

TÉRMINOS DE REFERENCIA– COMMUNITY MANAGER OFICINA DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES O'HIGGINS

1. Antecedentes

El Programa IFI impulsa iniciativas orientadas a la atracción de inversiones, articulación público-privada y difusión de resultados de estudios, mesas y encuentros estratégicos. Durante el periodo noviembre–diciembre se contempla la realización de dos seminarios de inversiones fuera de la región, además de actividades de coordinación y difusión general del programa.

El Community Manager (CM) apoyará la gestión comunicacional digital del programa, potenciando su visibilidad a través de los canales oficiales: sitio web, LinkedIn, Instagram y YouTube.

2. Objetivo del servicio

Apoyar la difusión digital integral del Programa IFI, con especial foco en los dos seminarios regionales de inversiones de diciembre, a través de la planificación, generación y publicación de contenido digital en los canales institucionales, fortaleciendo la presencia del programa ante inversionistas, socios y medios especializados.

3. Alcance y duración

- Duración: 2 meses (noviembre – diciembre 2025)
- Modalidad: Honorarios, semipresencial.
- Monto bruto mensual: \$500.000
- Total contrato: \$1.000.000 bruto

4. Productos esperados

1. Plan de contenidos digitales mensual (nov y dic).
2. Cobertura digital y difusión de las actividades principales del programa, incluyendo:
 - a. Mesas de trabajo y reuniones de seguimiento.
 - b. Dos seminarios de inversión fuera de la región (diciembre).



- c. Publicaciones pre y post-evento, cápsulas y videos resumen.
- d. Traída de inversionistas a la región
3. Gestión de redes sociales y sitio web institucional.
4. Informe mensual de métricas y resultados.

5. Responsabilidades específicas

1. Gestión y programación de redes sociales:

- Publicar contenidos en LinkedIn, Instagram y YouTube.
- Responder mensajes y comentarios.
- Adaptar contenidos según público objetivo.

2. Generación de contenidos:

- Diseñar gráficas y mensajes institucionales (Canva o herramienta similar).
- Diseñar presentaciones institucionales PPT, incluyendo plantillas, estructura visual y adaptación de contenidos para seminarios, mesas técnicas y reuniones estratégicas.
- Producción básica de cápsulas audiovisuales para web y redes sociales (reels, testimoniales breves, videos resumen de seminarios), incluyendo selección de material, edición simple, subtulado y entrega en formatos aptos para Instagram, LinkedIn y YouTube.
- Elaborar comunicados o notas para web.

3. Cobertura comunicacional de eventos:

- Apoyar la difusión previa, cobertura y post-evento de las actividades:
 - Encuentros de Inversiones / Seminarios fuera de la región (diciembre).
 - Mesas de trabajo del programa.
- Publicaciones en tiempo real durante los seminarios y seguimiento posterior.



4. Coordinación comunicacional:

- Articulación con equipo IFI, prensa, productor de eventos y consultorías.
- Apoyo en generación de material audiovisual y testimoniales.

5. Monitoreo y análisis:

- Reporte de resultados por red social (alcance, engagement, crecimiento).
- Recomendaciones para fortalecer la comunicación digital institucional.

6. Coordinación y supervisión

El CM reportará directamente a la coordinación del Programa IFI, y trabajará de manera articulada con:

- Encargado/a de prensa y difusión.
- Consultorías de inversión y agendas inversionistas.

7. Entregables mensuales

Mes	Entregables	Fecha
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de contenidos. - 12 publicaciones (mínimo 3 por canal). - Difusión previa de eventos y mesas. - Reporte de métricas inicial. - Diseño de la presentación PPT oficial del Programa IFI – Atracción de Inversiones, que será utilizada en seminarios, reuniones institucionales y difusión estratégica (archivo editable). 	30 nov
Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> - Cobertura y difusión de los dos seminarios fuera de la región - Cobertura y difusión traída de inversionistas a la región - Publicaciones post-evento. - Videos o cápsulas resumen. 	31 dic



Mes	Entregables	Fecha
	Video resumen de cada seminario (1 por evento), duración estimada 45–90 segundos, con subtítulos y música libre. Cápsulas breves (2–4 por evento) para redes sociales. - Informe final de métricas y recomendaciones.	

8. Perfil del profesional

- Formación en comunicaciones, periodismo, marketing o áreas afines.
- Experiencia en manejo de redes institucionales y cobertura de eventos.
- Capacidad de redacción y edición audiovisual básica.
- Conocimiento de herramientas como Canva, Meta Business Suite, YouTube Studio, Google Analytics.

9. Requisito

- Contar con equipamiento tecnológico para dar cumplimiento a sus funciones.

▪ PLAN DE TRABAJO PROPUESTO			
Semana	Actividades principales	Entregables	Métrica de Avance Sugerida (Verificador)
1	Diagnóstico de canales, diseño del plan de contenidos nov–dic, coordinación inicial con equipo IFI.	Plan de contenidos.	Aprobación del plan por la coordinación del Programa IFI. Incluye la definición de al menos 12 publicaciones para noviembre (mínimo 3 por canal).
2	Primeras publicaciones y difusión previa de mesas, seminarios inversionistas, agendas inversionistas.	5 publicaciones iniciales.	Publicación efectiva de los 5 contenidos iniciales. Tasa de Crecimiento de Seguidores (ej. LinkedIn e Instagram) tras la publicación inicial.
2	Coordinación comunicacional previa a seminarios, encuentros y	Material gráfico y audiovisual.	Nº de gráficas/videos diseñados y aprobados (según Plan de Contenidos).



▪ PLAN DE TRABAJO PROPUESTO

Semana	Actividades principales	Entregables	Métrica de Avance Sugerida (Verificador)
	mesas, definición de formatos audiovisuales.		Cumplimiento del brief por el equipo de prensa/productor de eventos.
3	Cobertura de visitas inversionistas y contenido pre-evento seminarios.	Publicaciones en tiempo real.	Nº de publicaciones en tiempo real realizadas. Alcance total (impresiones) y Engagement Rate (tasa de interacción) del contenido pre-evento.
4	Cobertura y difusión del primer y segundo seminario fuera de la región.	Clips y posteos inmediatos.	Nº de publicaciones en tiempo real durante los seminarios. Velocidad de respuesta a mensajes y comentarios durante el evento.
5	Cobertura de traída de inversionistas a la región.	Publicaciones, stories, videos breves.	Nº de cápsulas y videos resumen editados y publicados. Tráfico web al sitio institucional generado por las publicaciones (si aplica)
5	Difusión de resultados y agradecimientos institucionales.	Campaña de cierre.	Cumplimiento del calendario de la campaña de cierre. Nº de comunicados/notas para web elaborados.
6	Entrega de informe final de métricas y resumen audiovisual.	Informe final.	Entrega oportuna del informe final (31 de dic). Inclusión de un resumen audiovisual y recomendaciones para fortalecer la comunicación digital

