

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Contratación de Agencia de Publicidad para la Ejecución de la Estrategia de Comunicación del Galápagos Life Fund (GLF)

1. Antecedentes

El Galapagos Life Fund se estableció como una corporación sin fines de lucro, para el manejo de fondos disponibles para la conservación a través de una conversión de deuda por naturaleza, por medio de un decreto Presidencial No. 735, fechado el 9 de mayo de 2023. El fondo es un mecanismo financiero local para canalizar estos fondos privados de conservación, generados a través de la transacción y el financiamiento adicional recaudado de otras fuentes, con el fin de apoyar los esfuerzos de conservación.

En diciembre de 2023, GLF se registró formalmente en la República del Ecuador como una organización sin fines de lucro en virtud de un acuerdo con el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (MREMH), para cumplir con su objetivo principal de promover el sostenimiento, crecimiento y seguridad del capital natural de las Islas Galápagos y sus ecosistemas a través del otorgamiento de subvenciones y la entrega de fondos para proyectos ambientales y de desarrollo sostenible.

La Junta Directiva del Fondo está compuesta por once miembros, de los cuales cinco asientos están ocupados por representantes del gobierno (Ministerios de Ambiente, Defensa, Relaciones Exteriores, Producción y Pesquerías, y el Consejo de Gobierno de Galápagos) y seis asientos están ocupados por miembros de la sociedad civil (representados inicialmente por Ocean Finance Company, Ledunfly Foundation, la Universidad de San Francisco, una asociación pesquera con sede en Galápagos, la Cámara de Turismo de Galápagos (CAPTURGAL) y The Pew Charitable Trusts).

El GLF proporcionará apoyo financiero y promoverá el mantenimiento, crecimiento y la seguridad del capital natural de las Islas Galápagos y sus ecosistemas marinos mediante la concesión de subvenciones o el financiamiento de proyectos relevantes de desarrollo ambiental y social por parte de organizaciones, agencias gubernamentales y otras entidades, relacionados a temas de biodiversidad, sociales, económicos, de sostenibilidad y cambio climático, y mediante la promesa de activos para asegurar préstamos y otras obligaciones en cumplimiento del propósito.

2. Objetivo principal

Implementación de la estrategia de comunicación del GLF a largo plazo, dirigido a público local, nacional e internacional, asegurando la coherencia, creatividad y efectividad en las

campañas publicitarias y la difusión de los mensajes clave, tanto en plataformas digitales como en medios tradicionales, para diversos públicos objetivo.

3. Responsabilidades

- Desarrollar e implementar campañas publicitarias de alto impacto que posicione al GLF como un actor clave en la conservación marina de Galápagos.
- Diseñar y producir materiales de comunicación que refuercen la identidad visual y las acciones del GLF.
- Apoyo en la gestión de las redes sociales del GLF y otros canales digitales, optimizando el alcance y la interacción con la audiencia.
- Crear contenido adaptado a los diferentes segmentos de público objetivo definidos en la estrategia de comunicación, como donantes, empresas, comunidades locales, jóvenes, y autoridades gubernamentales. Las piezas gráficas (anuncios, animaciones, fotografías, videos etc.) y los contenidos de alta calidad y ajustadas a cada plataforma digital deberán ser en inglés y español.
- Planificar y medir el desempeño de las campañas comunicacionales relacionadas con los proyectos y subvenciones del GLF.
- Coordinar con la oficial de comunicación la organización de reuniones, talleres, y otros, que sean parte de la estrategia de GLF.
- Establecer un sistema de retroalimentación constante para ajustar y mejorar las estrategias de comunicación.
- Implementar un calendario editorial para la planificación de publicaciones en redes sociales y otros medios.
- Monitorear los medios locales y nacionales sobre temas relacionados con el GLF.

4. Alcance de los Servicios

La agencia seleccionada deberá cumplir con las siguientes actividades:

- **Diseño gráfico y producción de materiales:**

Crear piezas gráficas, tanto físicas como digitales, tales como infografías, brochures, rollups, anuncios publicitarios y contenido para redes sociales, que refuercen la identidad corporativa del GLF.

Desarrollar un boletín trimestral.

Producir videos animados explicativos.

- **Gestión de medios digitales:**

Implementar y gestionar campañas en redes sociales (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Youtube), optimizando recursos para maximizar el impacto en la audiencia objetivo.

- **Organización de eventos (online y offline) y ferias:**

Apoyar en la planificación y ejecución de eventos clave, tales como foros públicos (2 por año), webinarios (2 por año), talleres y seminarios, tanto en formato online como presencial.

Participar en la coordinación de un evento de puertas abiertas anual ("open house"), y talleres previos a las convocatorias de proyectos (2 veces por año).

- **Monitoreo y evaluación:**

Realizar un seguimiento continuo de las métricas de las campañas, presentando informes mensuales que detallen el alcance, la interacción y la efectividad de las acciones realizadas.

5. Duración del Contrato

El contrato con la agencia seleccionada tendrá una duración de **12 meses**, con posibilidad de renovación en base a los resultados obtenidos y las necesidades futuras del GLF.

6. Perfil de la Agencia

La agencia de publicidad debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Experiencia demostrable en campañas de comunicación para organizaciones sin fines de lucro o entidades relacionadas con el medio ambiente y la sostenibilidad.
- Capacidad creativa y técnica para la producción de materiales gráficos y audiovisuales.
- Conocimiento y manejo de plataformas digitales y redes sociales.

- Un equipo multidisciplinario que incluya expertos en comunicación, diseño gráfico, marketing digital y relaciones públicas.
- Experiencia previa trabajando en proyectos relacionados con la conservación o en Galápagos es deseable.
- Certificaciones o premios en comunicación o publicidad son un plus.

7. Propuesta Técnica y Económica

La agencia deberá presentar una propuesta que incluya los siguientes elementos:

- **Propuesta técnica:** Plan de cómo ejecutarán la estrategia de comunicación del GLF, incluyendo cronograma de actividades, herramientas a utilizar, y estrategias para alcanzar los objetivos.
- **Propuesta económica:** Detalle de los costos asociados a las actividades propuestas, incluyendo honorarios de la agencia, costos de producción y pautas publicitarias.

8. Entregables

- Plan de medios y cronograma de actividades.
- Piezas gráficas, audiovisuales y de comunicación editables.
- Un boletín trimestral.
- Videos explicativos animados
- Campañas en redes sociales con informes mensuales de resultados con métricas clave (alcance, impresiones, interacciones).
- 3 Foros públicos anuales presenciales y dos webinars.
- 3 Talleres anuales previos a las convocatorias de proyectos.
- Informes de mejora continua basadas en el análisis de resultados.
- Todos los productos deben ser entregados en inglés y español.

9. Supervisión y Coordinación

La agencia de publicidad trabajará en estrecha coordinación con el Oficial de Comunicación del GLF, quien será responsable de supervisar y aprobar las actividades y

entregables de la agencia. Todos los reportes e informes deberán ser entregados directamente al Especialista en Comunicación para su revisión y retroalimentación.

10. Criterios de Evaluación de Propuestas

- Experiencia y Referencias 25%
- Calidad de la Propuesta Técnica 30%
- Evaluación del perfil, experiencia y capacidades del equipo asignado al proyecto 20%
- Propuesta Económica 25%

Todos los productos deben desarrollarse en inglés y español de acuerdo con los objetivos.

11. Confidencialidad de la Información

La agencia de publicidad seleccionada se compromete a mantener la confidencialidad de toda la información y documentación a la que tenga acceso durante la ejecución de sus actividades relacionadas con el Galápagos Life Fund (GLF). Esto incluye, pero no se limita a, datos sensibles, estrategias de comunicación, informes y cualquier otra información considerada confidencial por el GLF.

Cada miembro del equipo de la agencia deberá firmar un convenio de confidencialidad antes de iniciar cualquier trabajo para el GLF. La divulgación de esta información a terceros sin el consentimiento previo por escrito del GLF será motivo de rescisión del contrato y podrá conllevar acciones legales.

12. Plazo para la Presentación de Propuestas

Las propuestas deben enviarse hasta **el 5 de noviembre de 2024** al correo electrónico **info@glf.org.ec**, indicando en el asunto: **Propuesta Agencia de Publicidad – GLF**.