

CONVOCATORIA

CONCEPTO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA EL PROYECTO EUROPEO GLOBAL DISTRICTS MEDIANTE UN PROCESO DE COCREACIÓN

CLIENTE (entidad contratante)

- **ABD Associació Benestar i Desenvolupament (Esp)** <https://abd.org/>

CONTACTO: mcreixell@abd-ong.org, mfancelli@abd-ong.org,
abel.ruiz@abd-ong.org

CONTEXTO DEL PROYECTO

Desde la Asociación Bienestar y Desarrollo implementamos el proyecto [GLOBAL DISTRICTS](#), que tiene como objetivo proporcionar actividades prácticas, formación y apoyo con tal de empoderar a la juventud, profesionales del mundo educativo, asociaciones juveniles y responsables de decisiones públicas en la **promoción de la educación inclusiva para la ciudadanía global y la igualdad de género**. A través de actividades prácticas, proyectos comunitarios y financiación de iniciativas, el proyecto busca crear una población joven más inclusiva, empoderada y con capacidad de participación y decisión en los espacios de participación cívica, contribuyendo activamente a abordar los desafíos globales.

OBJETIVO DE LA CONVOCATORIA

La presente propuesta se desarrolla en el marco de las actividades con jóvenes que se implementan en la ciudad de El Prat de Llobregat vinculadas al proyecto Global Districts. Su objetivo es **dinamizar y co-crear**, junto a un grupo de **jóvenes de 15 años**, una **campana de comunicación** en la que participen activamente tanto en la **conceptualización como en la producción de contenidos y en la difusión de los mismos**. A través de este proceso, se abordarán las temáticas de **alimentación, sostenibilidad y crisis climática**, conectándolas con las realidades que los jóvenes pueden identificar en su entorno —en el territorio, en [La Botiga](#) y en las redes sociales— desde una perspectiva tanto local como global.

La campaña debe recoger las necesidades e intereses de **525 jóvenes** (de los cuales **250 mujeres**) en relación a estas temáticas y llegar a **369.788 ciudadanos de la Unión Europea**.



Sesiones y fechas

Se prevén entre **siete y diez sesiones presenciales de co-creación de dos horas de duración** entre el **14 de abril y el 15 de junio de 2026** (fechas aproximadas), destinadas al diseño y desarrollo de la campaña. Las sesiones tendrán lugar de 15:30 a 17:30h en [La Botiga del Prat](#).

Las primeras sesiones estarán centradas en la elaboración conjunta del plan de comunicación, que servirá como base para el trabajo de creación y difusión de contenidos en las sesiones posteriores.

- **Sesión 1 (14/04).** Co-creación del plan de comunicación: definición de la campaña y temáticas de interés.
- **Sesión 2 (21/04).** Creación de contenidos.
- **Sesión 3 (05/05).** Creación de contenidos.
- **Sesión 4 (12/05).** Creación de contenidos.
- **Sesión 5 (19/05).** Creación de contenidos.
- **Sesión 6 (26/05).** Creación y difusión de contenidos.
- **Sesión 7 (02/06).** Difusión y cierre de los contenidos.
- **Sesiones 8-10:** PDC

Las fechas, contenidos y metodología de las sesiones se confirmarán y cerrarán con las personas jóvenes participantes y la agencia.

ESTILO Y TONO

Es fundamental que el estilo y el tono de la campaña se alineen con los principios y la identidad del proyecto, teniendo en cuenta que se trata de una iniciativa co-creada por jóvenes para llegar a otros jóvenes, abordando temas globales como la alimentación, la sostenibilidad y la crisis climática.

En este sentido, se recomienda utilizar:

- **Mensajes e imágenes que den voz a las personas jóvenes**, destacando su capacidad para ser protagonistas activos de su propio desarrollo y de los cambios sociales.
- Una **comunicación basada en el concepto de justicia social**, evitando enfoques sensacionalistas o basados en la compasión.
- Un **lenguaje cercano, no paternalista y alejado del asistencialismo**.

En cuanto a los formatos, se podrán utilizar imágenes reales en vídeos o piezas gráficas, así como otros recursos comunicativos como ilustraciones, animaciones, artículos o infografías.

Todos los materiales deberán respetar la identidad visual del proyecto, incluyendo el uso correcto de logotipos de todas las partes (proyecto, entidades, administraciones...), así como cumplir con la normativa de protección de datos (RGPD), los derechos de propiedad intelectual y las normas de visibilidad de la Unión Europea.

TERRITORIO Y CANALES DEL PROYECTO

La campaña se incluye dentro de una iniciativa europea, en la que diferentes países implementan la campaña en sus territorios. En el caso de España, el territorio de implementación será la ciudad de **El Prat de Llobregat**, con la intención de difundir sus contenidos tanto dentro como fuera del municipio.

Actualmente, los canales disponibles del proyecto para la difusión son las redes sociales de **La Botiga** (@labotigaelpat) y **ABD** (@abd_ong) en Instagram, X, Facebook, LinkedIn, página web, podcast...

En el marco del proceso de co-creación, se prevé que el grupo de jóvenes pueda **valorar y decidir, teniendo en cuenta los indicadores de la campaña y los mensajes que quieran transmitir, cuáles son los canales más adecuados para la difusión.**

IDIOMA

Los materiales de la campaña se desarrollarán en catalán/castellano.

PRODUCTOS ESPERADOS

- Propuesta de metodología de dinamización/ participación
- Plan de comunicación de la campaña
- Contenidos de la campaña
- Plan de difusión de la campaña
- Informe final con el impacto alcanzado

ACTIVIDADES

La Agencia/consultora deberá, como mínimo:

- Asistir a las sesiones de cocreación con la juventud
- Guiar a las personas jóvenes en el proceso de elaboración conceptual de la campaña (temáticas, mensajes, tipo de contenidos, públicos, canales...)
- Crear junto a las personas jóvenes los contenidos necesarios para la campaña digital (vídeos, imágenes, audios o el formato que se considere adecuado)
- Planear junto a las personas jóvenes la difusión de los contenidos en los canales seleccionados y formatos adecuados (canales digitales y/o físicos).
- Seguir las guías de la agencia coordinadora de la campaña a nivel europeo para adaptarlas a la implementación local.

- Amplificar el abasto de las herramientas ya activas en el proyecto, concretamente de la encuesta para recoger las necesidades e intereses de **525 jóvenes** (de los cuales **250 deben ser mujeres**).

OFERTA ECONÓMICA

El importe máximo disponible para el servicio es de **10.000 (IVA incluido)**.

Este importe incluirá todos los requisitos y materiales técnicos para desarrollar las actividades; los honorarios para la conceptualización, creación y difusión de la campaña; impuestos y gastos de transporte.

PLAZOS

- Presentación de candidaturas: del 16 de marzo al 30 de abril de 2026
- Comunicación de resultados: A partir del 2 de abril
- Reunión de arranque: Semana del 6 de abril
- Inicio de la actividad de co-creación: 14 de abril de 2026

REQUISITOS DEL PROVEEDOR

- Experiencia en creación de campañas con jóvenes
- Disponibilidad para asistir a las sesiones de cocreación y cumplir con los plazos establecidos

PRESENTACIÓN A LA OFERTA

Los proveedores interesados deberán presentar:

- Breve briefing: ejemplo de metodología de dinamización y cocreación de la campaña.
- Presupuesto detallado del servicio
- Ejemplos previos de campañas similares

Contacto

Enviar propuestas a: mcreixell@abd-ong.org; abel.ruiz@abd-ong.org;
mfancelli@abd-ong.org