

CONVOCATORIA

CONCEPTO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOBRE PERSPECTIVAS DE GÉNERO PARA EL PROYECTO EUROPEO GLOBAL DISTRICTS

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 del proyecto Global Districts y tiene como objetivo contratar una agencia o consultora especializada para el diseño y desarrollo de una campaña de sensibilización sobre género dirigida principalmente a población joven.

La campaña será coordinada por ABD como partner responsable de su implementación y deberá desarrollarse con una perspectiva europea, de manera que pueda ser replicada y adaptada en los siete partners participantes en la campaña.

La campaña deberá construirse a partir de un enfoque inclusivo, capaz de recoger la diversidad de experiencias, identidades y perspectivas relacionadas con el género a partir de la información extraída por el partner coordinador. Se busca desarrollar una campaña



que conecte con las experiencias cotidianas de las personas jóvenes y que genere reconocimiento, conversación y reflexión, evitando un enfoque excesivamente institucional, didáctico o polarizante.

A partir del trabajo realizado con los diferentes partners del proyecto, se han identificado **tres grandes ámbitos temáticos** que pueden servir como punto de partida para el desarrollo creativo de la campaña:

- Diversidad y perspectivas culturales sobre el género.
- Autoidentificación y roles de género, incluyendo las expectativas sociales y los cánones de belleza.
- Género y espacio público, abordando cuestiones como la visibilidad, la seguridad, la inclusión y las diferentes formas en que las personas jóvenes experimentan y ocupan los espacios públicos.

Estos ámbitos deberán entenderse como puntos de entrada a una conversación más amplia sobre **género y diversidad**, y no como categorías cerradas. La campaña deberá ser capaz de mostrar que existen múltiples experiencias y posiciones y que el género no puede reducirse a una concepción única y cerrada.

El proyecto busca, por tanto, una propuesta creativa que haga visibles estas diferentes realidades y que permita a las personas jóvenes identificarse, cuestionar ideas preconcebidas y participar en la conversación.

El objetivo de la campaña es alcanzar a un total de 1.546 jóvenes entre los siete partners que conforman el proyecto. Este objetivo incluye tanto a los jóvenes que participen activamente en la elaboración de materiales de la campaña como a aquellos a quienes se sensibilice a través de su difusión digital, contabilizados mediante impresiones e interacciones en redes sociales.

ESTILO Y TONO

La campaña deberá adoptar un estilo cercano a las personas jóvenes y alejado de una comunicación institucional o excesivamente pedagógica.

Se busca una comunicación:

- Lúdica y dinámica
- Creativa y visualmente atractiva
- Provocadora, capaz de generar curiosidad y conversación
- Cercana y reconocible para las personas jóvenes
- Inclusiva y abierta a diferentes experiencias e identidades
- Capaz de abordar cuestiones sensibles sin caer en una comunicación polarizante o confrontativa innecesaria

La campaña no deberá plantear el género desde categorías rígidas u opuestas, sino desde la diversidad y la coexistencia de diferentes experiencias. Conceptos como la idea de entender el género como una “escala de grises” o la necesidad de “no ser invisible” pueden servir como inspiración conceptual, pero se espera que la agencia desarrolle una propuesta creativa propia.

Se valorará especialmente la capacidad de desarrollar mensajes que inviten a las personas jóvenes a reconocerse, participar en la conversación y a romper estereotipos.

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.

FORMATOS Y CANALES

En cuanto a los formatos, la agencia podrá proponer diferentes recursos en función del concepto creativo, incluyendo, entre otros:

- Vídeos cortos.
- Piezas gráficas y stickers.
- Contenidos para redes sociales.
- Podcasts o vídeo-podcast.
- Piezas de audio o radio.
- Ilustraciones, animaciones u otros formatos digitales.
- Otros formatos creativos y participativos que la agencia considere adecuados.

Se valorarán materiales y formatos que permitan diferentes formas de participación y representación, sin la necesidad de exponer a las personas participantes del proyecto.

En cuanto a los canales de difusión, Instagram se identifica como uno de los principales canales disponibles para llegar a población joven. Podrán contemplarse otros canales digitales o medios de comunicación —como TikTok, YouTube, podcasts, radio u otros— en función del contexto de cada territorio y de los contenidos que se propongan.

La agencia deberá proponer una estrategia de canales coherente con el concepto creativo y con los públicos definidos.

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

TERRITORIO Y IDIOMA

La campaña se desarrolla en el marco de una iniciativa europea implementada por diferentes organizaciones y territorios.

La propuesta deberá generar una identidad y un relato común que permita reconocer la campaña a nivel europeo, manteniendo suficiente flexibilidad para su adaptación a los diferentes contextos locales y culturales de los partners.

Los materiales de la campaña deberán desarrollarse inicialmente en inglés, garantizando la posibilidad de adaptar los materiales a los idiomas necesarios para la implementación local de la campaña, manteniendo la coherencia del concepto creativo, los mensajes y la identidad visual.

PRODUCTOS ESPERADOS

- Propuesta de concepto creativo y dirección de la campaña.
- Slogan y/o mensajes clave.
- Propuesta de identidad visual y tono de comunicación.
- Propuesta de formatos y materiales de campaña.
- Diseño y producción de los contenidos de campaña.
- Propuesta de estrategia y plan de difusión.
- Propuesta de adaptación de los contenidos a los diferentes contextos y canales.
- Informe final de las acciones realizadas y principales resultados/indicadores alcanzados.

ACTIVIDADES

La Agencia/consultora deberá, como mínimo:

- Participar en las reuniones de coordinación con el equipo del proyecto y los partners.
- Desarrollar el concepto creativo general de la campaña a partir de los objetivos y ámbitos temáticos definidos por el proyecto.
- Proponer el slogan y/o mensajes clave de la campaña.
- Desarrollar una identidad visual y un tono coherente con el concepto creativo.
- Proponer los formatos más adecuados para la campaña y explicar cómo pueden funcionar de manera complementaria.
- Diseñar y producir los contenidos teniendo en cuenta las características específicas de las plataformas y canales seleccionados.
- Incorporar diferentes formas de participación para jóvenes que no quieran aparecer públicamente o ser identificados en los contenidos.

- Proponer mecanismos creativos de participación y engagement que faciliten que las personas jóvenes no sean únicamente receptoras de los contenidos, sino que puedan participar activamente en la campaña.
- Generar una campaña y unos materiales adaptables a los diferentes contextos locales y culturales de los partners, manteniendo una identidad y narrativa común.
- Seguir las orientaciones y materiales proporcionados por la organización coordinadora del proyecto y garantizar la coherencia con la estrategia general de Global Districts.
- Proponer una estrategia de difusión que permita maximizar el alcance y la participación de la campaña.
- Coordinar con los partners la adaptación y difusión local de los materiales.

OFERTA ECONÓMICA

El importe máximo disponible para el servicio es de **15.000 (IVA incluido)**.

Este importe incluirá todos los costes asociados al desarrollo del servicio, incluyendo los honorarios de conceptualización, dirección creativa, diseño, producción de contenidos, dinamización de procesos de co-creación, adaptación de materiales, coordinación y cualquier otro recurso técnico necesario para la correcta ejecución de la campaña.

PLAZOS

- Presentación de candidaturas: del 13 de octubre al 27 de octubre del 2026
- Comunicación de resultados: 29 de octubre del 2026
- Reunión de arranque: semana del 2 de noviembre del 2026
- Desarrollo del concepto creativo: desde la semana del 2 de noviembre hasta el 1 de diciembre
- Retroacción del concepto creativo por parte de los partners: primeras dos semanas de diciembre del 2026
- Entrega del concepto creativo final: 18 de enero del 2027
- Producción de materiales por parte de los partners: del 1 de febrero al 1 de mayo de 2027
- Lanzamiento y difusión de la campaña: 1 de mayo al 31 de julio de 2027
- Finalización de la campaña: 31 de julio de 2027

REQUISITOS DEL PROVEEDOR

- Experiencia en el diseño y desarrollo de campañas de comunicación dirigidas a población joven.
- Experiencia en campañas relacionadas con género, diversidad, inclusión, derechos o justicia social.



- Capacidad para desarrollar conceptos creativos y adaptarlos a diferentes formatos y canales.
- Experiencia en comunicación digital y especialmente en contenidos para redes sociales.
- Capacidad para trabajar en contextos multiculturales y con diferentes partners.
- Capacidad para desarrollar una comunicación inclusiva, no estereotipada y sensible a la diversidad de experiencias relacionadas con el género.
- Disponibilidad para participar en las reuniones y sesiones de trabajo previstas.
- Capacidad para cumplir con los plazos establecidos.

PRESENTACIÓN A LA OFERTA

Los proveedores interesados deberán presentar:

- Breve propuesta metodológica para el proceso de conceptualización
- Propuesta inicial de enfoque creativo, incluyendo posibles líneas conceptuales, tono y formatos.
- Propuesta de estrategia de comunicación y difusión.
- Ejemplos de campañas o proyectos similares realizados anteriormente.
- Presupuesto detallado del servicio.
- Breve presentación de la agencia/consultora y del equipo que desarrollará el servicio.

Contacto

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