

Homeless Film Festival
10ª edición

12 y 13 de noviembre
2025 - Bilbao



Buenas prácticas sobre Marketing y comunicación para vincular al cliente

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:
Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.

1.- PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN- BIZITEGI



Asociación sin ánimo de lucro ubicada en Bilbao

45 años trabajando **en favor de** las personas en situación de exclusión social



- *Acompañando a las personas en sus procesos vitales* con el objetivo de que tengan un buen vivir.
- Promoviendo acciones de sensibilización y denuncia para construir una sociedad más justa e igualitaria.

2. DESCRIPCIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.

Homeless Film Festival- Proyecto clave en comunicación y marketing social

En 2025 Bizitegi celebrará la **10ª edición de Homeless Film Festival**.

Objetivos del Homeless Film Festival Bilbao

- **Acercar a la ciudadanía la realidad de la exclusión social** a través de las artes escénicas, el cine, el teatro.
- **Fomentar la sensibilización y el pensamiento crítico en el entorno educativo**, involucrando activamente al alumnado de universidades, centros escolares y de formación profesional.

3. DESARROLLO DE LA BUENA PRÁCTICA

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.

3.1.- Contexto y necesidades detectadas

- **Crecimiento del sinhogarismo:** entre 2014 y 2024, el número de personas sin hogar en Bilbao se ha multiplicado por cinco (de 112 a 605)
 - **Estigmatización/rechazo** de las personas en situación de sin hogar
 - **Incremento de los delitos de odio** hacia las personas sin hogar.
-
- ❖ Frente a esta realidad, se diseña el Homeless Film Festival como una acción comunicativa **con enfoque emocional y participativo**, donde las propias personas en situación de sinhogarismo cuentan su realidad.
 - ❖ **Referencias internacionales:** Festival de Manchester (Reino Unido). Los actores y actrices eran personas en situación de sin hogar, que narraban su experiencia mediante cortometrajes.
 - ❖ Desde 2016, Bizitegi organiza **Homeless Film Festival en Bilbao**.

3. DESARROLLO DE LA BUENA PRÁCTICA

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.



3.2. Contenidos del Festival

CINE

Taller de cortometrajes en Bizitegi



Sección Oficial de Cortometrajes



Concurso cortometrajes alumnado de la UPV/EHU y Colegios.



- Los cortometrajes seleccionados se proyectan en los centros de Bizitegi.
- El jurado formado por personas en situación de exclusión social

TEATRO



3. DESARROLLO DE LA BUENA PRÁCTICA

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.

3.3. Estrategia de Comunicación Multicanal

📺 Medios de comunicación (Televisión, radio, prensa)

🌐 Páginas web

- homelessfestival.org
- bizitegi.org



📱 Redes sociales y marketing digital

- Facebook: [@homelessfestival.org](https://www.facebook.com/homelessfestival.org) / [@Bizitegi](https://www.facebook.com/Bizitegi)
- Instagram: [@bizitegi](https://www.instagram.com/bizitegi)
- YouTube y LinkedIn: [Bizitegi](https://www.youtube.com/Bizitegi)

🖼️ Cartelería y promoción física

✉️ Mailing segmentado

📅 Programación Agenda Cultural

👤 Comunicación interna

HOMELESS FILM FESTIVAL
EDICIÓN 9. EDIZIOA
2024

Azaroak 7
7 de Noviembre
19.00
Golem Alhondiga, Bilbao

LOS INDESEABLES
UNA PELICULA DE LABJULY

Azaroak 13
13 de Noviembre
ANTZERKIA
TEATRO
10.00 / 19.00
Bizkaia Aretoa, Bilbao

El paraíso de los rosos
"Dobajo del Puente"
Compañía

Azaroak 14 14 de Noviembre
FILM LABURRAK
CORTOMETRAJES
10.00 / 19.00 Bizkaia Aretoa, Bilbao

Azaroak 21
21 de Noviembre
Pase 1: 18.00
Pase 2: 20.30
Serantes
Kultur Aretoa, Santurtzi

EL FENÓMENO ITALIANO DEL AÑO
MÁS DE 5 MILLONES DE ESPECTADORES

SIEMPRE NOS QUEDARÁ MANANA

IZEN EMATEA
INSCRIPCIÓN
homelessfestival.org

Antolatzailea
Entidad organizadora
Bizitegi

Babeleak
Entidades patrocinadoras
eitb

Kolnontzailea
Entidad colofnanciadora
E

Laguntzaileak
Entidad colaboradores
bk **ERTASO**
Sz **ON**

Parte-hartzaileak
Entidades participantes
taranga **Meka**

3. DESARROLLO DE LA BUENA PRÁCTICA

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.



3.4. Entidades patrocinadoras, colaboradoras, cofinanciadoras y entidades participantes

Entidades patrocinadoras



Entidad cofinanciadora



Entidades colaboradoras



Entidades participantes



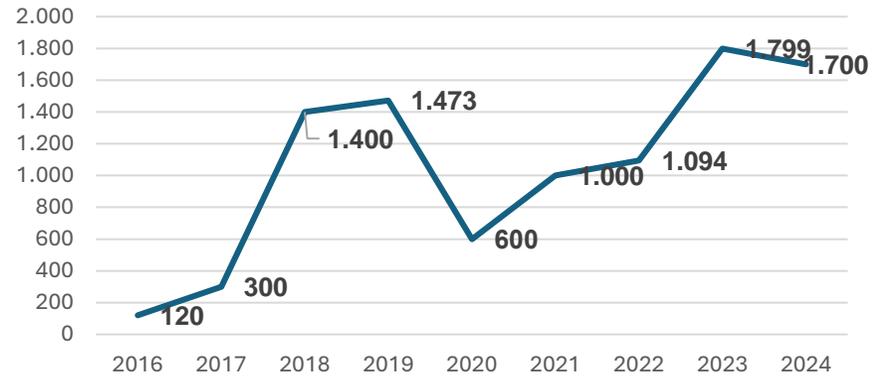
4. RESULTADO E IMPACTO

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

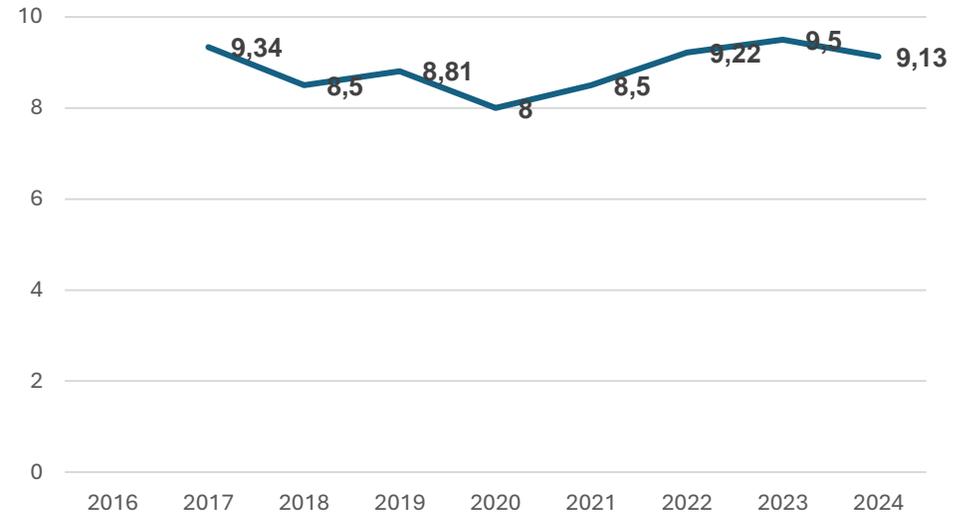
Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.



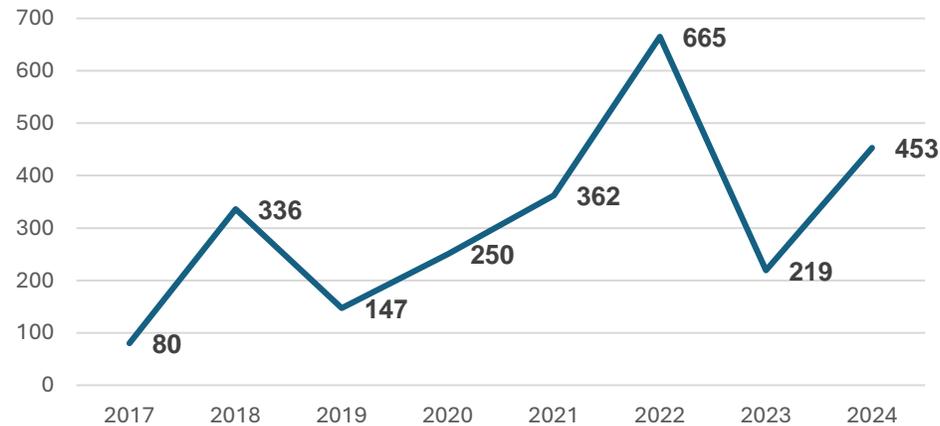
Total personas asistentes en Homeless Film Festival



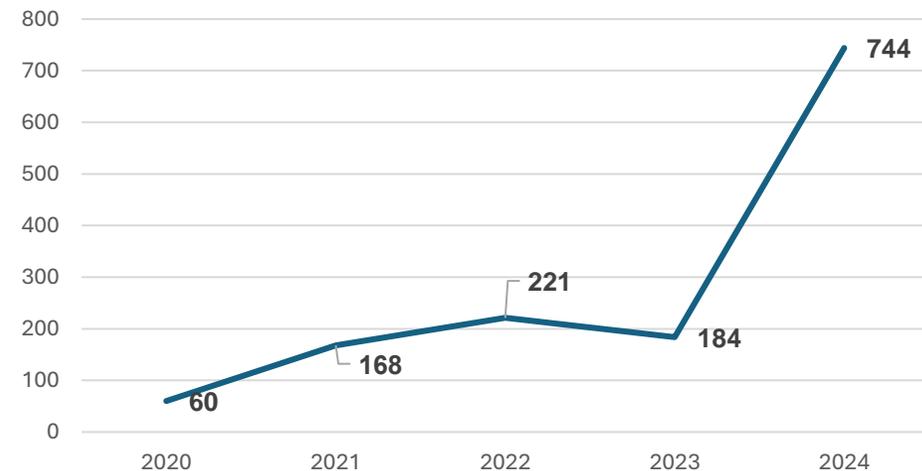
Satisfacción general con Homeless Film Festival



Alumnado participante en la realización de cortometrajes



Total cortometrajes participantes HFF



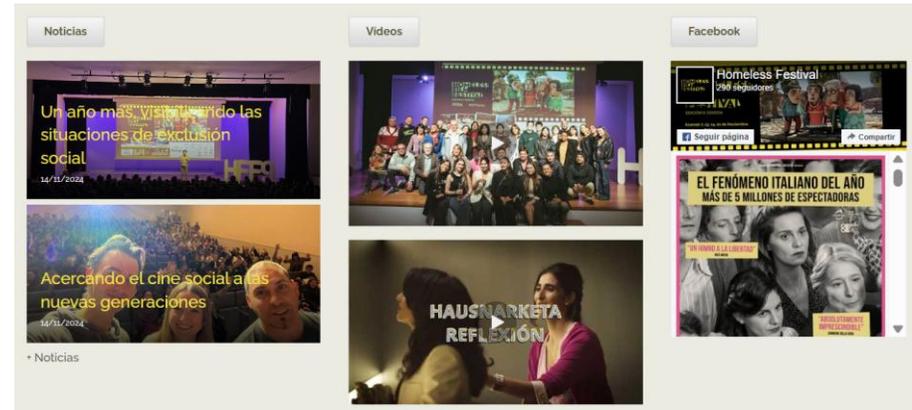
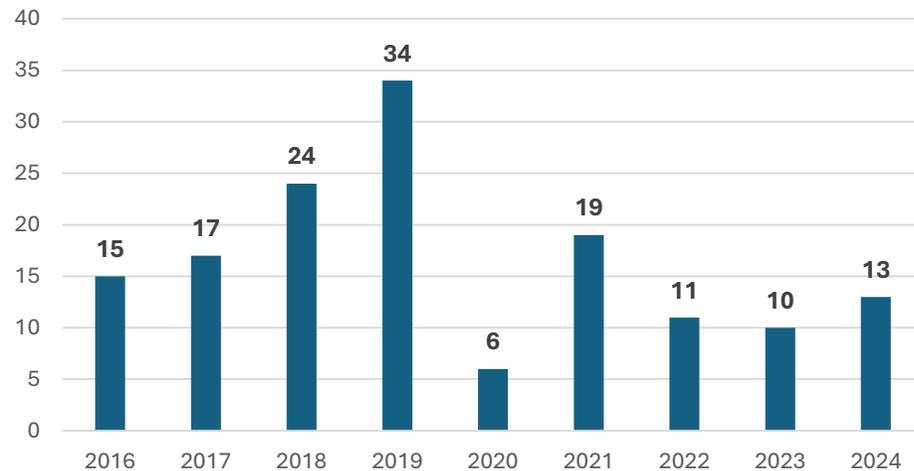
4. RESULTADO E IMPACTO

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.

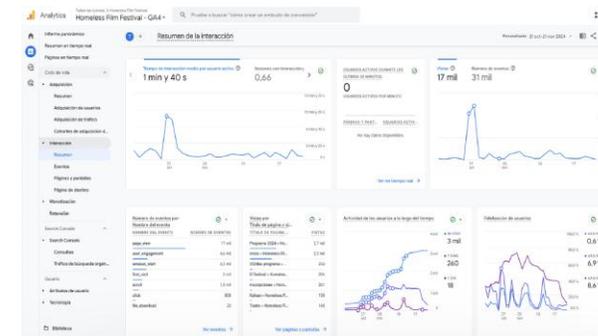


Cobertura en Medios de Comunicación



Redes sociales y marketing digital

	2022	2023	2024
Facebook	3.376	3.417	3.452
Twitter	1.325	1.351	1.335
Youtube	175	201	234
Instagram	854	1.045	1.251
Linkedin	2.241	2.960	3.451



	2022	2023	2024
Web Bizitegi. Total usuarios:	15.616	9.523	15.321
Web Bizitegi. Total visitas:	47.828	31.000	48.000
Web Homeless total usuarios:	3.504	3.191	5.191
Web Homeless total vistas:	10.890	17.791	43.417

5.- CONCLUSIONES

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.



❖ Grado de novedad en la aplicación del marketing y la comunicación

El **Homeless Film Festival Bilbao** es una iniciativa pionera en el uso del **marketing social y la comunicación participativa** para sensibilizar sobre el sinhogarismo y la exclusión social.

Su enfoque es radicalmente diferente al de otros festivales: **las personas protagonistas son quienes han vivido la exclusión en primera persona**, convirtiéndose en narradoras, creadoras y emisoras de su propia historia.

Los cortometrajes que se presentan son **testimonios reales** contruidos desde la vivencia. Lo mismo ocurre en las obras de teatro.

El alumnado universitario y de centros escolares también participa activamente, **co-creando contenido audiovisual tras trabajar directamente con personas en exclusión**, lo que aporta una dimensión experiencial e innovadora a su aprendizaje.

Esta **participación directa de los grupos de interés** convierte al HFF en un modelo único de comunicación.

5.- CONCLUSIONES

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.

❖ Coherencia con la estrategia

El festival encarna de forma plena la misión de Bizitegi: **acompañar a las personas en exclusión y sensibilizar a la sociedad para construir un entorno más justo.**

Se alinea específicamente con el **Objetivo Estratégico 2 (OE2)** de la organización: *“Aumentar el impacto social mediante proyectos tractores y actividades de sensibilización”*.

Contribuye activamente a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, en particular al **ODS 10: Reducción de las desigualdades.**

5.- CONCLUSIONES

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.



❖ Resultados e impacto en los diferentes grupos de interés

📌 Personas en situación de sinhogarismo

El festival impulsa un cambio real en su autoestima, motivación, seguridad y capacidad de expresión. De ser receptoras de ayuda, pasan a ser **protagonistas, comunicadoras y creadoras culturales**, recibiendo aplausos y reconocimiento público.

📌 Alumnado de Universidad y centros escolares

La experiencia es transformadora: tras conocer en persona a personas en exclusión, el alumnado produce cortometrajes con un alto impacto emocional y social. Esta vivencia **fortalece su pensamiento crítico** y los “vacuna” frente a discursos de odio o desinformación. Además, tiene un **efecto multiplicador**: comparten lo vivido con sus familias, amistades y redes, ampliando el alcance del mensaje.

📌 Ciudadanía

El público accede a la realidad del sinhogarismo a través de un lenguaje emocional y cultural: cine, teatro, testimonios. Esta conexión **derriba estigmas** y promueve una mirada más humana, justa y empática.

5.- CONCLUSIONES

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.



❖ Posibilidad de transferencia interna y externa

El modelo del Homeless Film Festival presenta un **alto potencial de transferencia**, tanto en entornos sociales, educativos y culturales

- **Adaptable a otros colectivos vulnerables:** personas mayores, migrantes, víctimas de violencia de género, jóvenes en riesgo, etc.
- **Fácilmente replicable dentro de organizaciones sociales** como herramienta de transformación social y visibilización.
- **Fortalece el trabajo en red** entre entidades sociales, centros educativos, administraciones y agentes culturales.
- **Modelo universal y flexible:** el cine y el teatro son lenguajes globales, accesibles y poderosos para cualquier contexto territorial o cultural.
- **Aplicable en cualquier ciudad o país**, adaptando las temáticas a las realidades locales.

5.- CONCLUSIONES

Estrategia de Comunicación Integral del Homeless Film Festival Bilbao:

Visibilizando la exclusión social a través de las artes audiovisuales y escénicas.

El Homeless Film Festival Bilbao ha logrado integrar una **estrategia de comunicación innovadora y efectiva**, utilizando múltiples canales digitales y físicos para sensibilizar sobre la exclusión social.

Gracias a su **enfoque participativo**, ha conseguido movilizar a la ciudadanía, el sector educativo y cultural, y las propias personas en exclusión, generando un impacto real en la sociedad.

Este modelo de comunicación demuestra cómo **el arte y la cultura** pueden **ser herramientas poderosas para la transformación social**, convirtiendo al **Homeless Film Festival** en una referencia en la vinculación de públicos a través **del marketing y la comunicación**.



***9ª Edición de Homeless Film
Festival en 2024***

Eskerrik asko!