto final deberá resonar tanto en una audiencia global a través de las redes sociales como en una audiencia localizada que comprenda el problema presentado como una preocupación para quienes viven en el país.

- (i) La agencia de producción de vídeo filmará, editará y producirá vídeos, fotos e historias de interés humano de alta calidad en inglés y español (incluidos subtítulos traducidos).
- (ii) La agencia de producción de vídeos producirá los textos y las historias relacionados con los materiales multimedia (vídeos y fotos) (300 palabras de extensión).
- (iii) La agencia de producción de vídeos coordinará con el equipo de comunicación de UNICEF para garantizar la cobertura y la interacción con los estudiantes, los donantes y los socios locales.
- (iv) El equipo de comunicación de UNICEF identificará con antelación a los beneficiarios y actores locales que aparecerán en el vídeo.
- (v) La agencia de producción de vídeo suministrará todo el equipo de filmación y edición y se comprometerá a proporcionar, si se solicita, transmisiones de selecciones de edición preliminar antes del empaquetado final.
- (vi) El formato del vídeo, la transmisión y los subtítulos deben coordinarse estrechamente con el equipo de comunicación.
- (vii) Una vez finalizado el encargo, todo el vídeo grabado se transferirá a través de WeTransfer con la lista completa de tomas.
- (viii) UNICEF tiene los derechos de primera selección de todos los originales grabados en este encargo, con derechos mundiales no exclusivos concomitantes en todos los medios de comunicación a perpetuidad.
- (ix) La agencia de producción de vídeo utilizará los formularios de consentimiento proporcionados por UNICEF para respetar la identidad de los beneficiarios y se registrará por los principios de la Ética en la información sobre la infancia.

Resultados/productos/productos específicos:

1. **Un (1) vídeo corto de alta calidad, totalmente editado, de una duración máxima de dos (2) minutos, que cubra** la misión del Gobierno español en Honduras y muestre el impacto transformador de la conectividad en la educación y las comunidades de Honduras, listo para ser emitido en inglés y español y acompañado de la historia o entrada de blog correspondiente.
2. **Un (1) vídeo corto de alta calidad, totalmente editado, de un minuto (como máximo) de duración,** con Bastiaan van' t Hoff, representante de UNICEF en Honduras, diseñado para plataformas digitales, en el que se agradece al

Gobierno español su apoyo a los programas de Giga en Honduras y listo para ser emitido en inglés y español.

3. **Una (1) entrevista en vídeo de formato corto, totalmente editada y de alta calidad, con una duración máxima de un (1) minuto**, con Miguel Martínez Puyó, del Ministerio de Asuntos Exteriores, Cooperación y Unión Europea de España, diseñada para plataformas digitales, en la que se describe el papel crucial del Gobierno español y las asociaciones en el apoyo a la misión de Giga en Honduras, y lista para ser emitida en inglés y español.
4. **Un (1) vídeo de formato corto, totalmente editado y de alta calidad, con una duración máxima de un (1) minuto, que destaque** el papel clave de las autoridades locales, las comunidades y las instituciones educativas para garantizar el éxito de la educación digital, listo para ser emitido en inglés y español.
5. **Un (1) vídeo corto de alta calidad, totalmente editado, con una duración máxima de dos (2) minutos, que destaque** el impacto transformador de la conectividad en la educación y las comunidades de Honduras, desde la perspectiva de un estudiante que asiste a una escuela conectada, listo para ser difundido en inglés y español con la entrada de blog o el reportaje relacionado.
6. **Un (1) vídeo de formato corto, totalmente editado y de alta calidad, con una duración máxima de dos (2) minutos, que destaque** la descarga/uso de Giga Meter en las escuelas por parte de los profesores o directores de las mismas, y un debate sobre su utilidad.
7. **Un (1) vídeo de formato corto, totalmente editado y de alta calidad, titulado** «THANK-You Spain» (20 segundos), realizado por un grupo de estudiantes frente a una escuela conectada y listo para ser transmitido en inglés y español.
8. **Un (1) vídeo corto de alta calidad, totalmente editado, con una duración máxima de un (1) minuto, en el que se destaque** el impacto de Giga desde la perspectiva de un profesor.
9. **Un (1) vídeo corto de alta calidad, totalmente editado, de una duración máxima de un (1) minuto, en el que se destaque** la descarga/uso de Giga Meter en las escuelas por parte de los profesores o directores de la escuela, y se debata sobre su utilidad.
10. **Una serie de 45** fotos **totalmente editadas y en alta resolución** con pies de foto.

Cualificaciones y/o conocimientos/experiencia especializados necesarios y deseables para llevar a cabo la tarea:

La agencia debe ser una agencia bien establecida, altamente cualificada y con experiencia en la realización de campañas globales y trabajos o tareas similares, preferiblemente con organizaciones internacionales. La empresa debe proporcionar un equipo de personal con las competencias mínimas que se indican a continuación (por favor, proporcione un CV/cuenta de LinkedIn para cada miembro del equipo):

•Un miembro del equipo con un nivel mínimo de gerente (más de 7 años de experiencia relevante) o de gerente sénior (más de 10 años de experiencia relevante).

• Uno o dos miembros del equipo que cumplan los siguientes requisitos técnicos y de experiencia:

· Mínimo ocho (8) años de experiencia profesional relevante y con responsabilidades progresivas en comunicación, prensa escrita, radiodifusión y nuevos medios

·Productor profesional de audio y vídeo con el equipo adecuado

·Fotógrafo profesional con el equipo adecuado

- Experiencia profesional trabajando con UNICEF u organizaciones similares o medios de comunicación internacionales
- Se valorará que los candidatos estén preautorizados en la lista de UNICEF para la producción audiovisual.
- Experiencia en la creación de vídeos que se comparten a nivel mundial a través de las redes sociales.
- Experiencia en proyectos protagonizados por niños.
- Experiencia en la creación de videoclips cortos y/o vídeos de estilo documental.
- Experiencia en campañas globales dirigidas a un público objetivo de las redes sociales.
- Experiencia en el uso de la última tecnología en materia de cámaras.
- Experiencia en la cobertura de temas humanitarios y de desarrollo.
- Capacidad para asimilar y comunicar mensajes visuales complejos de una manera atractiva y adaptada a los niños.
- Familiaridad con la labor de UNICEF en cuestiones relacionadas con la infancia y con las directrices digitales globales de UNICEF y el procedimiento operativo estándar de la sede central de Nueva York (NYHQ-DOC) para la producción de vídeos y el envío de contenidos web.
- Se requiere dominio del inglés y el español.

Duración de la asignación: 2 días de rodaje + el tiempo de edición necesario para editar y aprobar todos los productos finales antes de finales de octubre (fecha prevista de inicio: 6 de octubre de 2025).

Supervisión: Jefe de Comunicación de UNICEF Honduras.

Directrices técnicas para la producción de contenidos:

Audiovisual

- Para la filmación: resolución 4K, mínimo Rec709, códec XAVC-L o similar (si no mejor).
- Grabaciones de audio: 24 bits, 48 kHz; lo ideal es que el micrófono se conecte a la cámara para que el archivo sin procesar incluya el audio profesional.
- Productos finales exportados: resolución Full HD 1920 x 1080.

- Utilizar gimbals, monopiés, trípodes u otros tipos de soportes para obtener tomas estables en entrevistas y material de archivo.

Fotografía:

- Un conjunto de fotos editadas (2500 píxeles, lado más largo).
- El mismo conjunto en alta resolución.
- Archivos RAW de las fotos seleccionadas

Licencia musical

El proveedor del servicio debe incluir una licencia para la música que se vaya a comprar y utilizar en los vídeos. Evite las bandas sonoras corporativas «cliché» y dé prioridad a las versiones tecnológicas que se ajusten a nuestro tono y marca. La música debe ser aprobada antes de su compra. Los PDF de la licencia deberán enviarse a Giga junto con el material en bruto al final del trabajo si necesitamos disputar una reclamación de derechos de autor con YouTube.

Derechos de difusión

El proveedor de servicios cede en exclusiva a Giga (UNICEF/UIT) todos los derechos de reproducción, representación y adaptación de todo el material de vídeo/fotografías tomadas en virtud del presente contrato y se abstiene de distribuirlos fuera de la organización. Territorio de transferencia: mundial.

Tipos de contenido que se crearán (ejemplos)

- Entrevistas (personajes mirando fuera de cámara)
- Filmación de estilo documental
- Momentos/clips de la vida cotidiana
- Retratos de personajes (mirando a la cámara)
- Estudiantes llegando juntos a la escuela por la entrada/puerta.
- Estudiantes con dispositivos (ordenadores, tabletas, pantallas, imágenes proyectadas)
- Imágenes generales de alumnos escribiendo, pintando, hablando, prestando atención, etc.
- Profesores manejando dispositivos digitales como ordenadores, proyectores
- Tomas de acción de actividades laborales (planos generales, medios y primeros planos).
- Imágenes genéricas.
- Tomas de establecimiento de escuelas.

- Tomas con drones: imágenes cenitales del área escolar (similares a la vista satelital, con movimientos de acercamiento y alejamiento).
- Tomas de paisajes
- Tomas de la comunidad (calles, tráfico, mercado, etc.)
- Seguir las directrices de marca de Giga Video (se proporcionarán recursos como logotipos, stingers y plantillas de After Effect para el texto en pantalla)

Honorarios: UNICEF cubrirá los honorarios de 12 días (incluidos 5 días de producción en Honduras, 5 días de posproducción y traducción, y 2 días de viaje). La agencia recibirá el pago al finalizar su trabajo, previa presentación de las facturas y la solicitud de reembolso de los gastos de viaje, la certificación de los productos entregados y la finalización satisfactoria del trabajo. Los gastos varios relacionados con el vídeo, si han sido previamente aprobados por el supervisor, deben facturarse *por separado* de los honorarios del contrato y acompañarse del recibo *original* del artículo.

Viajes y organización del trabajo

La producción se llevará a cabo en Honduras y la posproducción se realizará desde casa. El encargo requerirá misiones sobre el terreno.

Cómo presentar la solicitud

A los candidatos seleccionados a través de la lista se les pedirá que indiquen su interés, disponibilidad, una tarifa con todo incluido y ejemplos de trabajos anteriores relacionados con la producción de vídeos y la narración de historias con UNICEF, las Naciones Unidas u otras organizaciones humanitarias y de desarrollo pertinentes.