



Términos de referencia

Servicio de producción y difusión de 01 programa radial de cuatro ediciones informativas dos por mes durante un periodo de 2 meses sobre la cultura del agua y su uso sostenible.

1. Información de quien requiere el servicio

Unidad orgánica:	Dirección Territorial
Programa	Fortalecimiento Municipal y de las organizaciones comunitarias del Bajo Piura.
Componente:	Gestión municipal de servicios y desarrollo económico local con articulación territorial.
Proyecto	Fortalecimiento Municipal en la gestión del agua a La Arena.

2. Denominación del servicio requerido

Servicio especializado para la producción y difusión de 01 programa radial de cuatro ediciones informativas dos por mes durante un periodo de 2 meses, sobre la cultura del agua y su uso sostenible.

3. Marco referencia de los servicios según proyecto

Proyecto:	Vigilancia ciudadana e integridad.
Resultado:	R 2. Instancia de Articulación Local de Desarrollo e Inclusión Social (IAL - DIS), en coordinación con el Comité de Gestión distrital de las JASS, implementan un plan de actuación conjunta vinculado a la provisión de agua segura con enfoque de género.
Actividad:	2.3. Implementación de una Estrategia de Comunicación sobre la cultura del agua y su uso sostenible, con la participación de la Instancia de Articulación Local de Desarrollo e Inclusión Social (IAL-DIS) y el Comité de Gestión de la JASS.
Meta:	4 campañas zonales sobre agua segura, higiene y prevención de EDAs. (Loma Negra, Casa Grande, Vichayal, Chatito). (25 personas por cada campaña), en articulación con JASS, ATM y Centro de Salud.
Población meta:	Integrantes de la Instancia de Articulación Local de Desarrollo e Inclusión Social (IAL-DIS), del comité de gestión distrital de la JASS. consejo directivo de las JASS, Usuarios(as) de la Jass de la Arena
Aporte directo e indirecto del servicio requerido al Proyecto	La consultoría aporta al 100 % de la actividad 2.3. (Programa radial y especialista en comunicación) Aporte de manera indirecta al indicador 2.3 “Al menos 40 actores ocales y 50 actores regionales conocen y se informan sobre los retos y desafíos en la provisión de agua segura y las alternativas frente a la salinización de las fuentes de agua subterránea”



4. Antecedentes

El Centro de Investigación y Promoción del Campesinado – CIPCA es una organización no gubernamental de desarrollo con sede en Piura, fundada el 29 de mayo de 1972 gracias a una iniciativa de la Compañía de Jesús. Su finalidad es contribuir al desarrollo territorial de la región Piura mediante la implementación de acciones orientadas a la reducción de las desigualdades de género, productivas, sociales, organizacionales y ambientales.

En ese marco institucional, CIPCA, impulsa el proyecto “Fortalecimiento Municipal para la gestión comunitaria del agua segura 2026 en el distrito de la Arena” Este proyecto se orienta a garantizar el acceso al agua limpia para todas las personas a través de una gestión concertada que involucra a las JASS, la Municipalidad y los organismos públicos (si sabes quienes son, los detallas) del distrito de La Arena,

En este escenario, el acceso a información oportuna constituye un elemento estratégico para el empoderamiento ciudadano de mujeres y hombres, así como para su incidencia en la gestión comunitaria del agua segura. En particular, la comunicación radial representa un medio de amplia cobertura y cercanía con la población, especialmente en territorios con acceso limitado a otros canales. Por ello, la comunicación se abordará desde un enfoque transversal de género, utilizando un lenguaje inclusivo.

Por ello, el **proyecto contempla la contratación de un servicio especializado de consultoría para la producción y difusión de 01 programa radial de cuatro (4) ediciones radiales informativos, dos por mes durante un periodo de 2 meses**, centrados en la cultura del agua y su uso sostenible. Los programas incluirán entrevistas a Integrantes de la Instancia de Articulación Local de Desarrollo e Inclusión Social (IAL-DIS), del comité de gestión distrital de la JASS, especialistas y testimonios de usuarios y usuarias finales, con el objetivo de generar y diseminar información accesible y útil que contribuya a la gestión comunitaria del agua.

5. Objetivos del servicio

Sensibilizar a la población e informar a la comunidad sobre el uso sostenible de los recursos hídricos.

6. Productos esperados

Producto	Descripción
Producto 1. Plan de trabajo aprobado	Documento que detalle la metodología, cronograma de producción y difusión, enfoque comunicacional y criterios de selección de entrevistados/as.
Producto 2: Producción y difusión de 2 ediciones radiales (1 y 2)	2 ediciones radiales en formato MP3 producidos y difundidos en medio radial de espectro regional. sobre agua segura, higiene y prevención de EDAs. Ello incluye los siguientes recursos: - 2 guiones radiofónicos o pautas. - 2 ediciones radiales grabados. - Cortinas radiales. - Jingle del programa. - Otros recursos producidos para el programa como entrevistas y post promocionales para redes sociales.
Producto 3: Producción y difusión de 2 ediciones radiales (3 y 4)	2 ediciones radiales en formato MP3 producidos y difundidos en medio radial de espectro regional. sobre Buena gestión del agua y la participación de las mujeres en la gestión comunitaria del agua. Ello incluye los siguientes recursos: - 2 guiones radiofónicos o pautas. - 2 ediciones radiales grabados.



	- Cortinas radiales. - Jingle del programa. - Otros recursos producidos para el programa como entrevistas y post promocionales para redes sociales.
Producto 4: Informe final	Un informe final que resume la ejecución del servicio, número de ediciones radiales emitidos, cobertura, actores participantes y principales temas abordados de máximo 10 páginas. Contemplando la siguiente información en anexo: - Guiones y pautas de contenido de las 4 ediciones radiales. - Registro de entrevistas y contenidos - Materiales de difusión complementarios - Métricas de alcance

7. Descripción del servicio para la elaboración de los productos

Se indican las principales actividades según los productos:

Producto	Descripción
Producto 1. Plan de trabajo aprobado	El/la proveedor/a deberá entregar un Plan de Trabajo detallado que contemple todos los aspectos organizativos y operativos del proyecto, incluyendo el enfoque metodológico, la cronología de producción y difusión de los programas radiales, así como los recursos humanos y materiales necesarios. Este plan deberá abordar los siguientes puntos: ✓ Metodología de trabajo: Enfoque de producción y formatos de las ediciones radiales ✓ Cronograma de producción y difusión: Fechas de grabación, edición y difusión de cada edición radial. ✓ Selección de actores clave: Coordinación para los criterios en la elección de entrevistados (Integrantes de IAL-DIS, comité de gestión distrital de JASS, especialistas y usuarios). ✓ Plan de calidad: Criterios para asegurar la calidad del contenido y la veracidad de la información.
Producto 2: Producción y difusión de 2 ediciones radiales (1 y 2)	El/la proveedor/a deberá entregar, dentro de los plazos establecidos, los guiones o pautas radiales de las dos (2) ediciones radiales, así como las grabaciones finales y los recursos utilizados en su producción, conforme al cronograma previsto. Los guiones deben contener la estructura y los contenidos temáticos de cada edición, incluyendo las preguntas para las entrevistas, los temas a tratar, y las secciones que componen la edición radial (introducción, desarrollo, conclusiones, etc.). Las pautas deben asegurar que la información sea clara, accesible y relevante para el público general, asegurando además el uso de un lenguaje inclusivo. La grabación de las 2 ediciones radiales, emitidos en un mes, deben incluir entrevistas con Integrantes de la ILA-DIS, Comité de gestión distrital de las JASS, especialistas y testimonios de usuarios y usuarias finales del servicio Las ediciones radiales deben contar con una duración adecuada, respetar los estándares de calidad establecidos y ser retransmitidos en las 2 emisoras acordadas del distrito de la Arena, a la vez que debe guardar los cuidados correspondientes con la reglamentación vigente respecto a derechos de autor.

	Cada edición radial debe contar con otros recursos publicitarios que promuevan la escucha del mismo, como spots, post de redes sociales, tiktoks u otros. Estos materiales deben ser diseñados por especialista en comunicación para ampliar el alcance del programa radial, alcanzar audiencias más amplias (incluyendo el entorno digital) y reforzar los mensajes clave relacionados con la buena gestión del agua y la participación de las mujeres y jóvenes en la gestión del agua. Se debe contar con un especialista en comunicación para la planificación conceptual, redacción de guiones y la coordinación integral del contenido para garantizar un mensaje claro y adaptado a la audiencia, que actúe como el puente entre la estrategia de comunicación y el lenguaje, asegurando que el objetivo del programa se cumpla con eficacia.
Producto 3: Producción y difusión de 2 ediciones radiales (3 y 4)	El/la proveedor/a deberá entregar, dentro de los plazos establecidos, los guiones o pautas radiales de las dos (2) ediciones radiales, así como las grabaciones finales y los recursos utilizados en su producción, conforme al cronograma previsto. Los guiones deben contener la estructura y los contenidos temáticos de cada edición, incluyendo las preguntas para las entrevistas, los temas a tratar, y las secciones que componen la edición radial (introducción, desarrollo, conclusiones, etc.). Las pautas deben asegurar que la información sea clara, accesible y relevante para el público general, asegurando además el uso de un lenguaje inclusivo. La grabación de las 2 ediciones radiales, emitidos en un mes, deben incluir entrevistas con Integrantes de la ILA-DIS, Comité de gestión distrital de las JASS, especialistas y testimonios de usuarios y usuarias finales del servicio Las ediciones radiales deben contar con una duración adecuada, respetar los estándares de calidad establecidos y ser retransmitidos en las 2 emisoras acordadas del distrito de la Arena, a la vez que debe guardar los cuidados correspondientes con la reglamentación vigente respecto a derechos de autor. Cada edición radial debe contar con otros recursos publicitarios que promuevan la escucha del mismo, como spots, post de redes sociales, tiktoks u otros. Estos materiales deben ser diseñados por especialista en comunicación para ampliar el alcance del programa radial, alcanzar audiencias más amplias (incluyendo el entorno digital) y reforzar los mensajes clave relacionados con la buena gestión del agua y la participación de las mujeres y jóvenes en la gestión del agua. Se debe contar con un especialista en comunicación para la planificación conceptual, redacción de guiones y la coordinación integral del contenido para garantizar un mensaje claro y adaptado a la audiencia, que actúe como el puente entre la estrategia de comunicación y el lenguaje, asegurando que el objetivo del programa se cumpla con eficacia.
Producto 4: Informe final	El/la proveedor/a deberá entregar un informe final que sistematice el proceso de producción y difusión del programa radial, los resultados obtenidos (alcance, audiencia, impacto en el público objetivo), y una evaluación de la calidad de los contenidos. El documento debe contemplar los siguientes anexos:



	- Guiones y pautas de contenido de las 4 ediciones radiales. - Registro de entrevistas y contenidos - Materiales de difusión complementarios - Métricas de alcance
--	---

8. Insumos para el desarrollo de los servicios

El CIPCA proporcionará los siguientes insumos:

- ✓ Información técnica validada sobre la participación de las mujeres en la gestión comunitaria del agua.
- ✓ Listado y contactos de actores clave (Integrantes de IAL-DIS, Comité de gestión JASS y usuarios/as).

9. Cualificaciones de la empresa consultora.

Equipo profesional especializado, que realice las siguientes tareas como mínimo:

- ✓ Productor/a o coordinador/a del programa radial.
- ✓ Especialista en comunicación
- ✓ Periodista con experiencia en entrevistas y enfoque de gestión sostenible del recurso hídrico.
- ✓ Técnico/a de sonido y edición.

Conocimientos en:

- Manejo de redes sociales: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, etc.
- Diseño básico: uso de Canva, Photoshop o Illustrator para piezas gráficas.
- Edición audiovisual: edición básica en Premiere, y otros programas de edición radial.
- Copywriting y storytelling: técnicas de redacción persuasiva y narrativa de marca.
- Redacción radial y periodística, para mensajes claros, cercanos y comprensibles.
- Locución: Usar un tono humano y sensible que conecte con distintos públicos (jóvenes, comunidades, aliados, donantes).

Insumos logísticos y operativos

- ✓ Estudio de grabación o espacios adecuados para la producción de los programas radiales (propios o de terceros).
- ✓ Equipos técnicos: grabadoras digitales, micrófonos, consolas, computadoras y software de edición de audio.
- ✓ Emisoras radiales aliadas o convenios para la difusión de los programas.
- ✓ Plataformas digitales para la publicación y almacenamiento de los contenidos (web institucional, redes sociales, repositorios).

10. Plazos del servicio y condiciones de pago

El presente servicio se desarrollará en un plazo de 65 días calendario, contados a partir de la suscripción del contrato.

Productos	Período de entrega del producto	% del total a pagar por producto
Producto 1. Plan de trabajo aprobado.	5 días calendario a partir de la firma del contrato.	10%
Producto 2: Producción y difusión de 2 ediciones radiales (1y 2)	30 días calendario a partir de la firma del contrato.	40%



Producto 3: Producción y difusión de 2 ediciones radiales (3 y 4)	60 días calendario a partir de la firma del contrato.	40%
Producto 4: Informe final.	65 días calendario a partir de la firma del contrato.	10%

Supervisión y conformidad

La supervisión de la realización de la consultoría está a cargo de Karen Calle. Los productos, además, serán revisados por el coordinador del proyecto y coordinador del programa, la directora de la unidad de gestión de conocimientos, y el director territorial. El director territorial será el responsable de emitir la conformidad final.

11. Presentación de propuestas

La presentación de las propuestas técnica y económica será a todo costo, incluyendo materiales, honorarios, impuestos de ley. Estas propuestas se recibirán debidamente firmadas, hasta el jueves 15 de octubre del 2026.

El monto presupuestado para la presente consultoría de S/. 7,200.00.

Las propuestas técnicas y económicas deben ser presentadas a e-mail mgallo@cipca.pe (Mirian Gallo), con copia a egallardo@cipca.pe (Emma Gallardo) y phinostroza@cipca.pe (Pedro Hinistroza). Consultas sobre el TdR se pueden plantear a email kcalle@cipca.pe (Karen Calle), durante el plazo de la convocatoria.

Cronograma de selección

Actividades	Fecha
Presentación de convocatoria	21 de octubre
Presentación y recepción de propuestas	Hasta el 04 de noviembre
Evaluación y selección de propuestas	06 de noviembre
Elaboración y firma de contrato	10 de noviembre

Los y las interesadas deben contar con factura electrónica, cuenta bancaria a nombre de la empresa, cuenta de detracciones y la ficha RUC debe contener entre sus actividades el servicio para el que postula el proveedor.

Se debe adjuntar el CV resumido de no más que 5 páginas, documento que acredite la experiencia específica del/de la empresa consultora, informando sobre las calificaciones requeridas e indicando nombre y correo electrónico de 2 personas de referencia.

Los documentos mínimos necesarios para una propuesta son:

Propuesta técnica y cronograma de actividades principales

Propuesta económica detallada a todo costo

CV resumido de la empresa que acredite la experiencia.

Nombre y correo electrónico de personas de referencia

Consideraciones a tener en cuenta

1.- Las personas que participen del presente servicio por parte del consultor/a **no deberán tener antecedentes de denuncias por hostigamiento o acoso sexual** laboral, acciones discriminatorias o actos de violencia de género. Esta condición deberá constar en una declaración jurada y será verificada en el marco de la debida diligencia previa a la firma del contrato.