



**Procés de contractació per
la realització de l'estratègia
comunicativa de l'FCTC
2027-2030 sota la modalitat
de concurs**

PROCÉS DE CONTRACTACIÓ PER LA REALITZACIÓ DE L'ESTRATÈGIA COMUNICATIVA DE L'FCTC 2027-2030 SOTA LA MODALITAT DE CONCURS

Descripció de l'encàrrec

La Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya (FCTC) busca una cooperativa especialitzada en estratègia i comunicació que s'encarregui de l'elaboració de l'**Estratègia Comunicativa de l'FCTC per al període 2027-2030**, un instrument estratègic que permeti definir el posicionament comunicatiu de la Federació, construir un relat compartit sobre el cooperativisme de treball, reforçar el vincle amb les cooperatives federades i incrementar el coneixement i el reconeixement social del model cooperatiu.

L'objecte de la present contractació és la realització d'un procés de diagnosi, reflexió estratègica i planificació comunicativa que culmini en una estratègia de comunicació per al període 2027-2030. Aquesta haurà de partir de la realitat actual de la Federació, de la seva missió i dels seus objectius, de les necessitats dels diferents grups d'interès i dels reptes comunicatius del cooperativisme de treball, i es concretarà en unes línies estratègiques, uns objectius, uns públics prioritaris, uns missatges clau i un pla d'acció que orientin l'activitat comunicativa de l'FCTC durant els pròxims quatre anys.

Un dels principals reptes de l'estratègia és **construir un relat sobre el cooperativisme de treball** que en transmeti el valor diferencial i que permeti adaptar els conceptes, els missatges i el llenguatge als diferents grups d'interès, com ara les cooperatives, el talent, els clients, les persones col·laboradores, els inversors i altres agents rellevants. Aquest relat haurà de respondre a diferents objectius comunicatius, com ara la incidència política, la interlocució amb els entorns socioeconòmics, la representació del sector i la projecció pública del model cooperatiu. Alhora, haurà de contribuir a **generar sentiment de pertinença i fidelització a la Federació**, reforçant el vincle amb les cooperatives federades, fent visible el valor que aporta l'FCTC i consolidant-la com un espai de representació, participació, connexió i enfortiment del cooperativisme de treball.

L'estratègia també haurà de contribuir a **difondre el cooperativisme de treball com un model innovador, eficient, transformador, divers i amb impacte socioeconòmic**, posant en valor la seva capacitat de generar activitat econòmica sostenible, ocupació de qualitat, participació democràtica i transformació social. Aquesta comunicació haurà de reflectir la diversitat del sector des d'una perspectiva sectorial, territorial, diversa i interseccional, fent visibles les diferents realitats, experiències i aportacions de les cooperatives i mostrant la capacitat del model cooperatiu per donar resposta als reptes actuals del món del treball i de l'economia.

Així mateix, l'estratègia haurà de tenir en compte la posició de l'FCTC dins l'ecosistema cooperatiu català i la seva relació amb altres actors, com CoopCat, les altres federacions de cooperatives, Bloc4, CoopMedia i altres agents i iniciatives de referència. Caldrà identificar oportunitats de col·laboració, complementarietat i treball conjunt, així com establir criteris per

garantir la coherència dels relats compartits, evitar duplicitats i reforçar el posicionament específic de la Federació i les particularitats del cooperativisme de treball. Aquesta dimensió relacional haurà de permetre identificar sinergies comunicatives i contribuir a una projecció més coordinada i efectiva del conjunt del moviment cooperatiu, sense perdre de vista la identitat, les funcions i els objectius propis de l'FCTC.

Des de la Federació considerem necessari que l'elaboració de l'estratègia parteixi d'una comprensió profunda de la seva realitat, dels seus objectius i prioritats, dels públics amb què es relaciona i de les característiques i els reptes del cooperativisme de treball. Per aquest motiu, el procés haurà de combinar l'anàlisi de la comunicació actual amb la recollida d'informació i la contrastació amb els equips i les persones clau de la Federació i, si escau, amb una representació de les cooperatives federades i altres agents rellevants. La cooperativa adjudicatària haurà d'aportar expertesa en planificació estratègica de la comunicació, diagnosi comunicativa, construcció de relats, identificació de públics, definició de posicionaments i missatges, planificació d'accions i establiment d'indicadors d'avaluació.

Abast dels treballs

- Anàlisi de la situació comunicativa actual de l'FCTC.
- Identificació de les necessitats, els reptes i les oportunitats de millora en l'àmbit de la comunicació.
- Definició dels objectius i les línies estratègiques de comunicació per al període 2027-2030.
- Identificació i priorització dels diferents públics d'interès de la Federació.
- Construcció del relat comunicatiu de l'FCTC i del cooperativisme de treball.
- Definició dels missatges clau i adaptació dels conceptes, el llenguatge i els continguts als diferents públics, contextos i objectius comunicatius.
- Definició del posicionament comunicatiu de la Federació i dels elements que contribueixen a diferenciar-la i reforçar-ne el reconeixement.
- Identificació d'estratègies per generar sentiment de pertinença i fidelització de les cooperatives federades.
- Definició d'estratègies per difondre el cooperativisme de treball com un model innovador, eficient, transformador, divers i amb impacte socioeconòmic.
- Anàlisi de les relacions comunicatives amb els principals actors de l'ecosistema cooperatiu, com CoopCat, les altres federacions de cooperatives, Bloc4, CoopMedia,... per identificar sinergies, complementarietats i oportunitats de col·laboració.
- Revisió dels canals, les eines i les accions de comunicació existents, amb identificació de possibles millores i noves oportunitats.

- Elaboració d'un pla d'acció per al període 2027-2030, amb actuacions prioritzades i un calendari orientatiu d'implementació.
- Definició d'indicadors de seguiment i avaluació per mesurar l'assoliment dels objectius i els resultats de les accions comunicatives.
- Elaboració i presentació del document final de l'estratègia comunicativa en formats editables, per facilitar-ne el desplegament, el seguiment i l'actualització per part de la Federació.

El resultat haurà de ser una **estratègia comunicativa clara, coherent, operativa i adaptable**, que serveixi de full de ruta per a la Federació durant el període 2027-2030 i que permeti orientar la presa de decisions, coordinar les actuacions comunicatives i reforçar el posicionament de l'FCTC. L'estratègia haurà de concretar què vol comunicar la Federació, a qui s'adreça, amb quina finalitat, des de quin posicionament i amb quins missatges, garantint que la comunicació esdevingui una eina al servei dels seus objectius estratègics, de la fidelització de les cooperatives federades i de la visibilització del cooperativisme de treball com a model econòmic i social.

Condicions de l'execució de l'encàrrec

La feina es farà sota la coordinació de la persona responsable de l'àrea de comunicació de la Federació, que serà la persona referent i de contacte en totes les etapes de l'encàrrec. Aquesta mateixa persona és qui validarà la proposta d'estil, coordinarà i supervisarà els continguts i l'execució de les feines.

Calendari aproximat

La cooperativa escollida començarà a treballar el mes de desembre de 2026.

Requisits exigits pel que fa a l'experiència de la cooperativa i a l'equip de treball

La cooperativa haurà d'acreditar experiència en l'àmbit de la comunicació estratègica, la construcció de relats i el desenvolupament d'estratègies de posicionament i visibilització d'organitzacions, preferentment en l'àmbit de l'economia social i solidària, el cooperativisme o altres models empresarials amb impacte social.

Es valorarà especialment l'experiència en projectes que hagin combinat la definició estratègica de la comunicació amb el coneixement dels diferents públics, la construcció de narratives compartides i el disseny de plans d'acció orientats a objectius concrets.

La proposta haurà d'identificar les persones que formaran part de l'equip de treball, especificant-ne els perfils professionals, l'experiència rellevant, les responsabilitats dins del projecte i la dedicació prevista, així com la persona responsable de la coordinació i de la interlocució amb la Federació.

En aquest sentit, es valoraran els aspectes següents:

- Experiència acreditada en l'elaboració d'estratègies de comunicació per a organitzacions, entitats o projectes.

- Experiència en la definició de posicionaments comunicatius, la construcció de relats, la identificació de missatges clau i l'adaptació dels continguts a diferents públics d'interès.
- Coneixement de l'economia social i solidària, del cooperativisme i, preferentment, del cooperativisme de treball a Catalunya.
- Experiència en projectes de comunicació orientats a reforçar la identitat, el posicionament públic, la visibilitat i el sentiment de pertinença a una organització.
- Experiència en el disseny de plans d'acció comunicatius, la planificació de canals i accions i la definició d'indicadors de seguiment i avaluació.
- Competències en narrativa de marca, construcció de relats, definició de missatges clau i adaptació del llenguatge a diferents públics, contextos i objectius comunicatius.
- Coneixement dels canals i les eines de comunicació, especialment en l'àmbit digital, i capacitat per valorar-ne l'adequació als objectius de l'organització.
- Capacitat d'anàlisi de l'entorn, identificació d'oportunitats de posicionament i comprensió de les relacions entre organitzacions i agents d'un mateix ecosistema.
- Experiència en projectes que hagin requerit coordinar missatges i accions entre diferents organitzacions o agents, especialment en entorns associatius, federatius o de representació sectorial.
- Capacitat per traduir els resultats de la diagnosi i la reflexió estratègica en propostes concretes, prioritzades i aplicables, i per elaborar documents estratègics clars, coherents i operatius.

Pressupost disponible

La Federació disposa d'un pressupost màxim de 7.000 € (IVA no inclòs) per la totalitat de l'encàrrec detallat anteriorment.

Presentació:

Cal enviar la proposta a comunicacio@cooperativestreball.coop amb assumpte "Proposta estratègica comunicació:

Proposta que ha de contemplar:

- Proposta metodològica, detallant l'enfocament plantejat per a l'elaboració de l'Estratègia Comunicativa de l'FCTC 2027-2030, les fases del projecte, les metodologies de diagnosi i recollida d'informació, i el sistema de coordinació i validació amb la Federació.
- Proposta de diagnosi comunicativa, incloent-hi l'enfocament previst per analitzar la situació comunicativa actual de l'FCTC, els canals i les eines existents, el seu posicionament i els principals reptes i oportunitats de millora.

- Proposta de construcció del relat i posicionament estratègic, detallant com es planteja construir un relat sobre el cooperativisme de treball i sobre la Federació, definir-ne els elements diferencials i els missatges clau, i adaptar els conceptes i el llenguatge als diferents públics i objectius comunicatius. La proposta haurà de tenir en compte els objectius de visibilització del cooperativisme de treball, de generació de sentiment de pertinença i fidelització a la Federació, i de reforç de la seva capacitat d'incidència i interlocució.
- Proposta de segmentació de públics i estratègia de canals, explicant els criteris previstos per identificar i prioritzar els diferents grups d'interès, així com les estratègies, els canals i les accions comunicatives més adequats per relacionar-s'hi i assolir els objectius establerts.
- Proposta de pla d'acció i avaluació, detallant com es concretaran les línies estratègiques en actuacions prioritzades per al període 2027-2030, amb un calendari orientatiu d'implementació, criteris de priorització, necessitats de recursos i indicadors de seguiment i avaluació dels resultats.
- Resultats i materials previstos, especificant l'estructura i els continguts del document final de l'estratègia comunicativa, els materials complementaris que es lliuraran i els formats editables previstos per facilitar-ne el desplegament, el seguiment i l'actualització per part de la Federació.
- Calendari d'execució, amb un cronograma detallat que reculli les diferents fases del projecte, les tasques previstes, els terminis d'execució, els espais de treball i validació amb la Federació i les dates previstes de lliurament dels resultats.
- Equip de treball, identificant les persones assignades al projecte, els seus rols, la dedicació prevista i l'experiència en estratègia de comunicació.
- Presentació de la cooperativa, incloent-hi la seva trajectòria, l'experiència en projectes similars, les referències d'estratègies o plans de comunicació elaborats i els elements diferencials que aportin valor a la proposta.
- Pressupost detallat, amb el desglossament de les diferents partides associades al servei, especificant els costos previstos per a cada fase o tasca i la dedicació estimada de l'equip de treball.

Data límit per presentar les propostes

Dijous 26 de novembre de 2026 a les 14.00h

Per qualsevol dubte o aclariment, contacteu amb comunicacio@cooperativestreball.coop

D'acord amb el "Procediment i criteris d'adjudicació per a la contractació de serveis a tercers" de la Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya, un cop valorada i escollida la proposta guanyadora, us comunicarem la resolució final per correu electrònic.

Valoració de propostes

La decisió sobre l'adjudicació la prendrà una comissió tècnica integrada per un mínim de 3 persones: membre del CR, la direcció de la Federació i una persona de l'equip tècnic "experta" en la matèria; de forma consensuada d'acord amb els continguts de les propostes rebudes i uns criteris de valoració vinculats a un sistema de puntuació on la puntuació màxima és de 100 punts:

1. Qualitat tècnica de la proposta (objectius, metodologia, accions, calendari i previsió d'impacte): màxim 45 punts.
2. Experiència de la cooperativa o cooperatives en projectes similars: màxim 15 punts.
3. Adequació de l'equip professional a les accions a desenvolupar: màxim 15 punts.
4. L'entitat candidata a proveir el servei és una cooperativa de treball federada: 5 punts.
5. L'entitat candidata participa a la Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya (assemblea, baròmetre, sectorial, grup per sector d'activitat, formacions, cafès,...): màxim 10 punts.
6. L'entitat candidata disposa de:
 - Mesures de sostenibilitat ambientals aplicades al projecte: màxim 5 punts.
 - Pla d'igualtat: màxim 3 punts.
 - Protocol d'assetjament per a la prevenció i abordatge de les violències masclistes i LGTBI-fòbiques en l'àmbit laboral: màxim 2 punts.