

**TERMINOS DE REFERENCIA
COORDINADOR COMUNICACIÓN
AFTERCARE & PROMOCIÓN DE INVERSIONES**

Antecedentes

URUGUAY XXI es una persona de Derecho Público no estatal, creada por la Ley Nº 16.736 de 5 de enero de 1996, cuyo artículo 204 le atribuye, entre otros, los siguientes cometidos: a) realizar acciones promocionales tendientes a lograr el crecimiento, la diversificación y el mayor valor de las exportaciones; b) promover y coadyuvar a la difusión de la imagen del país en el exterior en lo que respecta a las inversiones y a las exportaciones; c) desarrollar y prestar servicios de información y apoyo a los exportadores e inversores, reales o potenciales; y d) preparar y ejecutar planes, programas y acciones promocionales, tanto a nivel interno como externo, a través de representaciones permanentes, itinerantes u otras.

Objetivo

Coordinar el diseño e implementación de la estrategia de comunicación orientada a la promoción de inversiones y a la atención de la post inversión (aftercare) canalizando las necesidades establecidas por las Gerencias de Aftercare y de Promoción de Inversiones, en coordinación con las Gerencia de Comunicación e Imagen País.

Alcance

La persona a cargo de la comunicación brindará asesoramiento y articulación para el diseño e implementación de la estrategia integral de comunicación de los departamentos de Aftercare y Promoción de inversiones, atendiendo las siguientes actividades.

- Dar soporte a la participación en eventos de promoción en el exterior y a la organización o apoyo a eventos en Uruguay y gestionar los servicios que se requieran para la implementación.
- Contribuir al diseño e implementación de campañas de promoción en el exterior y en Uruguay (digitales, etc).
- Generar contenidos web vinculados a los departamentos (páginas institucionales, noticias y agenda de actividades, newsletters, entre otras).
- Gestionar las redes para la difusión de actividades y noticias vinculadas a los sectores priorizados.
- Coordinar la elaboración y adaptación de materiales de promoción y difusión (videos, brochures, presentaciones, otros)
- Canalizar las convocatorias e invitaciones a eventos y a las actividades de aftercare (atenciones a empresas).
- Cooperar en la definición y ejecución del plan integral de gestión de medios de comunicación funcional a la estrategia de Uruguay XXI.

- Coordinar la estrategia de comunicación de marcas sectoriales con el departamento de Marca País.

ACTIVIDADES	Soporte a Eventos en el exterior	Soporte a Eventos en Uruguay	Soporte general a las estrategias
Generación de contenidos WEB	Agendas Noticias		Páginas institucionales
Campañas	Diseño, implementación, seguimiento		
Gestión redes	Twitter, LinkedIn		
Elaboración de Materiales	Ad hoc	Ad hoc	Videos, Brochures, PPTs, otros
Convocatorias a empresas	Ad hoc	Ad hoc	Invitaciones Aftercare
Presencia de Stands y otras actividades	Diseño, Negociación, Ejecución		
Newsletter			Diseño & contenidos

Organización para la ejecución

La persona responsable de la coordinación de la comunicación para aftercare y promoción de inversiones reportará a la Gerencia de Aftercare, coordinando los aspectos concernientes a la promoción en el exterior directamente con la Gerencia de Promoción de Inversiones. A su vez coordinará con el Departamento de Imagen y Comunicación de Uruguay XXI la implementación de las estrategias a los efectos de alinear las mismas a la estrategia institucional y maximizar la eficiencia en el uso de los recursos del Instituto.

Trabjará en vínculo directo con los especialistas de Aftercare y de Promoción de inversiones, recibiendo apoyo de los asistentes de ambos departamentos para la implementación de las actividades.

Dedicación: 40 horas por semana.

Perfil y calificaciones

Profesional universitario de Ciencias de la Comunicación.

Se requiere al menos 5 años de experiencia en la definición de estrategias de comunicación, elaboración de materiales, redacción de contenidos, manejo de redes sociales y organización de eventos.

Dominio en el idiomas inglés (excluyente) y se valorarán otros idiomas.

Se valorará contar con conocimientos de diseño gráfico (no excluyente).

Se valorará conocimiento en la promoción internacional y en articulación de estrategias de comunicación del sector público-privado.

Habilidades para el trabajo en equipos multidisciplinarios y predisposición para el trabajo por resultados.