



TÉRMINOS DE REFERENCIA SERVICIOS COMUNICACIONALES

El presente documento comprende los términos de referencia para los servicios de asesoría comunicacional a la Corporación Empresarial para el Desarrollo de Til Til – Pro Til Til.

1. IDENTIFICACIÓN

- a) A quién reporta: Gerente de la corporación, con reporte a la Comisión de Comunicaciones.
- c) Tipo de relación: Servicio a honorarios
- e) Lugar de trabajo: Flexible, pero se espera presencia en Tilttil cuando se requiera.

2. DESCRIPCIÓN FUNCIONAL

2.1. Objetivo del servicio:

Posicionamiento de Pro Til Til en medios externos, a través de un plan de comunicaciones semestral.

2.2. Tareas:

- a) Revisar y actualizar la estrategia comunicacional de la corporación, y establecer un plan anual de comunicaciones, en base a ella.
- b) Revisar, actualizar y mantener el sitio web de la corporación.
- c) Participar de por lo menos una reunión semanal de equipo y una quincenal con el comité de comunicaciones. En ella deberá presentar sus propuestas y recibir comentarios, así como conocer la programación de trabajo de la corporación, para detectar y proponer posibles salidas comunicacionales.
- d) Mantener contacto y coordinación con los/as periodistas de las empresas socias, orientando el intercambio de información y promoviendo que las noticias de la corporación sean compartidas internamente en las empresas socias, al tiempo que las noticias de éstas sean compartidas en las plataformas de Pro Til Til.
- e) A cargo de las redes sociales de la institución (Facebook, Instagram, twitter, youtube y LinkedIn). Proponer y programar publicaciones semanales, con un mínimo de cinco a la semana. Se espera una propuesta creativa del uso de las plataformas, considerando todas sus potencialidades, como videos, concursos, historias, hashtag, etiquetas, etc. Velar porque se mantenga una línea gráfica y de contenidos. Derivar y responder consultas y comentarios.
- f) Elaborar comunicados para los hitos más relevantes del trabajo de la corporación y gestionar su publicación en las plataformas de la corporación, de las empresas socias, así como en medios digitales y/o impresos.



- g) Gestión de prensa para los hitos más relevantes del trabajo de la corporación, considerando como meta la aparición en prensa de relevancia nacional por lo menos una vez por trimestre.
- h) Apoyo comunicacional para la realización de hitos o eventos institucionales con público.
- i) Coordinar con un tercero o si se cuenta con la habilidad de realizar trabajos extras, con otro presupuesto independiente, para iniciativas como: elaboración de videos institucionales, documentos oficiales (como Memoria anual), piezas de diseño profesional, sesiones fotográficas profesionales, etc.

2.3. Competencias requeridas:

- a) Planificación y organización.
- b) Capacidad de trabajar autónomamente, en base a metas.
- c) Excelente redacción.
- d) Proactividad.
- e) Compromiso.

3. REQUISITOS

- a) La persona a cargo debe tener el título profesional de periodista.
- b) Experiencia laboral mínima de 2 años desde la obtención del título profesional.
- c) Experiencia específica en comunicaciones corporativas y redes sociales.
- d) Deseable contar con movilización propia.