

## **TÉRMINOS DE REFERENCIA**

### **Agencia de comunicación para desarrollar e implementar la Estrategia de Comunicación para Cambio de Comportamiento**

#### **PROGRAMA**

Jóvenes Innovadores Perú y Jóvenes Innovadores Perú

#### **SOBRE LA INTERNATIONAL YOUTH FOUNDATION (IYF)**

Fundada en 1990, IYF es una organización mundial sin fines de lucro con programas que benefician directamente a 8.1 millones de personas jóvenes y sus operaciones abarcan más de 100 países hasta el momento. Junto con organizaciones locales basadas en la comunidad y una red de socios corporativos, fundacionales y multilaterales, conectamos a las personas jóvenes con oportunidades para transformar sus vidas. Creemos que las personas jóvenes educadas, empleadas y comprometidas poseen el poder de resolver los problemas más difíciles del mundo y enfocamos nuestros esfuerzos de desarrollo juvenil en tres objetivos vinculados: potenciar la agencia juvenil, impulsar oportunidades económicas y hacer que los sistemas sean más inclusivos. Nuestra visión es ver a las personas jóvenes inspiradas y equipadas para dar realidad al futuro que desean. La International Youth Foundation: Transformando vidas, juntos. Para aprender más sobre la International Youth Foundation, únase a nosotros en <https://iyfglobal.org/>.

#### **PROPÓSITO Y ALCANCE DE LOS SERVICIOS**

Los servicios de Comunicación y Relaciones Públicas estarán enfocados en la implementación de la campaña de Comunicación “Aquí Hacemos Futuro”. El objetivo de esta estrategia es promover un cambio cultural y social en Arequipa que amplíe las decisiones educativas y profesionales de la juventud, eliminando barreras asociadas a estereotipos y/o etnia, y valorizando las carreras técnicas en áreas de alta proyección como Logística, Tecnologías de la Información y Energías Renovables No Convencionales, posicionándolas como opciones atractivas y legítimas de desarrollo. Asimismo, busca fortalecer el acompañamiento de familias, docentes y empleadores para consolidar un entorno educativo y laboral más inclusivo y alineado a la demanda de talento, contribuyendo así a la movilidad social y al desarrollo sostenible de la región.

Esta estrategia, ya elaborada y validada por IYF, parte del diagnóstico *“Factores que limitan la participación de la juventud, particularmente las mujeres, en las carreras técnicas de Logística, Tecnologías de la Información y Energías Limpias”*, y ha sido diseñada por la consultora Centella Comunicaciones. La campaña plantea una narrativa multicanal centrada en referentes reales, alianzas institucionales y presencia digital y comunitaria sostenida. Esta campaña ya cuenta con una identidad gráfica y un *brandbook* para su ejecución, por lo que dicho desarrollo no se incluye dentro de las actividades de la consultoría.

IYF busca contratar una agencia de comunicación que se encargue solo de la ejecución integral de la campaña “Aquí Hacemos Futuro” en Arequipa, conforme al diseño ya aprobada. Esta implementación incluye: producción de contenidos, despliegue multicanal, gestión territorial, articulación con aliados y monitoreo de resultados durante el periodo de ejecución. La campaña busca lanzarse entre junio y julio de 2026.

La estrategia deberá ser ejecutada durante 12 meses, y tiene como meta mínima alcanzar a 20,000 personas (jóvenes, padres de familia, educadores y empresarios de la región de Arequipa).

La agencia no podrá:

1. Modificar el nombre de la campaña.
2. Rediseñar la narrativa central de la estrategia.

3. Alterar mensajes estratégicos sin aprobación de IYF.
4. Modificar identidad visual/brandbook.
5. Cambiar audiencias.
6. Redefinir indicadores del Plan de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación (PMSE) sin validación.

**La agencia seleccionada será responsable de:**

- Adaptar los lineamientos estratégicos, narrativos y visuales de la campaña “Aquí Hacemos Futuro” a piezas y materiales comunicacionales listos para su producción, difusión e implementación, respetando el brandbook y los mensajes estratégicos aprobados por IYF.
- Diseñar, producir y gestionar los materiales audiovisuales, gráficos, digitales, radiales y comunitarios contemplados en la estrategia, incluyendo sus adaptaciones para distintos formatos, plataformas y públicos objetivo.
- Implementar integralmente la campaña en los canales y plataformas definidos en la estrategia, priorizando formatos digitales y presenciales que favorezcan el alcance, la interacción y la apropiación del mensaje por parte de los públicos meta.
- Gestionar la administración y actualización de las plataformas digitales de la campaña, incluyendo redes sociales y sitio web, así como la programación, publicación, monitoreo y optimización de contenidos durante el periodo de implementación.
- Planificar y ejecutar la logística integral de acciones territoriales y comunitarias contempladas en la estrategia, incluyendo activaciones, caravanas, acciones BTL, difusión comunitaria y otras actividades presenciales en Arequipa y zonas priorizadas; incluyendo la identificación de espacios estratégicos y la gestión legal de los permisos vecinales o licencias municipales correspondientes en Arequipa
- Gestionar y coordinar acciones operativas con medios de comunicación, instituciones educativas, institutos técnicos, empresas, organizaciones juveniles, influencers y otros aliados estratégicos necesarios para la implementación de la campaña.
- Diseñar, implementar y optimizar el plan de pauta digital y radial bimestral, garantizando que la distribución del presupuesto asignado maximice el impacto y segmentación hacia las audiencias prioritarias.
- Coordinar la implementación y articulación comunicacional de los cinco proyectos liderados por organizaciones juveniles previamente aprobados por IYF, asegurando coherencia narrativa, visibilidad y alineación con los objetivos generales de la campaña.
- Implementar el Plan de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación (PMSE) de la campaña, incluyendo la recopilación, sistematización y análisis de indicadores de alcance, participación, interacción y resultados establecidos por IYF.
- Generar reportes periódicos de avance técnico y de desempeño de la campaña, incluyendo métricas digitales, resultados de implementación, análisis de aprendizajes, riesgos, oportunidades de mejora y recomendaciones operativas.
- Mantener coordinación permanente con el equipo técnico y de comunicaciones de IYF para asegurar la validación oportuna de contenidos, actividades y materiales, así como la adecuada alineación estratégica de la campaña.

## **ANTECEDENTES DE LA CAMPAÑA**

Arequipa concentra una amplia oferta de institutos técnicos en los sectores priorizados, pero la matrícula femenina en carreras de Logística, TI y Energías Limpias sigue siendo notoriamente baja. El diagnóstico del IGDH identifica como barreras principales:

- Estereotipos de género en familias, colegios y comunidades.
- Orientación vocacional tardía, fragmentada y sin perspectiva de género.
- Percepción negativa de la educación técnica frente a la universitaria.
- Débil conexión entre institutos técnicos, empresas y jóvenes.

- Factores socioculturales que restringen la autonomía de las mujeres en zonas rurales y periurbanas.

La campaña busca fortalecer el reconocimiento social de las carreras técnicas como oportunidades valiosas para el desarrollo educativo y laboral de las juventudes, así como visibilizar que los sectores de Logística, Tecnologías de la Información y Energías Limpias también representan espacios de crecimiento y futuro para los jóvenes, especialmente para las mujeres. A través de una estrategia multicanal, la campaña promoverá una transformación positiva en las percepciones y narrativas sociales presentes en jóvenes, familias, docentes, empleadores y la comunidad arequipeña en general.

## 2.1 Públicos objetivo

La estrategia tiene las siguientes audiencias meta:

- Jóvenes en edad escolar y en proceso de elegir carrera (público principal).
- Familias: madres, padres y cuidadores/as.
- Docentes y orientadores/as vocacionales.
- Empresarios/as y empleadores/as.
- Mujeres jóvenes trabajadoras de 20 a 26 años.
- La comunidad arequipeña en su conjunto.

## 2.2 Nombre y narrativa de la campaña

La estrategia propone el nombre de *“Aquí Hacemos Futuro”*, y la narrativa central afirma que las carreras técnicas en los sectores priorizados ofrecen inserción laboral rápida, buenos ingresos y seguridad, y que son oportunidades reales para los jóvenes, pero especialmente para las mujeres jóvenes de Arequipa.

## 2.3 Estrategia: descripción general

La estrategia diseñada es una estrategia multicanal que incluye las siguientes acciones tácticas:

- **Página web oficial:** Diseño, desarrollo adaptable, puesta en marcha y mantenimiento continuo del sitio web central de la campaña.
- **Campaña radial:** Producción de tres (3) spots radiales de 30 segundos y planificación de su pauta comercial con frecuencia bimestral.
- **Canción e identidad sonora:** Composición, producción musical de un tema representativo de la campaña y realización de un videoclip de formato ágil para plataformas digitales.
- **Intervención urbana (Arte mural):** Coordinación y elaboración de cinco (5) grafitis en murales estratégicos de la ciudad de Arequipa, incluyendo la gestión legal de los permisos vecinales o licencias municipales correspondientes.
- **Ecosistema digital:** Gestión integral, moderación comunitaria y creación de contenidos orgánicos para redes sociales (TikTok, Instagram, Facebook, YouTube y WhatsApp).
- **Articulación de alianzas:** Gestión de acuerdos operativos con colegios, institutos técnicos, empresas del sector privado y medios de comunicación locales.
- **Producción audiovisual testimonial:** Gestión, planificación y desarrollo de un evento de grabación y sesión fotográfica para recopilar testimonios gráficos y producir cinco (5) videos testimoniales enfocados en referentes femeninos reales (mujeres trabajadoras, estudiantes técnicas y jóvenes en edad escolar). Incluyendo la recopilación de los permisos de uso de imagen.
- **Formatos de audio (Podcast):** Producción y adaptación de cápsulas o formatos cortos de audio derivados de los testimonios recopilados para su difusión en plataformas digitales de audio.

- **Caravana móvil comunitaria:** Planificación y despliegue logístico integral (que incluye chofer, combustible, perifoneo, pantalla LED y material informativo impreso) para dieciocho (18) salidas anuales destinadas a la sensibilización en zonas urbanas y periurbanas.

## 2.4 Monitoreo y Evaluación:

La agencia seleccionada deberá implementar el Plan de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación (PMSE) definido por IYF, con el objetivo de medir el desempeño, alcance, participación y resultados de la campaña.

El monitoreo deberá incluir herramientas cuantitativas y cualitativas orientadas a evaluar:

- Alcance y desempeño de contenidos y plataformas digitales.
- Participación e interacción de los públicos objetivo.
- Implementación de acciones territoriales y comunitarias.
- Nivel de visibilidad y articulación con aliados estratégicos.
- Cambios de percepción y reconocimiento asociados a las carreras técnicas y la participación de mujeres jóvenes en los sectores priorizados.

Los indicadores, herramientas de seguimiento y mecanismos de reporte serán definidos y validados juntamente con IYF al inicio de la implementación.

## DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

La agencia de comunicación realizará las siguientes actividades durante los 12 meses de ejecución del contrato:

### Fase 1. Alistamiento y planificación detallada

- Revisión exhaustiva del diagnóstico de base, el brandbook existente y reunión formal de arranque con el equipo técnico de IYF.
- Definición del cronograma maestro de producción, plan de pauta inicial y validación de la línea de diseño definitiva adaptada a los formatos previstos.
- Mapeo, selección y formalización de compromisos con voceros/as, protagonistas de los videos testimoniales y aliados institucionales clave.
- Entrega del Protocolo de Moderación Digital y Gestión de Riesgos de la campaña.

### Fase 2. Producción de materiales

- Programación, carga de contenidos y lanzamiento de la página web oficial.
- Producción y edición de los cinco (5) videos testimoniales, adaptaciones gráficas para redes sociales y edición de las cápsulas para formato podcast.
- Coordinación del evento de grabación principal, sesiones fotográficas fijas y diseño del banco de piezas gráficas.
- Grabación y postproducción de los spots radiales, masterización de la canción oficial y edición de su videoclip.
- Ejecución física de los grafitis en los murales seleccionados y preparación de los recursos interactivos para la caravana móvil.
- Diseño final de parrillas de contenido, stickers temáticos para WhatsApp y materiales educativos o promocionales destinados a las intervenciones presenciales.

### Fase 3. Implementación y despliegue multicanal

- Activación y mantenimiento diario de las redes sociales, junto con la colocación y optimización de la pauta radial bimestral.
- Ejecución de las 18 salidas programadas para la caravana comunitaria y soporte de comunicación en ferias u orientación vocacional presencial.
- Activación y seguimiento de los planes de trabajo conjuntos con colegios, institutos superiores, empresas aliadas y creadores de contenido locales (influencers).
- Alimentación, actualización periódica de contenidos en la página web y distribución dosificada de las piezas digitales.
- Acompañamiento estratégico y difusión de las actividades correspondientes a los cinco (5) proyectos liderados por organizaciones juveniles locales (ya aprobados por IYF).

#### **Fase 4. Monitoreo, evaluación y reportes**

- Recopilación de datos en campo y plataformas de acuerdo con las herramientas del Plan de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación (PMSE).
- Entrega de informes mensuales consolidados que reflejen el rendimiento analítico, alcance e interacciones por cada plataforma digital y medio tradicional utilizado.
- Presentación de un reporte final de cierre que integre el análisis del impacto social alcanzado, la verificación del cumplimiento de la meta de las 20,000 personas impactadas y las recomendaciones metodológicas de sostenibilidad para la región.

#### **REQUERIMIENTOS**

La agencia deberá demostrar capacidad y experiencia en:

- Diseño e implementación de campañas multicanal de comunicación social, sensibilización o transformación de percepciones.
- Gestión de plataformas digitales y producción de contenidos para TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp y otros medios digitales.
- Producción audiovisual y sonora, incluyendo videos testimoniales, spots radiales y piezas audiovisuales para plataformas digitales.
- Diseño gráfico digital e impreso para campañas comunitarias y acciones territoriales.
- Community management, gestión de contenidos y monitoreo digital.
- Implementación de acciones BTL, activaciones presenciales y campañas comunitarias.
- Articulación con medios de comunicación, influencers, instituciones educativas y actores territoriales.
- **Conocimiento del ecosistema mediático y cultural de Arequipa.**

#### **Capacidades valoradas positivamente (Criterios deseables):**

- Incorporación transversal del enfoque de igualdad de género, diversidad, interculturalidad o inclusión social en sus propuestas previas.
- Experiencia de trabajo previa con organizaciones no gubernamentales internacionales o agencias globales de desarrollo humano.
- Experiencia en el despliegue de estrategias de comunicación adaptadas a contextos rurales y de periferia urbana, incluyendo metodologías de proximidad comunitaria.
- Experiencia e idoneidad en la adecuación de contenidos comunicacionales con pertinencia lingüística o cultural orientada a comunidades quechua-hablantes o con presencia de lenguas originarias en la región.
- Historial de proyectos o campañas de comunicación específicamente diseñadas para audiencias juveniles, sectores de educación técnico-vocacional o inserción laboral

#### **PRESUPUESTO**

El presupuesto total estimado para la campaña conforme a la estrategia diseñada es de **75.000 USD o 258.000 Soles incluido IGV**. Este monto global asignado constituye un valor cerrado que comprende la totalidad de los costos operativos derivados del cumplimiento del servicio, distribuidos de la siguiente manera:

1. Honorarios profesionales del equipo consultor asignado.
2. Costos de producción de todas las piezas gráficas, audiovisuales, sonoras y digitales requeridas.
3. Logística completa, equipamiento técnico y movilidad para las activaciones comunitarias de la caravana y pintura de murales.
4. Herramientas y aplicación de la estrategia de monitoreo y evaluación.
5. Pauta comercial: El monto total estipulado incluye la bolsa económica que la agencia destinará directamente al pago de la pauta publicitaria en las plataformas digitales indicadas y en las emisoras de radio locales de Arequipa durante los 12 meses. Las

agencias deberán desglosar el porcentaje específico sugerido para la compra directa de medios dentro de su propuesta económica.

*(Nota aclaratoria: La agencia proveerá el soporte estratégico, acompañamiento y difusión de las acciones de comunicación de los 5 proyectos de las organizaciones juveniles locales; no obstante, el financiamiento directo de las actividades operativas propias de dichos proyectos correrá por cuenta de los fondos independientes de IYF y no afectará el presupuesto de esta consultoría).*

## **COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN**

La supervisión técnica, el seguimiento de entregables y la coordinación estratégica de las actividades descritas en estos TdR estarán a cargo de Angela Sabogal, Gerente Senior de Programas de IYF, y de Jania Argüelles, Gerente Senior de Comunicaciones de IYF. Todas las fases de producción de materiales y pautas requerirán la aprobación explícita y por escrito de ambas coordinaciones previo a su difusión pública.

## **DURACIÓN Y LUGAR DE LA CONSULTORÍA**

La consultoría tendrá una duración efectiva de doce (12) meses, contados a partir del día siguiente de la firma del contrato administrativo.

El ámbito geográfico para la implementación de las actividades corresponde a la región de Arequipa, Perú, concentrando el despliegue operativo principalmente en las áreas urbanas y periurbanas de la ciudad de Arequipa, sin menoscabo de la ejecución de intervenciones o traslados específicos hacia provincias o zonas rurales de la región que determine el plan de trabajo validado.

La agencia adjudicada podrá realizar las labores de diseño y postproducción desde sus propias oficinas centrales, pero estará obligada a asegurar presencia física e inmediata en la localidad para la puesta en marcha de los componentes presenciales, BTL, alianzas y gestión de redes territoriales.

## **PASOS A SEGUIR**

Las agencias interesadas en participar en este proceso de selección deberán remitir por vía electrónica la siguiente documentación debidamente organizada:

1. **Presentación de credenciales:** Resumen del perfil institucional de la agencia, destacando su experiencia relevante en proyectos de comunicación social, estrategias para el cambio de comportamiento, campañas con enfoque transversal de género y/o acciones orientadas a poblaciones juveniles.
2. **Portafolio de trabajos previos:** Presentación documentada de un mínimo de tres (3) ejemplos de campañas de comunicación similares ejecutadas con éxito en los últimos cinco años, detallando de forma clara el alcance inicial, los objetivos planteados, las plataformas implementadas y los resultados de impacto cuantitativo o cualitativo obtenidos.
3. **Propuesta técnica:** Documento descriptivo que especifique el enfoque metodológico de implementación, la estrategia operativa de trabajo en territorio, la conformación del equipo profesional propuesto (adjuntando biografías cortas y perfiles técnicos de los puestos clave) y un cronograma tentativo detallado de actividades.
4. **Propuesta económica:** Desglose presupuestario detallado, estructurado por cada una de las fases de actividad especificadas en este documento (Fase 1, Fase 2, Fase 3 y Fase 4), identificando de manera independiente el monto asignado a honorarios, costos de producción y fondo estimado para pauta comercial en medios.

Por favor enviar los siguientes documentos vía correo electrónico a Angela Sabogal, Gerente Senior de Programa, en el correo electrónico [a.sabogal@iyfglobal.org](mailto:a.sabogal@iyfglobal.org), colocando como asunto “**Campaña de Comunicación Perú**”.

**Fecha límite de recepción:**

Viernes 12 de junio de 2026.

**Preguntas o comentarios sobre los Términos de Referencia:** Para preguntas acerca de esta consultoría, favor de dirigirse a Angela Sabogal, Gerente Senior de Programa, en el correo electrónico [a.sabogal@iyfglobal.org](mailto:a.sabogal@iyfglobal.org)