

Plan de publicidad institucional
Diputación Foral de Bizkaia
Año 2026



I. INTRODUCCIÓN

El presente plan de Publicidad institucional de la Diputación Foral de Bizkaia ha sido presentado a fecha de enero del año 2026 en virtud y cumplimiento de la Ley 6/2010 de Publicidad y Comunicación Institucional de Euskadi.

Este documento recoge los objetivos de dicho plan, criterios a los que atienden las campañas institucionales y las acciones publicitarias que la Diputación Foral de Bizkaia tiene previsto poner en marcha en los medios de comunicación. Este documento es un plan vivo y susceptible de modificaciones en el marco de las nuevas acciones publicitarias que puedan surgir y desarrollarse a lo largo del año.

II. OBJETIVOS

Las campañas institucionales de publicidad promovidas por la institución tienen como objetivo informar a la ciudadanía y difundir, a través de los medios de comunicación, la información relevante para la ciudadanía de Bizkaia, esto es, toda actividad orientada a un mensaje común. Como institución, se debe garantizar que toda la información de interés llegue a una pluralidad de personas destinatarias, es decir, a las bizkainas y a los bizkainos.

III. CRITERIOS

Estas campañas publicitarias se llevarán a cabo cuando existan razones de interés público y se desarrollarán bajo criterios de:

1. Igualdad entre hombres y mujeres promoviendo un tratamiento igualitario y no discriminatorio garantizando una representación justa y equilibrada de ambos. Este criterio se apoya en los siguientes fundamentos:

- a) Eliminación de estereotipos de género: Las campañas deben evitar la reproducción de roles tradicionales que perpetúan ideas preconcebidas sobre las capacidades o responsabilidades de hombres y mujeres. Es fundamental no reforzar imágenes que limiten el potencial de cada persona en función de su género.
- b) Representación equilibrada: Se debe garantizar una representación justa de hombres y mujeres en los contenidos publicitarios, tanto en términos de cantidad como en la diversidad de roles que desempeñan. Ambos géneros deben aparecer en situaciones de igualdad y en diversos ámbitos (trabajo, familia, vida pública).

- c) Promoción de la corresponsabilidad: Las campañas deben fomentar la participación equitativa de hombres y mujeres en todas las esferas, especialmente en las responsabilidades familiares, evitando los modelos tradicionales de género.
- d) Fomento de la igualdad de oportunidades: Los mensajes deben subrayar la importancia de la igualdad de acceso a oportunidades laborales, educativas y sociales, promoviendo la eliminación de cualquier tipo de discriminación.
- e) Visibilización de las mujeres en roles de liderazgo: Destacar la participación de las mujeres en roles de liderazgo y en ámbitos donde históricamente han estado subrepresentadas, para contribuir a una visibilización equitativa.
- f) Lenguaje inclusivo: Se evitarán expresiones sexistas o que invisibilicen a un género. Las campañas deben ser cuidadosas en utilizar términos que reflejen igualdad y respeto hacia todas las personas.
- g) Promoción del respeto mutuo: Los mensajes deberán fomentar el respeto mutuo entre hombres y mujeres, impulsando relaciones basadas en la igualdad, la colaboración y la no violencia, contribuyendo a un entorno social justo y equitativo.

2. Respeto a la diversidad cultural y lingüística empleando las dos lenguas cooficiales, euskera y castellano, respetando y reflejando la diversidad lingüística de la comunidad y evitando así cualquier tipo de sesgo o exclusión. Este criterio se apoya en los siguientes fundamentos:

- a) Reconocimiento y visibilización de la diversidad cultural: Las campañas deben reflejar y reconocer la pluralidad de culturas presentes en la sociedad, asegurando que las identidades culturales no sean invisibilizadas ni marginadas.
- b) Inclusión de lenguas cooficiales: Es de carácter obligatorio que los contenidos publicitarios se expresen ambas lenguas oficiales de la CAV.
- c) Evitar estereotipos culturales: Las campañas deben ser cuidadosas al representar culturas diferentes, evitando simplificaciones, exotizaciones o estereotipos que perpetúen visiones reduccionistas.

3. Protección de menores y adolescentes ajustándose los mensajes emitidos a sus derechos, evitando cualquier forma de explotación, manipulación o exposición a información inapropiada para su edad y promoviendo valores que contribuyan positivamente a su formación, evitando estereotipos o conductas inapropiadas. Este criterio se apoya en los siguientes fundamentos:

- a) Adecuación de los contenidos a la edad: Los mensajes publicitarios deben ser apropiados para la edad de los menores y adolescentes, evitando la exposición a información o imágenes que puedan resultar perjudiciales, violentas o inadecuadas promoviendo valores y hábitos que contribuyan a su desarrollo.
- b) Respeto a la dignidad y los derechos de los menores: Se evitará cualquier forma de vulneración de sus derechos, tanto en los contenidos como en la manera en que se utilizan sus imágenes. El derecho a la privacidad y a la protección de datos personales debe ser especialmente respetado.
- c) Evitar la sexualización de los menores: Las campañas publicitarias deberán evitar la sexualización de la infancia y adolescencia y deberán ser representados de manera respetuosa y acorde a su edad.
- d) Fomento de la participación responsable: En aquellas campañas en las que se invite a la participación de menores o adolescentes, se debe garantizar que esta sea segura, respetuosa y con el consentimiento adecuado.

4. Respeto al medio ambiente dando preferencia a aquellos soportes que minimicen el impacto ecológico sin comprometer la eficacia de las campañas. Este fundamento no solo contribuye a la reducción del impacto ambiental, sino que expresa un mensaje de responsabilidad y sostenibilidad que pretende influir en la ciudadanía.

IV. CAMPAÑAS

MEDIO NATURAL Y AGRICULTURA

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Campaña Playas	Campaña de comunicación para la temporada de playas	El público objetivo de esta campaña es la ciudadanía de Bizkaia en general	De junio a septiembre	Por determinar	Aproximadamente 103.000€
Bizkaia Repara	Informar a la ciudadanía de sobre la prevención y generación de residuos y fomentar un modelo de consumo sostenible y responsable, incentivando la reparación de productos	Total individuos Bizkaia	Por determinar	Por determinar	Por determinar

ACCIÓN SOCIAL

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Acogimiento familiar	Impulso al acogimiento familiar	Personas o familias que deseen acoger menores en desprotección	Por determinar	Por determinar	Por determinar

EUSKERA, CULTURA Y DEPORTE

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

HACIENDA Y FINANZAS

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Campaña Renta	Campaña de comunicación para informar sobre la declaración de la Renta	Total individuos, pero principalmente +18	abril, mayo y junio	• Exterior • Tv • Prensa Off • Prensa on • Radio • RRSS	Aproximadamente 200.000 €

TRANSPORTES, MOVILIDAD Y TURISMO

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Naturaleza e Interior	Campaña para destacar los recursos y destinos	Turismo interior	Anual	Por determinar	150.000 €

	de la Bizkaia Interior promoviendo un turismo sostenible, descentralizado y desestacionalizado				
Bizkaia Turismo Accesible	Campaña destinada a promocionar Bizkaia como referente de destino accesible para todo tipo de viajeros con discapacidad y promocionar recursos descentralizados	Turismo interior español	Anual	Por determinar	150.000 €
Comarcas de Bizkaia	Una serie de micro campañas que pondrán en valor las diferentes comarcas como destino de calidad y con el objetivo de generar el denominado turismo regenerativo	Turismo interior y nacional	Anual	Por determinar	200.000 € (aproximada, por determinar)
Fomento de la Bicicleta	Campaña destinada a fomentar el uso de la bicicleta entre la ciudadanía vizcaína	Ciudadanía vizcaína	Anual	Por determinar	140.000 €

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y RELACIONES INSTITUCIONALES

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Campañas consejos seguridad en el hogar	Disminuir riesgos de accidentes para no generar incendios	Total población	Diciembre	Por determinar	Por determinar
Campaña	Campaña para	Total	Por	Por	Por determinar

Bizkaia	informar a la ciudadanía de Bizkaia sobre sus planes de actuación	población	determinar	determinar	
Campaña de autoprotección	Autoprotegerse ante riesgos ordinarios y catastróficos	Total población	Por determinar	Por determinar	Por determinar

PROMOCIÓN ECONÓMICA

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarías	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Ayuda a empresas	Campaña de comunicación sobre un programa de ayudas a las empresas	Total individuos Empresarios de pequeña y mediana empresa, trabajadores en general y personas que se encargan de gestionar todas las cuestiones administrativas de las empresas, que sean susceptibles de poder acogerse a este Programa de Ayudas	Febrero	Prensa off y online, generalista y económica, radio e Internet (a través de redes sociales)	Por determinar
Apoyo al Comercio Local	Campaña de comunicación para promocionar y dar prestigio al pequeño comercio local de Bizkaia dotándole de innovación y resignificar su	Total población de Bizkaia Jóvenes Comerciantes	Por determinar	Exterior, prensa, radio , tvs, redes sociales, plataformas de audio y video CTV...)	Por determinar

	valor tradicional de cercanía y atención personal				
42 Urduliz Bizkaia	Campaña para dar a conocer el campus de competencias tecnológicas 42 Urduliz Bizkaia	Ciudadanía mayor de 18 años Empresas	Por determinar	Por determinar	100.000€

EMPLEO, COHESIÓN SOCIAL E IGUALDAD

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Campaña de Empleo	Campaña destinada a captación de perfiles para programas de empleo, así como de difusión del Portal de Empleo	Total individuos	De enero a diciembre	Por determinar	Aproximadamente 82.000€
Premiadas por los Zirgari	Campaña de comunicación para dar difusión a las mujeres galardonadas con los Premios Zirgari	Total población	Entre el 15 y 24 de marzo	Exterior Redes Sociales	Aproximadamente 25.000€
Campaña contra agresiones en fiestas	Sensibilizar a la población contra las agresiones en fiestas	Total población de Bizkaia Hombres menores de 35 años	Desde el 5 de julio y hasta el 5 de septiembre	Exterior Redes Sociales Televisión Radio Prensa	Aproximadamente 60.000€
25 N	Sensibilizar a la población de Bizkaia contra la violencia hacia las mujeres, con motivo del Día Internacional contra la	Total individuos Bizkaia Hombres menores de 35 años	Entre el 15 y 25 de noviembre	Por determinar	Aproximadamente 70.000€

	Violencia hacia la mujer				
Esteretipos de Género	Campaña contra los estereotipos de género	Por determinar	Diciembre	Por determinar	Aproximadamente 70.000€
17 M, Día Internacional contra la homofobia	Dar difusión al Día Internacional contra la homofobia	Total población Bizkaia Menores de 40 años	Marzo	Por determinar	Aproximadamente 45.000€
Derechos Humanos	Campaña para sensibilizar sobre los derechos humanos	Total población Bizkaia	10 de diciembre	Por determinar	Aproximadamente 45.000€
Juventud	Campaña de difusión de las políticas forales de juventud	Total población Bizkaia Jóvenes	De enero a diciembre	Por determinar	Aproximadamente 70.000€

INFRAESTRUCTURAS Y DESARROLLO TERRITORIAL

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Afecciones Carreteras	Informar a la ciudadanía de las afecciones en las carreteras de Bizkaia, provocadas por las diferentes obras en sus infraestructuras, con el fin de la mejora de las mismas	Total Individuos de Bizkaia	De enero a diciembre	Radios Televisión Internet Redes Sociales	Aproximadamente 590.000 €

ZUGAZTEL

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

LANTIK

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

BIZKAITIK

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

GARBIKER

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Campaña de envases y orgánico	Sensibilizar al sector "Horeca" sobre el reciclaje de envases y orgánico	Total ciudadanía de Bizkaia Sector "Horeca"	Por determinar	Por determinar	Por determinar

BASALAN

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

BIZKAIKOA

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
Sala Rekalde	Informar a la ciudadanía de la programación de la Sala Rekalde	Total individuos Bizkaia	Por determinar	Por determinar	Aproximadamente 15.000€
Programación anual Museos	Dar cuenta de la programación de enclaves y museos forales	Total individuos Bizkaia	enero	Por determinar	Aproximadamente 30.000€

Día Internacional de los Museos	Celebración de las actividades programadas por el Día Internacional de los Museos	Total individuos Bizkaia	mayo	Por determinar	Aproximadamente 40.000€
Jornadas Europeas de Patrimonio	Informar sobre las actividades programadas para el 25 aniversario del JEP	Total individuos Bizkaia	septiembre octubre	Por determinar	Aproximadamente 10.000€

BEAZ

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

SEED CAPITAL

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

BIZKAIA TALENT

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

IFAS

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

INTERBIAK

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

AZPIEGITURAK

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

DEMA

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

BIZKAIA MICROCRÉDITO

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					

APARCABISA

Iniciativa	Objeto	Personas Destinatarias	Periodo	Soporte	Coste APROX (sin IVA)
No hay campañas previstas para el siguiente ejercicio					