

## PLAN DE ACTUACIÓN DEL AÑO 2023



## PLAN DE ACTUACIÓN DEL AÑO 2023

FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

C.I.F.: G82772021

Nº HOJA PERSONAL: 240

PLAN DE ACTUACIÓN PARA EL EJERCICIO: 01/01/2023 - 31/12/2023

### DATOS DE LA ENTIDAD:

Domicilio: CL MATEO INURRIA, 2

Localidad: Madrid

Código Postal: 28036

Provincia: MADRID

Correo electrónico: marosorio@fundacioncanal.es

Teléfono: +34 915451528

Persona de contacto: Mar Osorio Coloma, directora de la S.G.T.

## 1. ACTIVIDAD DE LA FUNDACIÓN

La Fundación Canal es una de las principales herramientas de RSC de Canal de Isabel II, una empresa pública con grandes implicaciones tanto en el tejido científico, académico y medioambiental, por un lado, como en el conjunto de los ciudadanos a título individual, usuarios de Canal, por otro. Por ello todas las actividades que desempeña la Fundación tienen como objetivo común la mejora de la percepción, reputación e imagen de Canal de Isabel II – y en consecuencia de la propia Comunidad de Madrid - reforzando su presencia en la sociedad a diferentes niveles: institucional, científico-técnico, académico y ciudadanía.

El posicionamiento de la Fundación es arte y entorno, y para lograr interés e impacto en la gran variedad de públicos y grupos que son objeto de la RSC de Canal de Isabel II, las actividades de la Fundación se agrupan en diferentes líneas de actividad, siempre bajo el paraguas de la generación de conocimiento. Así, en la programación se encuentran actividades de marcado contenido técnico y medioambiental, agrupadas en la línea de Innovación ambiental, y van dirigidas principalmente a la comunidad científica, empresarial, escolar y académica. Por otro lado, y para hacer llegar la labor de RSC de Canal al ciudadano de a pie, también se programan actividades que puedan despertar el interés y la atención del público general, con contenidos relacionados con la cultura y las humanidades, que convierten a la Fundación en un prescriptor autorizado y amable para el público general. Por su propia naturaleza, éstas últimas resultan las más visibles para el público y las que más directamente inciden en la mejora de la imagen de Canal de Isabel II en el ciudadano.

Estas actividades quedan justificadas en la definición de la misión de la Fundación y en el artículo 5 de sus estatutos:

**Misión de la Fundación:** *mejorar las oportunidades de conocimiento de las personas a través de proyectos culturales, educativos y sociales, mediante **programas divulgativos y actividades de interés general** en distintos ámbitos -el arte, la cultura, la sociedad, el medio ambiente, la innovación y la cooperación al desarrollo para apoyar al Canal de Isabel II en la acción divulgativa del ciclo integral del agua, bajo un enfoque de conservación, valoración y protección del recurso, y promoviendo la investigación de nuevas tecnologías de cara a un uso más eficiente y sostenible del agua*

**Artículo 5 de los estatutos de la Fundación:** *La Fundación Canal de Isabel II se constituye para atender los fines de interés general que a continuación se enuncian:*

1. *Fomentar la acción divulgativa, artística y cultural en relación con el ciclo integral del agua, bajo un enfoque de conservación, valoración y protección del recurso, así como del medio ambiente en sentido amplio.*
2. *Promover el conocimiento a través de acciones divulgativas, artísticas, culturales o de cualquier otra índole de interés general, de acuerdo con las áreas de interés tanto del Canal de Isabel II, como de la Comunidad de Madrid.*

3. *Ayudar a la sensibilización básica, profesional, universitaria y de postgrado orientada a la apreciación y al uso más eficiente del recurso hídrico, como exigencia básica del desarrollo sostenible.*
4. *Impulsar la concertación de los agentes políticos, cívicos y sociales, como vía más eficaz para alcanzar un compromiso entre la prosperidad económica, la calidad de vida de la población y la defensa del medio ambiente.*
5. *Potenciar la relación que tradicionalmente ha mantenido el Canal de Isabel II con instituciones públicas y privadas relacionadas con el agua, y servir de foro de intercambio de conocimientos y de experiencias innovadoras, así como punto de referencia en todo lo relacionado con el agua y sus diferentes vertientes.*
6. *Colaborar en programas de investigación aplicada al desarrollo de tecnologías de mejora de los procesos productivos para reducir los consumos de agua y prevenir daños al medio ambiente, y obtener mejoras en el terreno de la I+D.*
7. *Colaborar en la promoción y conservación del patrimonio histórico y cultural del Canal de Isabel II.*
8. *Reforzar, a través de sus actuaciones y de una adecuada política de comunicación de las mismas, la presencia en la sociedad de Canal de Isabel II Gestión, S.A. y de la Fundación, así como de la Comunidad de Madrid.*

*Para ello, la Fundación puede, en ejercicio de su objeto social y en persecución de sus fines, bien directamente o en colaboración con Canal de Isabel II S.A. u otras personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, realizar las siguientes actividades:*

- a. *Organizar y divulgar, a través de cualquier medio o soporte, actividades de interés general en las áreas de conocimiento de las Humanidades y de las Ciencias, así como otras más específicas, a través de la programación de: exposiciones, conciertos, intervenciones artísticas, convocatorias y foros, entre otras manifestaciones culturales, que puedan celebrarse en la sede de la Fundación o en espacios acordes con su posicionamiento.*
- b. *Desarrollar programas de divulgación, educación, sensibilización, investigación y desarrollo tecnológico.*
- c. *Servir de foro de intercambio de conocimientos y experiencias innovadoras en sus ámbitos de interés, así como convertirse en un punto de referencia en todo lo relacionado con el agua.*
- d. *Fomentar iniciativas y realizaciones que, en un contexto pluridisciplinar y una perspectiva de desarrollo sostenible, relacionen las ciencias sociales y naturales con el uso y conservación del agua y la protección del medio ambiente.*
- e. *Crear concursos, premios, becas, ayudas y subvenciones para contribuir a la sensibilización de la sociedad, a la formación de estudiantes y docentes, a la mejora de la calidad de vida, así como al desarrollo de nuevas tecnologías aplicadas a los procesos productivos y al uso efectivo del agua.*

*Y de modo genérico, llevar a cabo cuantas actuaciones conduzcan al mejor logro de sus fines.*



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 1. INNOVACIÓN AMBIENTAL

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	INNOVACIÓN AMBIENTAL
Tipo de actividad	ACTIVIDAD FUNDACIONAL
Lugar donde se realiza la actividad	SEDE FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II (C/MATEO INURRIA 2) y LA REGIÓN DE MADRID

Identificación de objetivos fijados en el artículo 5 de los Estatutos de la Fundación que dan apoyo a esta línea de actividad:

- **Fomentar la acción divulgativa**, artística y cultural en relación con el ciclo integral de agua bajo un enfoque de conservación, valoración y protección del recurso, así como del medio ambiente en sentido amplio.
- Ayudar a la **sensibilización** básica, profesional, universitaria y de postgrado orientada a la apreciación y al uso más eficiente del recurso hídrico, como exigencia básica del desarrollo sostenible.
- Potenciar la **relación** que tradicionalmente ha mantenido el **Canal** de Isabel II con instituciones públicas y privadas relacionadas con el agua, y servir de foro de intercambio de conocimientos y de experiencias innovadoras, así como punto de referencia en todo lo relacionado con el agua, y sus diferentes vertientes.
- Colaborar en la **promoción y conservación** del patrimonio histórico. y cultural del Canal de Isabel II.
- Reforzar, a través de sus actuaciones y de una adecuada política de comunicación de las mismas, la presencia del Canal de Isabel II S.A. y de la Fundación, así como de la Comunidad de Madrid, en la sociedad.

Ideas fuerza de la línea de Innovación Ambiental:

- Contribuir a sensibilizar sobre el medio ambiente, el medio hídrico y las soluciones al reto del cambio climático.
- Canalizar los mensajes ambientales a través de canales y formatos que permitan conseguir efectividad en la comunicación, y cercanía con el ciudadano.

**Descripción detallada de la actividad prevista en lo que respecta a las actividades de INNOVACIÓN AMBIENTAL:**

## A. CANAL EDUCA

Es un programa educativo de Fundación Canal sobre el uso sostenible del agua dirigido a los alumnos madrileños de Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato, y que también llega a las aulas hospitalarias madrileñas y a los centros de Educación Especial.

Las actividades son eminentemente presenciales, desplazándose los educadores hasta los colegios (públicos, concertados y privados) con dinámicas prácticas, experimentales y amenas en las que los estudiantes aprenden conceptos relacionados con el ahorro y el cuidado del agua. También hay algunas actividades que se imparten online. Adicionalmente, se organizan visitas a algunas de las principales infraestructuras de gestión hídrica de la región gestionadas por Canal de Isabel II (depuradoras, potabilizadoras y embalses). Todas las actividades son gratuitas y algunas de ellas se imparten también en inglés.

Esta actividad lleva en funcionamiento desde hace 30 años (impulsada inicialmente desde Canal y posteriormente, desde el curso 2017-2018, desde la Fundación Canal).



La actividad se lleva a cabo con los siguientes objetivos principales:

- ✓ Fomentar el ahorro y cuidado del agua desde el ámbito educativo, contribuyendo con ello al cumplimiento del objetivo principal de Canal de Isabel II: la garantía de suministro.
- ✓ Reforzar las competencias ambientales, científicas y experimentales de los alumnos de la región de Madrid.

El programa va acompañado, entre otros, de un importante programa de comunicación multicanal para incentivar la participación de los centros escolares (web, boletín electrónico, redes sociales).

\*Más información en <https://www.fundacioncanal.com/canaleduca/>

Las principales cifras y aspectos del programa se muestran a continuación:



\*Datos incluidos en la memoria del curso 2021/22 (<https://www.fundacioncanal.com/canaleduca/memoria-de-actividades-canal-educa/>)

- ✓ Amplio alcance en número de participantes en el último curso 21-22, récord en sus 30 años de historia, más de 52.200 participantes.

### Canal Educa: participantes en los últimos cursos escolares



- ✓ Las actividades desarrolladas son tanto presenciales como en formato *online*. El programa es dinámico, y las actividades se van renovando o adaptando según las necesidades.

### Canal Educa: Actividades del curso 2022-2023

#### Actividades curso 2022-2023

Nombre de la Actividad	Formato	Nivel Educativo			Duración	Idioma
		Educación Infantil	Educación Primaria	ESO Y Bachillerato		
¡Qué bien, tenemos agua!		Infantil 3 y 4 años			50 min	
Guardianes del planeta	<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>	Infantil 5 años			50 min	
El sorprendente viaje del agua			1º y 2º		50 min	
La vuelta al mundo gota a gota			3º y 4º		50 min	
Misión CO <sub>2</sub>	<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>		3º y 4º		50 min	
¡Ahorremos agua!			5º y 6º		50 min	
Unidos por el agua			5º y 6º		90 min	
Ingenio sin fronteras			5º y 6º	1º y 2º	90 min 40 min	
Moleculab				1º y 2º	50 min 40 min	
Chemilab				3º y 4º ESO y Bach.	50 min 40 min	
Desafío por el clima	<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>			3º y 4º	50 min	
Visita a las instalaciones				3º y 4º ESO y Bach.	90 min	
ApoSTEMos por tu futuro				4º ESO y 1º Bach.	50 min	

actividad presencial  actividad online impartida por nuestras educadoras en plataforma digital.

- ✓ Valoración muy positiva de los profesores de los centros donde se realizan las actividades, tanto en contenidos y material didáctico, como en metodología y desempeño de los educadores (más de dos mil docentes encuestados).

★★★★★  
Puntuación de 1 a 5



Encuesta realizada por 2.107 docentes sumando actividades presenciales y online

\*Datos incluidos en la memoria del curso 2021/22  
(<https://www.fundacioncanal.com/canaleduca/memoria-de-actividades-canal-educa/>)

**Para el año 2023 se prevén las siguientes actuaciones:**

- ✓ Continuidad de todas las actividades ligadas al agua, y del mensaje de soluciones al cambio climático como elemento troncal de comunicación.
- ✓ Recuperación de las actividades manipulativas y de interacción que se tuvieron que retirar o reformular durante los cursos con restricciones por la pandemia: laboratorios (*Chemilab*), cooperación al desarrollo (Ingenio sin fronteras), juegos de patio (Unidos por el agua).
- ✓ Ampliación de las visitas a instalaciones de Canal de Isabel II, con el tanque de tormentas de Arroyofresno, que incluye una experiencia de realidad virtual, y la planta de tratamiento de lodos de Loeches, que combina el aprovechamiento energético con la economía circular. Complementamos las experiencias vivenciales con las partes menos conocidas del ciclo integral del agua. Se ofrecen visitas a 5 instalaciones, dos más que el año anterior.
- ✓ Afianzamiento de la apuesta por la sensibilización ambiental sobre el cambio climático, definiendo una actividad propia para Educación Infantil (Guardianes del Planeta); de este modo, el programa cuenta con una actividad específica de cambio climático para cada etapa (Infantil, Primaria y Secundaria).
- ✓ Continuación del esquema flexible del programa, ofreciendo 13 actividades sobre agua y medio ambiente en formato presencial en los centros educativos de la Comunidad de Madrid, todas en presencial y 3 en formato webinar.
- ✓ Continuidad de comunicación a través de diferentes redes sociales.
- ✓ Contenidos de ciencia y tecnología (STEM) como elemento clave de interés para impulsar las vocaciones técnicas, tan necesarias en la economía de servicios de la Comunidad de Madrid. En 2023 se prevé continuar potenciando la actividad "*apoSTEMos por tu futuro*" para la sensibilización a escolares madrileños sobre 21 profesiones de futuro.



Canal Educa: recupera la actividad de laboratorio presencial

## B. DÍA MUNDIAL DEL AGUA (DMA)

Con motivo de esta fecha conmemorativa, que tiene lugar todos los años el 22 de marzo según la declaración de Naciones Unidas del año 1992, la Fundación Canal organiza en sus instalaciones una actividad de carácter divulgativo y de sensibilización sobre el agua, con contenido o formato innovador.

Históricamente, con motivo del Día Mundial del Agua y el Día Mundial del Medio Ambiente, se han desarrollado actividades en las que ha habido presencia de público en una jornada técnica vinculada al agua, o se han realizado actividades de sensibilización ambiental con colegios.

Esta actividad lleva en funcionamiento, con el formato descrito, desde el año 2006.

La actividad se lleva a cabo con el objetivo principal de sensibilizar sobre la importancia de los múltiples aspectos del ciclo integral del agua.

En relación con las jornadas técnicas, en los últimos años se han realizado las siguientes:

- ✓ 2022: presentación del estudio **“Identificación de tecnologías y soluciones innovadoras de adaptación al cambio climático”**, elaborado por la Fundación Eurecat en 2021. El evento se desarrolló presencialmente y en remoto, streaming, con un total de 256 asistentes. La grabación está publicada en el canal de *YouTube* de la Fundación y hasta el momento ha tenido 123 visualizaciones<sup>1</sup>.



- ✓ 2021: **jornada sobre inteligencia artificial en el sector del agua**<sup>2</sup>. En dicha jornada tuvimos un récord de participación total, con 273 usuarios únicos conectados on-line.
- ✓ 2019: **jornada sobre migraciones climáticas “Agua para todos. No dejar a nadie atrás”**, haciendo hincapié en el tema del cambio climático así como los retos del abastecimiento del agua a la población. Actividad en colaboración con Canal de Isabel II.

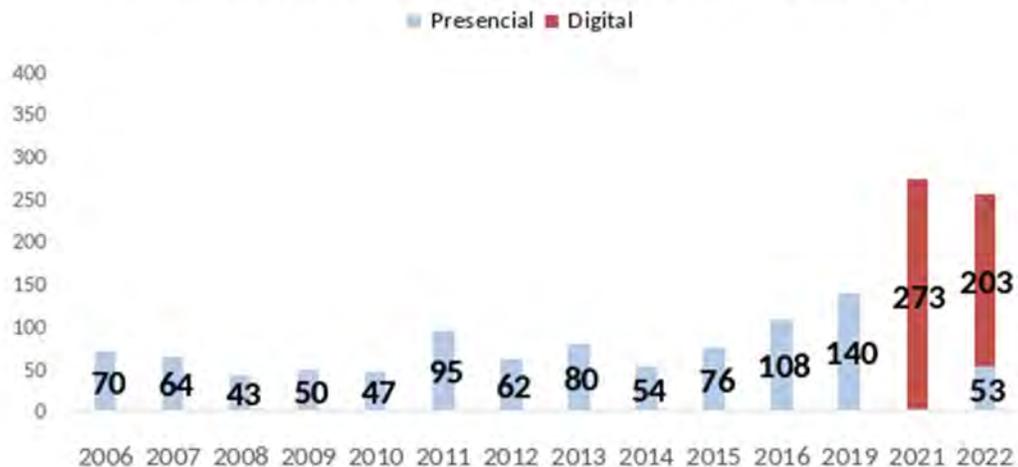
<sup>1</sup> Dato 21/10/2022. <https://www.youtube.com/watch?v=XVioFOUZUaw>

<sup>2</sup> <https://www.fundacioncanal.com/otros-foros-y-jornadas/cuidar-el-agua-con-inteligencia-artificial/>



### Día Mundial del Agua: serie histórica de asistentes

Asistentes totales - Foro del Agua / Día Mundial del Agua



En años anteriores se realizaron actividades con colegios, todas ellas con participación de 2 clases (en torno a 60 alumnos):

- ✓ 2018: **Taller de grupo: “El misterioso caso del aljibe contaminado”**, en el que prueba a prueba los participantes, divididos por equipos, despejaron incógnitas mediante experimentos basados en la biología, la química y la física del agua.
- ✓ 2017: **Taller de grupo mediante la adaptación del videojuego Minecraft “Aprendiendo sobre saneamiento mediante un proyecto de saneamiento de Canal de Isabel II en Perú.”**<sup>3</sup>

#### Para el año 2023 se prevé la siguiente actuación:

- ✓ En 2023 se realizará un evento de presentación del **“Estudio de análisis de la taxonomía verde europea y su aplicación al agua”**.

Se trata de un estudio novedoso, conciso y riguroso sobre los aspectos ligados al agua contemplados en la taxonomía verde de la Unión Europea.

Su presentación y posterior divulgación permitirá aclarar numerosas cuestiones para que el público objetivo, profesionales del sector del agua, pueda consultarlo para dar cumplimiento a sus obligaciones de reporte de actividades, financiación e inversión, u otras relacionadas.

<sup>3</sup> <https://www.fundacioncanal.com/canaleduca/aprende-saneamiento-minecraft/>

### C. DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE / DÍA PARA LA INNOVACIÓN

Con motivo de esta fecha conmemorativa, que tiene lugar todos los años el 5 de junio según la declaración de Naciones Unidas de 1972, la Fundación Canal organiza en sus instalaciones una actividad de carácter divulgativo y de sensibilización ambiental, con contenido o formato innovador. En años alternos, desde 2017, se celebra en esta fecha el día para la Innovación con un formato especial, presentando soluciones innovadoras para el medio ambiente.

Esta actividad lleva en funcionamiento desde el año 2006 y se lleva a cabo con los siguientes objetivos principales:

- ✓ Sensibilizar sobre determinados vectores ambientales de relevancia (agua, residuos, transporte sostenible, etc.) y las alternativas para su salvaguarda y cuidado.
- ✓ Concienciar e informar sobre el importantísimo papel del agua en la preservación del medio ambiente, desde la óptica de la innovación y la tecnología, entre otros.

En relación con jornadas técnicas, en los últimos años se han realizado las siguientes:

- ✓ 2022: según lo previsto, la conmemoración del día mundial del medio ambiente se hizo coincidir con la celebración de este día señalado, la segunda conferencia del Ciclo de conferencias. La ponencia fue impartida el 1 de junio de 2022 por Isabel Zubiaurre, con el título “¿Cómo va a cambiar el clima en España?” Según el formato característico del Ciclo, posteriormente mantuvo un ameno diálogo con el conductor del evento, Sergio Martín. La conferencia tuvo 81 asistentes presenciales y ha tenido hasta el momento 986 visualizaciones en el canal de la Fundación en *YouTube*<sup>4</sup>.



<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=-InfRzITA00>



- ✓ 2021: jornada sobre la innovación española en relación con la tecnología ambiental<sup>5</sup> (“Día para la innovación”, en colaboración con Canal de Isabel II). Se trataron temas tales como la investigación en la ciencia del cambio climático, y la realidad de trabajo de empresas españolas de primera línea en tecnologías, entre otras, de transporte eléctrico y energía solar.
- ✓ 2019: jornada profesional sobre la inteligencia artificial (“Día para la innovación”, en colaboración con Canal de Isabel II), en sus aplicaciones tanto a nivel general como específicamente en el sector del agua.
- ✓ 2017: jornada profesional sobre el proceso de innovación en el sector del agua (“Día para la innovación”, en colaboración con Canal de Isabel II), con especial hincapié en la actividad desarrollada desde Canal de Isabel II.
- ✓ 2016: jornada sobre el *big data* en el sector del agua. Se trataron temas tales como el auge de la creación de empleo en el sector del agua, a través de negocios vinculados al proceso de datos o las tecnologías existentes.

En los últimos años el nivel de asistencia a estas jornadas técnicas ha sido de un promedio de 160 asistentes por jornada. La visualización en diferido de los eventos en el canal de *YouTube* de la Fundación asciende a un total de 726 visualizaciones.

En 2018 se realizaron actividades con colegios con participación de 2 clases (en torno a 60 alumnos):

- ✓ 2018: realización de una yincana mediante la aplicación móvil del *Geocaching* para la búsqueda de tesoros en el Parque IV Depósito de Canal de Isabel II con ciertos mensajes ambientales en ellos.



\*El evento de 2022 coincide con una de las tres ponencias de temática ambiental del Ciclo de conferencias de este año.

<sup>5</sup> <https://www.fundacioncanal.com/otros-foros-y-jornadas/dia-para-la-innovacion/>

**Para el año 2023 se prevé la siguiente actuación:**

Evento sobre innovación ambiental dirigido a mostrar soluciones innovadoras de mitigación y adaptación al cambio climático. La temática específica estará directamente vinculada con temas tratados en la exposición “Somos agua”, y se presentará como una actuación complementaria donde el visitante pueda ampliar lo aprendido y disfrutado en la sala Castellana 214.

**D. TALLERES AMBIENTALES: CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS**

Talleres de fin de semana (viernes y domingos) dirigidos a niños y orientados a enseñar, mediante experimentos, conceptos relevantes relacionados con el medio ambiente.

Esta actividad lleva en funcionamiento, con el formato descrito, desde el año 2013, pero cada año aborda una temática diferente.

La actividad se lleva a cabo con los siguientes objetivos principales:

- ✓ Desarrollar la curiosidad de los niños de Madrid hacia la experimentación, las ciencias y la investigación.
- ✓ Sensibilizar sobre determinados vectores ambientales de especial relevancia (agua, cambio climático, etc.).

**Taller “Adáptate con agua”: experimento con hielo seco**

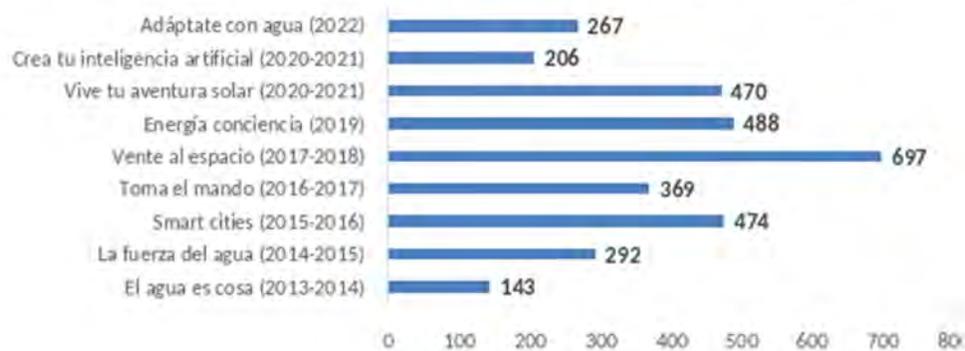




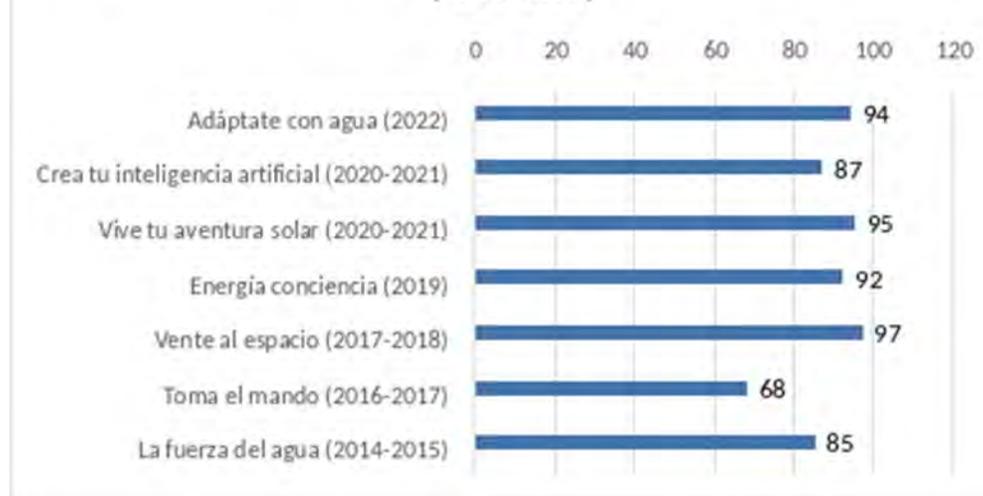
Las principales cifras y aspectos del programa se muestran a continuación:

- ✓ Importante alcance, con la asistencia de más de 3 mil niños en los años de duración del programa.
- ✓ Valoración muy positiva registrada, con un 88% de valoración promedio por parte de los más de 500 encuestados.

Participantes talleres científico-medioambientales



Encuestas de valoración talleres científico-medioambientales (sobre 100%)



Notas: los datos para los talleres del año 2020 y 2021 se presentan agrupados por el parón de actividad motivado por la pandemia; datos a 21/10/2022. Se estima una participación en todo 2022 de, al menos, 400 niños

**En 2023 se llevará a cabo el siguiente taller:**

- ✓ "Agua somos todos": talleres para 6-9 años y 10-12 años, donde se tratará el tema de la adaptación al cambio climático desde el uso sostenible del agua, según la línea divulgativa de la Fundación, pero este año se enfocará como actividad complementaria de la exposición "Somos agua", aprovechando sus contenidos como palanca para sorprender, implicar y divertir a los niños que participen.

## E. BLOG Y VIDEOBLOG AMBIENTAL

Pretende servir de herramienta de comunicación sobre el cambio climático, como el reto ambiental, social y económico de mayor envergadura del siglo XXI, y de especial relevancia para la región de Madrid.

Hasta la fecha, se ha hablado mucho sobre cambio climático, pero la realidad es que las emisiones globales de gases de efecto invernadero siguen aumentando y los efectos se notan cada vez con mayor intensidad. Por tanto, es indispensable “empujar a la acción”, sobre todo en aquellos frentes donde se pueden conseguir resultados más eficaces. El cambio climático es tanto un reto como una oportunidad. La transformación que requiere el cambio climático derivará en la creación de puestos de trabajo, en la independencia energética, en la mejora de múltiples aspectos ambientales relacionados (medio natural, calidad del aire, conservación de los recursos, etc.) y en la mejora de la calidad de vida.

La comunicación de mensajes ambientales es cada vez más compleja, por el volumen de información y el método de consumo de la misma. Es, por tanto, preciso un enfoque sencillo y rotundo del mensaje para conseguir llegar al receptor final.

Los temas tratados en 2020-2021 se pueden consultar aquí:

<https://www.fundacioncanal.com/blog/>

En 2022 se han publicado en formato post -escrito y locutado- y como videoblog, los siguientes títulos:

- ✓ Aumentar la independencia energética es ganar en libertad.
- ✓ El agua está en el centro de la adaptación al cambio climático.
- ✓ La importancia de los incentivos económicos para alcanzar los objetivos climáticos.
- ✓ Las migraciones climáticas: cuando el problema es de todos.
- ✓ El cambio socioeconómico derivado del cambio climático está creando nuevas oportunidades de empleo.
- ✓ La oportunidad del cambio climático: El desarrollo tecnológico y la riqueza al afrontar el reto.

El videoblog ha sido conducido por la presentadora del programa de RTVE (“Reduce tu huella”), Adela Ucar.



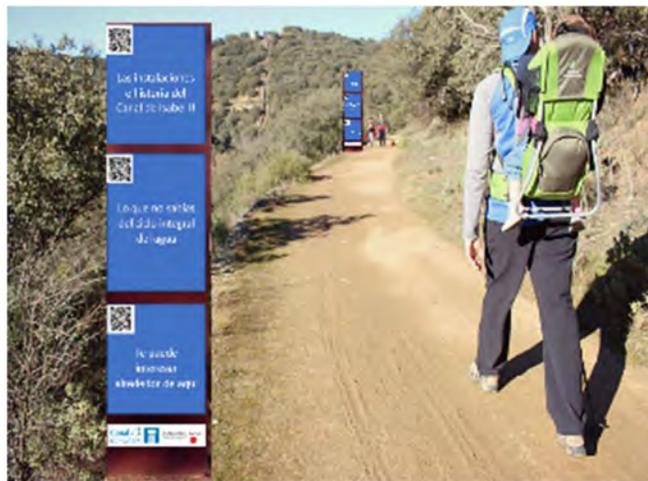
Videoblog: Adela Ucar explicando las migraciones climáticas

Esta iniciativa se desarrolla en colaboración con el área de Comunicación, cuyas aportaciones quedan reflejadas en el epígrafe correspondiente (Apartado B.4 de la Línea de Actividad 4).

**Para el año 2023 se prevén las siguientes actuaciones:**

- ✓ Elaboración y publicación de contenidos ambientales en el blog ambiental de [www.fundacioncanal.com](http://www.fundacioncanal.com).
- ✓ En paralelo, se continuarán elaborando videos cortos, a modo de videoblog, coordinados con la misma temática del blog, pero con un enfoque más amigable de cara a su visualización por redes sociales. El nuevo formato procurará mantener la frescura en la comunicación del mensaje.
- ✓ Las temáticas específicas se adaptarán a las materias de mayor actualidad en el momento de su publicación. Durante el primer semestre se dará prioridad a la temática en torno al agua asociada a la exposición “Somos agua” y durante el segundo, se abrirá algo más a la actualidad en ese momento, dando relevancia a materias como el cambio climático, la energía, la tecnología o la biodiversidad ligada al agua, siempre de la mano de la innovación.

**F. RUTAS DEL AGUA MULTIMEDIA**



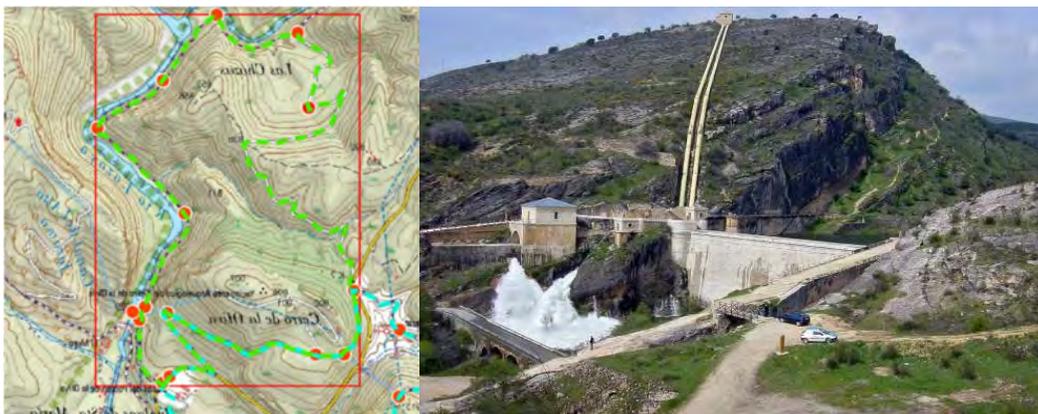
**Rutas del agua multimedia: escenificación de los soportes para visualizar contenidos multimedia con el teléfono móvil**

Esta actividad estaba prevista para 2022 pero debido al exceso de trabajo sobrevenido en el área derivado de la exposición “Somos agua”, solo ha sido posible abordar la tramitación previa a su desarrollo resolviendo cuestiones con los departamentos implicados de Canal y comenzando la licitación correspondiente.

**Para el año 2023 se prevén las siguientes actuaciones:**

- ✓ Las Rutas del agua multimedia son una novedosa iniciativa donde las nuevas tecnologías se pondrán al servicio de las personas que visitan los entornos naturales de la Sierra de la Comunidad de Madrid. A través del teléfono móvil y de contenidos multimedia, los amantes de la naturaleza van a incorporar mayor valor añadido a sus recorridos en entornos naturales cercanos al agua ya que van a conocer mejor el valioso patrimonio ambiental de la región, especialmente el vinculado al ciclo integral de agua. De esta forma, además se pondría en valor un patrimonio de primera categoría.
- ✓ Estas rutas del agua se configuran un instrumento interesante de articulación del territorio integrando aspectos culturales, ambientales y turísticos, a la vez que permitirá integrar a un número importante de ayuntamientos en una acción de desarrollo conjunta. La idea es diseñar corredores ambientales peatonales siguiendo las trazas longitudinales de los principales canales de abastecimiento de agua provenientes de la cuenca del río Lozoya.
- ✓ Estas rutas del agua permitirán conocer una parte muy importante del patrimonio hidráulico de la Comunidad de Madrid, y podría alcanzar en el futuro hasta nueve términos municipales: Colmenar Viejo, Tres Cantos, San Agustín de Guadalix, El Molar, El Vellón, Torrelaguna, Torremocha del Jarama, Patones y Madrid.
- ✓ La primera actuación se centrará en el entorno de “El Pontón de la Oliva”, origen histórico del Canal de Isabel II, que cuenta con un especial atractivo natural y cultural. Se trata del primer embalse en el que se basó el primitivo proyecto de servicio de agua a Madrid a través del Canal de Isabel II, donde se concentraron los esfuerzos de ingeniería a gran escala, ejemplo de la técnica disponible a mediados del siglo XIX. Su temprano abandono debido a problemas geológicos de permeabilidad de la roca, al privarlo de su función, le otorgó un carácter puramente monumental.

**Rutas del agua multimedia: ruta tentativa**



**Presas del Pontón de la Oliva**

## G. CICLO DE CONFERENCIAS DE INNOVACIÓN AMBIENTAL

Según lo previsto, en 2022 ha comenzado su andadura el Ciclo de conferencias de la Fundación. Se han desarrollado las tres conferencias en materia ambiental con personas relevantes en este ámbito. Con un formato consistente en una exposición inicial por el ponente invitado y un coloquio posterior con el presentador y el público asistente.

- ✓ Destinadas al público general, en formato presencial, y preferentemente sin retransmisión en streaming. Todas se han difundido en diferido con una buena aceptación.
- ✓ Se distribuyeron durante 2022, de tal modo que se hizo coincidir la segunda conferencia con la celebración del día mundial del medio ambiente, en el mes de junio, según se ha expuesto anteriormente.

En su primer año de existencia se han realizado las siguientes conferencias con una temática medioambiental:

- ✓ 1ª Conferencia: **“Tu energía es renovable”** impartida el 27 de abril de 2022 por el experto en energías renovables, Jorge Morales. Esta conferencia se realizó de forma presencial y online en streaming.



En España el precio de la energía excedentaria es mucho menor que el de la consumida, por lo que para obtener el mayor ahorro posible hay que alcanzar el **mayor grado de autoabastecimiento sin disparar los excedentes.**

**Autoabastecimiento** → **Excedentes**

Además, la venta de excedentes, según la modalidad escogida, puede tener tratamiento de actividad económica, lo que conllevaría **presentar periódicamente declaraciones** de impuesto a la generación de energía, de IVA y de IRPF.

**TU ENERGÍA ES RENOVABLE**

Jorge Morales  
EXPERTO EN ENERGIAS RENOVABLES

FUNDACIÓN CANAL  
Canal de Isabel II

- ✓ 2ª Conferencia: **“¿Cómo va a cambiar el clima en España?”** impartida el 1 de junio de 2022 por la meteoróloga Isabel Zubiaurre. Según el formato característico del Ciclo, posteriormente mantuvo un ameno diálogo con el conductor del evento.
- ✓ 3ª Conferencia: **“La Antártida y los glaciares como laboratorios del cambio climático”** impartida por el alpinista y científico, Jerónimo López el 5 de octubre de 2022. Esta conferencia suscitó mucho interés.



- ✓ Todas las conferencias fueron presentadas por el periodista Sergio Martín Herrera que contribuye con su forma de conducir los eventos a hacerlos distendidos y cercanos, sin por ello perder rigor y claridad en el mensaje de los ponentes.

Las conferencias han tenido un total de 405 participantes en directo y 1.728 visualizaciones en remoto.

**Para el año 2023 se prevén las siguientes actuaciones:**

- ✓ Se prevé celebrar 3 conferencias relativas al agua y adaptación al cambio climático. Las que se realicen durante la exposición "Somos agua" versarán, al igual que el resto de la programación sobre innovación ambiental, sobre temáticas complementarias con ella.
- ✓ Los temas se escogerán entre lo siguientes: los mares y océanos y el cambio climático, proyectos de limpieza de plásticos en los océanos, tecnología y ahorro de agua, cambio climático y fenómenos extremos, la capacidad de adaptación de las plantas al cambio climático u otras cuestiones de actualidad siempre dentro de la línea divulgativa de la Fundación (cambio climático y agua).

#### H. ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO Y EL AGUA

La Fundación Canal contribuye al conocimiento especializado y puntero del sector del agua mediante el desarrollo de estudios de investigación en colaboración con entidades u organismos expertos en la materia. Dichos estudios, una vez finalizados, son puestos a disposición pública a través de un acto de presentación, así como a través de los múltiples canales digitales manejados desde la Fundación.

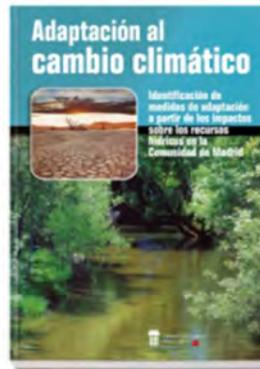
Los principales estudios desarrollados en el pasado son los siguientes:

- ✓ Estudio de análisis de la taxonomía verde europea y su aplicación al agua. 2022<sup>6</sup>
- ✓ Guía metodológica para la estimación de aportaciones mínimas a embalses en el contexto de cambio climático. 2022.  
Se prevé su presentación y publicación en enero de 2023.
- ✓ Identificación de tecnologías y soluciones innovadoras de adaptación al cambio climático. 2021.



- ✓ Análisis de las mejores prácticas en materia de inteligencia artificial y agua. 2020.
- ✓ Análisis de mejores prácticas de modelización de eventos hidrológicos extremos. 2019.
- ✓ Huella energética en el ciclo integral del agua en la Comunidad de Madrid. 2018.
- ✓ Diseño de un sistema preliminar de indicadores de impacto y adaptación al cambio climático en la Comunidad de Madrid. 2017.
- ✓ El Nexo Agua - Tierra - Energía en España. 2016.
- ✓ Agua, Energía y Cambio Climático. Tecnologías de generación eléctrica a partir de la disponibilidad de recursos hídricos en escenarios de cambio climático. 2014.
- ✓ Agua virtual y cooperación internacional. Las relaciones entre el comercio de agua virtual y la Ayuda Oficial al Desarrollo en la Cooperación Internacional. 2013.
- ✓ Adaptación al cambio climático. Identificación de medidas de adaptación a partir de los impactos sobre los recursos hídricos en la Comunidad de Madrid. 2012.

<sup>6</sup> En el momento de conclusión de este plan, está en desarrollo y se prevé que concluya al final del año



Estudios de investigación: selección de estudios llevados a cabo hasta 2021

La actividad se lleva a cabo con los siguientes objetivos principales:

- ✓ Contribuir al conocimiento especializado en el ámbito del agua y el medio ambiente
- ✓ Realizar aportaciones a la labor del Canal de Isabel II.

Para el año 2023 se prevén las siguientes actuaciones:

- ✓ Continuación de la temática en torno a la taxonomía verde ante la inminente aprobación de normativa que vincula directamente al sector del agua (objetivos 3 a 6) y en todo caso, novedades relativas a esta temática tan incipiente.

Al depender de terceros la posible innovación al respecto, se valorará como alternativa, elaborar otro estudio que aporte también valor añadido al sector del agua. Se podrá valorar por ejemplo la elaboración un estudio relativo a las soluciones de adaptación al cambio climático en proyectos sociales en el sector del agua. El último estudio de investigación que se realizó en la Fundación relativo a tecnologías innovadoras de adaptación tuvo un alcance más amplio que el propuesto en este estudio, que podría profundizar en las cuestiones más directamente asociadas al agua. No obstante, será necesario validar previamente su valor añadido a día de hoy.

## I. SUBVENCIONES PARA EL FOMENTO Y PROMOCIÓN SOCIOECONÓMICA DE POBLACIONES MENOS FAVORECIDAS EN EL ENTORNO DEL CICLO INTEGRAL DEL AGUA

El Canal de Isabel II ha desarrollado históricamente un programa de subvenciones para la realización de proyectos de cooperación internacional en materia de agua y saneamiento (programa “Canal Voluntarios”), dotando dicho programa de medios económicos y humanos. Canal de Isabel II y Fundación Canal formalizaron en noviembre de 2017, mediante convenio, el traspaso de dicho programa de subvenciones, junto con otros programas de Responsabilidad Social Corporativa.

Actualmente este programa está pendiente de arranque por cuestiones puramente administrativas ajenas a la Fundación, no obstante se continúa el proceso administrativo con vistas a disponer de unas bases aprobadas, lo cual permitiría lanzar la convocatoria.

## J. EXPOSICIÓN “SOMOS AGUA”

Exposición divulgativa dirigida al público escolar y familiar cuyo propósito es contribuir a una correcta valoración del agua en la sociedad, dando a conocer su importancia en términos de salud, historia, cultura, educación, economía, la integridad de nuestro medio natural o en nuestros hogares. Igualmente, se tratará de manera transversal la contribución de Canal de Isabel II a la gestión del ciclo integral del agua en la Comunidad de Madrid, así como a las soluciones de futuro que a él aporta.

‘Somos agua’ es una experiencia lúdica pensada y diseñada para todos los públicos que busca sensibilizar sobre la importancia del agua para la vida y la existencia cotidiana, así como inspirar el cambio para afrontar el mayor reto del siglo XXI: la conservación y la gestión del agua, un elemento esencial de la vida en nuestro planeta, y hacerlo desde una mirada ambiental, cultural e histórica.

La exposición es de producción propia. Desde el área de Innovación ambiental se ha supervisado la preparación de los contenidos de carácter ambiental y técnico, procurando garantizar su rigor y presentación de forma que sean fácilmente comprensibles por el público objetivo de la exposición.

En 2023, según se ha podido leer en los apartados anteriores, la mayoría de las actividades del área se relacionarán con la exposición de algún modo, procurando complementarla y suscitar así el interés en visitarla y a los que lo hayan hecho, animarles a ampliar su curiosidad sobre la información que han encontrado.

Además, se presentará el estudio concluido en 2022 sobre “Guía metodológica para la estimación de aportaciones mínimas a embalses en el contexto de cambio climático” citado más arriba. Aunque pendiente de concreción de fecha, se prevé celebrar el evento de presentación en enero de 2023.

## 2) Recursos humanos a emplear en las actividades previstas.

Estas actividades serán coordinadas por el personal de la Fundación en colaboración con empresas adjudicatarias y proveedores.

## 3) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.

El número de beneficiarios o usuarios previstos para el conjunto de actividades de la LÍNEA DE ACTIVIDAD 1 está en el entorno de 96.000 participantes, todos ellos beneficiarios directos a través de la participación presencial o digital, o a través de la visualización de contenidos.

ACTIVIDAD	Participantes (directo)		TOTAL
	Presenciales	Digitales	
Canal Educa	47.000	6.000	53.000
Día Mundial del Agua	120		120
Día Mundial para la Innovación	150		150
Talleres científico-ambientales	400	-	400
Rutas del agua multimedia	600	-	600
Conferencias ambientales	300	-	300
Exposición “Somos Agua”	72.000	-	72.000
<b>TOTAL</b>			<b>126.570</b>

Nota: la previsión de visitas *online* (en remoto) a las actividades de Canal Educa, Día mundial del agua, Día mundial para la innovación, blog y videoblog ambiental, conferencias ambientales y las descargas de los estudios de investigación, se computan en el apartado dedicado a la Línea 4: Comunicación, marketing y RRSS.

## LÍNEA DE ACTIVIDAD 2. ARTE Y CULTURA

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	ARTE Y CULTURA
Tipo de actividad	ACTIVIDAD FUNDACIONAL
Lugar donde se realiza la actividad	- SALAS DE EXPOSICIONES (MATEO INURRIA 2, CASTELLANA 214) y AUDITORIO - ACTIVIDADES DIGITALES A TRAVÉS DE LA WEB

Identificación de objetivos fijados en el artículo 5 de los estatutos de la Fundación que dan apoyo a esta línea de actividad:

- Fomentar la acción divulgativa, artística y cultural en relación con el ciclo integral de agua bajo un enfoque de conservación, valoración y protección del recurso, así como del medio ambiente en sentido amplio.
- Promover el conocimiento a través de acciones divulgativas, artísticas, culturales o de cualquier otra índole de interés general, de acuerdo con las áreas de interés tanto del Canal de Isabel II, como de la Comunidad de Madrid.
- Reforzar, a través de sus actuaciones y de una adecuada política de comunicación de las mismas, la presencia del Canal de Isabel II S.A. y de la Fundación, así como de la Comunidad de Madrid, en la sociedad.

Identificación de actividades fijadas en el artículo 5 de los estatutos de la Fundación que dan apoyo a esta línea de actividad:

- ✓ Organizar y divulgar, a través de cualquier medio o soporte, actividades de interés general en las áreas de conocimiento de las Humanidades y de las Ciencias, así como otras más específicas, a través de la programación de: exposiciones, conciertos, intervenciones artísticas, convocatorias, foros, entre otras manifestaciones culturales, que puedan celebrarse en la sede de la Fundación o en espacios acordes con su posicionamiento.

Los estatutos recogen textualmente que *“La enunciación de los citados fines y actividades no les otorga orden de prelación alguno, ni obligación de atender todos los fines ni realizar todas las actividades descritas”*.

### Justificación de esta línea de actividad

El denominador común de la actividad de la Fundación en su conjunto es la generación de conocimiento en cualquiera de las vertientes que los fines fundacionales abarquen. Así, desde el inicio de su actividad, la Fundación ha buscado posicionarse como un generador de contenidos de alta calidad presentados de forma muy accesible para todos los públicos, un nicho que hasta el momento no estaba claramente ocupado por ninguna institución.

La cultura es, cada vez más, una potente herramienta de RSC, y una demanda constante de la ciudadanía. De hecho, los datos de asistencia de público a las actividades de arte y cultura

crecen de forma constante, y en las encuestas de satisfacción que se efectúan en las propias actividades obtienen unos grados de satisfacción muy altos, de media en torno al 90%.

Para ello es necesario seleccionar muy cuidadosamente contenidos accesibles a todos los grupos de interés, con temáticas muy diferenciadas y poco habituales, de una calidad indiscutible y que permitieran al público una aproximación cercana, amable y diferente. En definitiva, el propósito de la Fundación ha sido generar un sello de calidad que sirva de garantía de satisfacción, tanto al espectador más experto como al más ocasional, de una experiencia satisfactoria marcada por la calidad, bajo un enfoque claramente divulgativo.

### Ideas fuerza de la línea de Arte y Cultura

Generación de marca, excelencia, calidad, accesibilidad, cercanía y amabilidad, atributos que se desea vincular con la marca Canal de Isabel II.

### Descripción detallada de la actividad prevista:

Las actividades previstas por la Fundación para esta línea son:

#### A. EXPOSICIONES:

Es la actividad que más visibilidad y beneficiarios da a la Fundación y la que genera un mayor reconocimiento entre la población. Las exposiciones se organizan en dos salas diferentes, con calendarios, programación y presupuestos diferenciados.

### SALA MATEO INURRIA 2:

La Fundación ha retomado su trayectoria habitual de inaugurar en esta sala tres exposiciones cada año, interrumpida con la situación de incertidumbre generada por la crisis del COVID, a raíz de la cual se inauguraron en 2020, 2021 y 2023 únicamente dos exposiciones, de mayor duración cada una.

Exposiciones Sala Mateo Inurria 2: PRESUPUESTO		
	2022	2023
Costes directos (*)	265.100 €	490.000 € (**)

(\*) Aproximación de costes directamente imputables a las exposiciones en exclusiva, excluyendo otros costes como la recepción, la difusión conjunta de actividades, servicios prestados por adjudicatarios de licitaciones que prestan servicio a más actividades, etc.

(\*\*) En 2023 se inaugurarán tres exposiciones, a diferencia de las dos que se inauguraron en 2022. También se imputan aproximadamente 20.000 € por exposición que en 2022 no estaban computados como gastos directos y figuraban en otros apartados del presupuesto

Exposiciones Sala Mateo Inurria 2: COSTE POR ASISTENTE		
	2022 (***)	2023 (estimación)
Asistentes	87.490	94.350
Coste por asistente estimado	3,03 €	5,19 € (****)

(\*\*\*) Proyección de cierre a 25 de octubre de 2022.

(\*\*\*\*) En 2023 se están imputando una exposición más que en 2022 y nuevos costes directos, aproximadamente 20.000 € por exposición (60.000 €), que en 2022 no se consideraron en esta parte del presupuesto.

**En 2023 están previstas las siguientes exposiciones en esta sala:**

✓ FEBRERO - ABRIL:

**JAQUES LARTIGUE: LA VIDA EN COLOR** (título provisional). Exposición fotográfica de 150 obras dedicada a uno de los maestros del color en la fotografía. La exposición se centra en el motivo principal de la trayectoria vital y artística de *Lartigue*, consistente en capturar instantes felices. Para ello *Lartigue* experimentó intensamente con el color a lo largo de toda su vida como herramienta que le permitiera avanzar en este propósito vital.

Esta exposición estuvo previamente programada en 2021, pero se tuvo que suspender tras la reestructuración de la programación expositiva causada por el COVID.

Comisaria: Anne Morin.

✓ MAYO – JULIO :

**EL MADRID DE LOS 80** (título provisional). Con motivo del XL aniversario de la aprobación del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid, la Fundación producirá, en colaboración con *PhotoEspaña*, una exposición fotográfica que ponga de manifiesto el papel dinamizador desempeñado por Madrid en los años 80, germen de los profundos cambios experimentados en España que a lo largo de 40 años han ido conformando la sociedad de nuestros días.

Comisariado: La Fábrica

✓ OCTUBRE 2023 - ENERO 2024:

**ARTISTAS Y MODELOS. PASIÓN, CREACIÓN Y ECLIPSE** (título provisional). Exposición de producción propia y de marcado carácter didáctico divulgativo. A través de aproximadamente 80 obras entre dibujos y grabados, la exposición cuenta la importancia de la “musa” o del “compañero” en el proceso creativo del artista, tanto hombre como mujer. Para ello se presentará una selección de grandes artistas universales, abarcando las corrientes de finales del S. XIX, las grandes vanguardias históricas del S.XX y con una incursión en arte contemporáneo.

El visitante podrá contemplar tanto el retrato del artista como retratos de quienes inspiraron a estos grandes hombres y mujeres de la Historia del Arte. Se reunirán préstamos de colecciones públicas y privadas. Comisaria: Rosario Sarmiento.

✓ ACTIVIDADES EN FORMATOS DIGITALES:

Además de las visitas presenciales, la Fundación ofrece la posibilidad de visitar las exposiciones *on line*. Para ello se crearán sendos *sites* que permitan hacer un recorrido virtual en 3D por la exposición y detenerse y apreciar desde su ordenador o dispositivo móvil todas y cada una de las obras que la componen, los textos explicativos que completan la muestra, así como sus llamativos montajes.

**SALA CASTELLANA 214:**

Las exposiciones de Castellana 214, además de financiarse con la aportación que anualmente recibe la Fundación por parte del Canal para el desarrollo de sus fines fundacionales, cuentan con un grado de financiación importante proveniente de la venta de entradas y del cobro de servicios complementarios.

Estos proyectos tienen un modelo de explotación relativamente estable, donde las principales variaciones son: el *fee* negociado para los préstamos, transporte y seguros.

En noviembre de 2023 se inaugurará la exposición “*El muro de Berlín. Vivir en un mundo dividido*”, una producción de *Musealia*, que se alojará en la Sala Castellana 214 a riesgo y ventura del promotor. Por este motivo las condiciones económicas y de explotación cambian completamente y se reducen notablemente los gastos para la Fundación. La Fundación recibirá un porcentaje de los ingresos de la exposición regulado en un contrato entre las partes.

La muestra, actualmente en proceso de creación y producción por *Musealia* y el *Museo Memorial del Muro de Berlín*, contará con un equipo internacional de comisarios y expertos en su historia, y permitirá además exponer una importante colección de objetos originales (entre los que se incluyen grandes fragmentos del propio Muro). Se pondrá un énfasis muy especial en su misión didáctica y en su enfoque educativo.

Se complementará con un ciclo de actividades complementarias en el auditorio de la Fundación, cuya primera actividad está prevista en diciembre de 2023.

En 2022 se programó en esta sala una exposición de marcado carácter medioambiental, razón por la cual esta se integró dentro de la línea de actividad número 1 INNOVACIÓN AMBIENTAL y no en la línea 2 ARTE Y CULTURA, como históricamente se viene imputando.

Exposiciones en Sala Castellana 214:		
	2022	2023
Presupuesto	0 €	10.000 €
Asistentes estimados	0 €	56.100
Coste por asistente estimado	0 €	0,17 €

#### B. CICLO DE CONFERENCIAS DE LA FUNDACIÓN CANAL:

Sesiones de formato variado en las que se contemplan las charlas coloquio, coincidiendo con las exposiciones, en las que se busca generar conocimiento y profundizar en cuestiones de interés relacionadas con los temas centrales de cada exposición, tanto de la sala Mateo Inurria como de la sala Castellana 214.

Se prevén tres conferencias del área de Arte y Cultura en 2023, en febrero, junio y noviembre, siendo estos meses susceptibles de cambio en función de las necesidades generales del conjunto de la programación de la Fundación.

#### ACTIVIDAD DIGITAL:

Las conferencias se grabarán y se ofrecerán en *streaming* a través de la web de la Fundación.

#### C. VISITAS-TALLER PARA FAMILIAS A LAS EXPOSICIONES:

Para acercar las exposiciones a niños de 3 a 6 y de 7 a 12 años de una forma lúdica y adecuada a su edad. Después de descubrir las claves de la exposición durante la visita a través de conversaciones y juegos guiados por un educador, los participantes experimentan y ponen en práctica en los talleres lo aprendido durante la visita.

##### ACTIVIDAD DIGITAL:

Se producirá una versión digital de video taller para cada una de las exposiciones con un breve recorrido por la exposición y actividades especialmente diseñadas para poder realizar en casa.

#### D. VISITAS GUIADAS A LAS EXPOSICIONES:

Realizadas por servicios profesionales y adaptadas a discapacidades intelectuales.

##### ACTIVIDAD DIGITAL:

Se producirá una versión digital de visita guiada para cada exposición de Mateo Inurria.

#### E. ACTIVIDADES PARA CENTROS ESCOLARES EN LAS EXPOSICIONES:

Adaptación de las visitas-taller para familias dirigidas a centros escolares.

##### ACTIVIDAD DIGITAL:

Recurso didáctico dirigido a profesores de E.S.O. y de Bachillerato. Les proporciona las herramientas adecuadas para que los profesores puedan preparar de antemano una visita a la exposición con los alumnos. Cada una de las propuestas está pensada para hacer más atractivo para los participantes, y los contenidos de cada ficha se enlazan con los contenidos curriculares de cada tramo educativo.

#### F. "FOTO TALLERES":

En colaboración con el festival internacional de fotografía PHotoEspaña. Los jardines de la Fundación acogen los sábados del mes de junio talleres fotográficos infantiles y juveniles, impartidos por fotógrafos especializados en enseñanza. Los talleres permiten a los participantes familiarizarse y profundizar en los principales conceptos y principios de la fotografía.

#### G. CONCURSO FOTOGRÁFICO:

##### ACTIVIDAD DIGITAL:

En el mes de junio, coincidiendo con la exposición Somos agua en la Sala Castellana 214, y con la exposición fotográfica El Madrid de los 80, la Fundación organizará durante y en colaboración con el festival de fotografía *PHotoEspaña*, un concurso fotográfico relacionado con el agua en Madrid. Estará dirigido a público general adulto y contará con un primer premio y dos accésit.

#### H. CICLO DE MÚSICA DE CÁMARA FUNDACIÓN CANAL:

Once conciertos de música de cámara, el último domingo de cada mes excepto julio, agosto y septiembre, y en el mes de diciembre, interpretados por solistas de la Orquesta y Coro de la Comunidad de Madrid (ORCAM).

Es el ciclo de actividad más antiguo de la Fundación (2002) y está sólidamente consolidado en el panorama musical de Madrid, por su calidad y variedad.

Ciclo de música de cámara: PRESUPUESTO		
	2021	2022
Coste de actividad (*)	43.500	49.100 (**)

(\*) costes directamente imputables a la organización de la actividad sin contar servicios generales o servicios incluidos en contratos de licitación conjunta para las actividades

(\*\*) se incrementa porque se producirán nuevos contenidos audiovisuales

Ciclo de música de cámara: COSTE x ASISTENTE (Ratio sobre coste actividad)		
	2022 (***)	estimación 2023
Asistentes	5.277	5.340
Coste por asistente	8,24 €	9,19 €

(\*\*\*) Proyección de cierre a 25/10/22

#### ACTIVIDAD DIGITAL:

- Grabaciones en audio: Se grabará en vivo el audio de todos los conciertos y se ofrecerán como *podcasts* en la web de la Fundación. Adicionalmente se grabarán notas al programa de carácter didáctico y divulgativo que se ofrecerán como contenido extra.
- Grabaciones en vídeo: De los once conciertos, cinco de ellos (tres más que en 2022) se graban en vídeo en directo y con público y se ofrecen en diferido a través de la web.

También se grabará un vídeo dando a conocer el programa general del ciclo, y cada una de las cinco notas didácticas al programa, comentadas por un reconocido divulgador musical.

#### I. CICLO 'MÚSICA EN FAMILIA':

Dos conciertos didácticos para público familiar para fomentar el gusto por la música clásica en los niños.

#### ACTIVIDAD DIGITAL:

- Se grabarán en video ambos conciertos y se ofrecerán como *podcasts* en la web de la Fundación.

#### 2) Recursos humanos a emplear en las actividades previstas.

Estas actividades serán coordinadas por el personal de la Fundación, en colaboración con empresas adjudicatarias y proveedores.



### 3) Beneficiarios o usuarios previstos para la línea de actividad

El número de beneficiarios o usuarios previstos para el conjunto de actividades de la L2 es de 160.831 personas.

ACTIVIDAD	Participantes (directo)		TOTAL
	Presenciales	Digitales	
Exposiciones Sala Mateo Inurria 2 y activ. vinculadas	79.050	15.300	94.350
Exposiciones Sala Castellana 214	56.100	0	56.100
Ciclos de música de la Fundación Canal	2.542	3.529	6.071
Otras actividades	2.015	2.295	4.310
<b>Total</b>	<b>139.707</b>	<b>21.124</b>	<b>160.831</b>

*La recaudación anual por reserva de asiento de las actividades del auditorio se dona anualmente a una entidad sin ánimo de lucro.*



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 3. PUBLICACIONES

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	PUBLICACIONES
Tipo de actividad	ACTIVIDAD FUNDACIONAL
Lugar donde se realiza la actividad	SEDE FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

### Descripción detallada de la actividad prevista.

Las publicaciones<sup>7</sup> previstas por la Fundación para este año son:

- A. Catálogos de las tres exposiciones de la Sala Mateo Inurria, 2
- B. Publicaciones digitales de proyectos de investigación
- C. Memoria anual de actividades de la Fundación Canal (digital)

### 2) Recursos humanos a emplear en las actividades previstas.

Estas actividades serán coordinadas por el personal de la Fundación

### 3) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.

La tirada prevista para los catálogos de las exposiciones es de 1.500 unidades. Por otra parte, el número previsto de descargas de publicaciones digitales de la web de la Fundación Canal es de 3.000 descargas<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Tras la aprobación el 31 de octubre de 2016 del acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se aprueba el Código Ético de los altos cargos de la administración de la Comunidad de Madrid y de sus entes adscritos, la Fundación ha aplicado los criterios de austeridad previstos en lo relativo a la edición de publicaciones en papel, reduciéndose la misma a aquellos de temática cultural, como es el caso de los catálogos de las exposiciones. El resto de las publicaciones se realizan en formato digital.

<sup>8</sup> Estimación realizada en base al dato de cierre de 2021.



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 4. COMUNICACIÓN, MARKETING Y RRSS

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	<b>COMUNICACIÓN Y MARKETING</b>
Tipo de actividad	ACTIVIDAD FUNDACIONAL
Lugar donde se realiza la actividad	MEDIOS PROPIOS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

### Descripción detallada de la actividad.

El área de comunicación, marketing y RRSS atiende los objetivos generales de la Fundación y gestiona la comunicación y el plan de marketing de los proyectos y actividades en coordinación con las áreas de contenido.

A continuación, se detallan los datos transversales relativos a la comunicación externa de la actividad durante el año 2022 (a 15-10-2022), así como los objetivos para 2023.

Dividiremos los datos 2022 y objetivos para 2023 según el tipo de medios utilizados:

- Medios de comunicación
- Medios propios: web, boletines, RRSS, blog y videoblog, envíos postales.
- Publicidad

En el Plan de actuación 2022 se estableció como objetivo seguir aumentando la audiencia de la Fundación a través de los diferentes canales de comunicación externa con una estrategia multicanal coordinada. El cuadro a continuación recoge dichos objetivos y su grado de alcance, así como los objetivos previstos por tipo de medios para 2023.

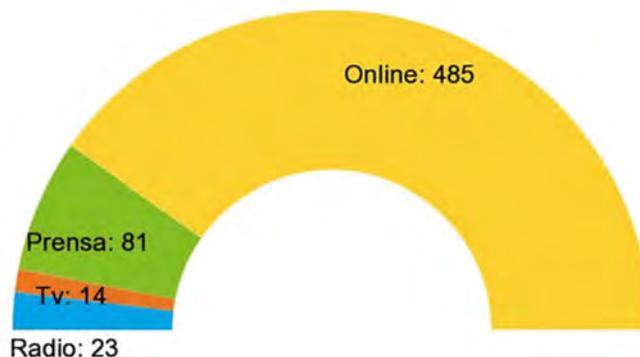
	<b>DATO CIERRE 2021</b>	<b>PREVISIÓN CIERRE 2022</b>	<b>OBJETIVO 2023</b>
<b>WEB</b>	217.000 usuarios	248.500 usuarios	<b>Incremento de usuarios del 3%</b> respecto al dato de cierre de 2022.
<b>RRSS</b>	133.000 seguidores	151.000 usuarios	<b>Incremento agregado de seguidores del 3%</b> respecto al dato de cierre de 2022.
<b>E-MAIL MARKETING</b>	56.000 suscriptores <sup>1</sup>	49.000 suscriptores	<b>Incremento de suscriptores del 5%</b> respecto al dato de cierre de 2022.
<b>BLOG</b>	4.000 visitas	10.760 visitas	<b>Incremento de visitas del 10%</b> respecto al dato de cierre de 2022.
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	320.000 mill. impactos de audiencia	350.700 mill. impactos de audiencia	<b>Incremento de impactos de audiencia del 5%</b> respecto al dato de cierre de 2022.

<sup>1</sup> En 2022 se realizó una limpieza obligatoria de la base de datos eliminándose aproximadamente un 13% de los contactos, pasando de 56.000 a 47.000.

## A. MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ALCANCE Y VALORACIÓN

Hasta el 15 de octubre de 2022 la actividad ha generado más de 600 apariciones en medios de comunicación lo que lleva aparejados 4,8 millones de euros de valoración económica y 262 millones de impactos de audiencia.

A continuación, se muestra la distribución por tipo de medio:



La gran mayoría de las publicaciones son consecuencia de la **comunicación proactiva a medios de las actividades**, combinando el envío de notas de prensa y la gestión directa de reportajes y entrevistas. Las notas de prensa se envían en función de las necesidades de comunicación de la Fundación en su conjunto. Anualmente se realiza una previsión en función de las actividades recogidas en el plan de actuación, pero dicha planificación se adapta de forma orgánica a cada momento comunicativo, no existiendo una frecuencia media de envíos y dependiendo la cantidad de notas enviadas de la planificación realizada anualmente.

Las apariciones en medios han supuesto **4,8 millones de euros de valoración económica** (valor publicitario equivalente) y **262 millones de audiencia**.

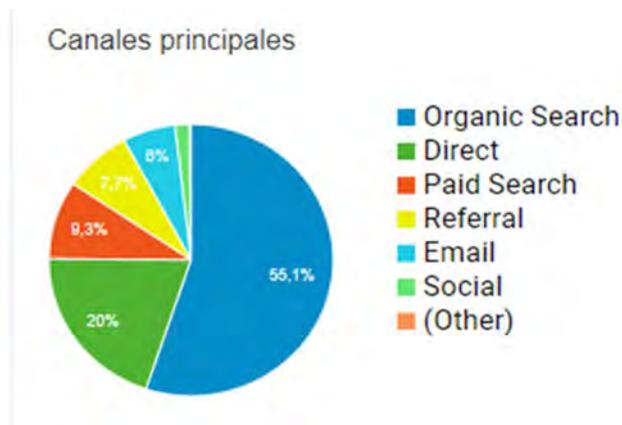
## B. MEDIOS PROPIOS: ALCANCE Y VALORACIÓN:

### B.1. SITIO WEB

El sitio web es la principal herramienta de comunicación y marketing digital, con dos objetivos perseguidos: por un lado, la difusión de las actividades y programas; por otro servir de plataforma de marketing para otras herramientas de comunicación y promoción como boletines, publicidad digital y acciones de posicionamiento orgánico (SEO).



Si miramos el tráfico en función de individuos hablamos de **166.507**, un 98% de ellos nuevos usuarios que han permanecido en el sitio unan media de 1,46 minutos. Respecto a los canales **de tráfico**, el orgánico concentra el 55,1%, seguido del tráfico directo con un 20%. En tercer lugar lo ocupa el tráfico generado por *Google Grants*, con un 9,3%; seguido del tráfico referido, con 7,7% y los boletines con un valor del 6%. El siguiente gráfico detalla las fuentes principales:



En el marco de difusión de actividades y programas, y en términos de comportamiento del usuario, la web de la Fundación tuvo 464.912 visitas a página.

Los **contenidos más visitados** en la web son los expositivos con un 36% del tráfico (agregando la visita virtual a la exposición de Mateo Inurria), seguidos por Canal Educa con 24,7% y Ciclo de música de cámara con un 7,9%.

La inclusión de banners de promoción de Canal Educa en la home de Fundación Canal sigue arrojando datos crecientes de tráfico y de visualización de recursos educativos y publicaciones (más de 16.900 descargas de materiales interactivos en este periodo).

En cuanto a la estrategia de contenidos en el sitio, y con el objetivo de dar cabida a los **nuevos contenidos digitales**, se han realizado mejoras de implementación y desarrollo de contenidos en las páginas de exposiciones, conciertos y conferencias, añadiéndose la grabación íntegra de estas últimas a la ficha de actividad.

Igualmente, para dar **mayor visibilidad a los contenidos divulgativos ambientales**, la página de inicio ha reforzado sus contenidos con el blog en sus formatos texto y audio y vídeo y se ha mejorado la programación del blog multimedia.

Para atender al segmento de público turismo cultural extranjero y como elemento de posicionamiento de marca, durante 2022 se ha seguido trabajando en la traducción integral del sitio al inglés. Siendo las páginas de exposiciones las que registran el mayor porcentaje de tráfico en este idioma.

En cuanto a plataforma de marketing digital para promoción de las actividades, en enero 2022 se continuó con la estrategia del plan de marketing puesto en marcha en 2021 y se incrementó su alcance con nuevas acciones.

Como elemento de mejora base de otras acciones, en 2021 se realizó la **configuración de medición en Google Analytics (GA)** y la **implementación de objetivos de conversión en el sitio**. Este aspecto es una mejora notable ya que permite el seguimiento de las acciones buscadas por parte del usuario en el sitio y la actuación sobre las mismas. Hasta el momento los controles incorporados para [www.fundacioncanal.es](http://www.fundacioncanal.es) son:

- Reserva de entradas
- Visita virtual exposiciones
- Compra en tienda
- Descarga de publicaciones
- Suscripción al boletín de actividades

Para [www.fundacioncanal.com/canaleduca/](http://www.fundacioncanal.com/canaleduca/) son:

- Canal Educa: inscripción a actividades
- Canal Educa: suscripción al boletín
- Canal Educa: descarga recursos interactivos
- Canal Educa: descarga de publicaciones

En el gráfico se observan los datos de consecución de dichos objetivos durante 2022.



Los principales canales de conversión en 2022 son los siguientes:

Canal	% de conversiones totales
Directo	52,19 %
Búsqueda orgánica	40,24 %
Referencia	15,02 %
Correo electrónico	11,85 %
Búsqueda de pago	3,12 %
Red social	1,41 %

La clave en la interpretación de estos datos está en el porcentaje de **tráfico de referencia**, que puede proceder tanto de compartir enlace en redes sociales, de menciones en otras páginas web (por ejemplo, medios de comunicación o prescriptores que colocan un enlace a nuestra web en su home), o de blogs. Tener un tráfico referido de calidad mejora el posicionamiento en buscadores.

Con objeto de incrementar la captación de usuarios se ha realizado la implementación **‘llamada a la acción’ (CTA) para suscripción al boletín** en todas las páginas de Publicaciones.

De cara a mejorar el posicionamiento orgánico mediante contenidos y campañas se ha realizado la **identificación y keyword de interés para la FC según búsquedas** de los usuarios.

Por otro lado, se han realizado diversas **revisiones e implementaciones técnicas** para las necesidades de marketing digital orientadas a la eficiencia de la gestión, la optimización de recursos, la seguridad y la protección de datos. Las principales acciones a este nivel han sido:

- El sitio se somete periódicamente a un chequeo de **Cookiebot**.
- **Revisión de rendimiento y velocidad**: este año se ha incorporado una plataforma para optimizar el rendimiento (*Cloudflare*).

#### Las principales acciones previstas para 2023 son:

- **Mejoras en el call to action** de suscripción al boletín, añadiéndolo a la parte superior de la home.
- **Mejoras en el call to action de cada actividad** visibilizando mejor la reserva de plazas o descarga de materiales.
- **Repositorio** de contenidos *on line*.
- Implementación de una **landing page de actividad familiar** que integre toda la actividad para este segmento y permita la distribución externa (orgánica y de campañas) de los contenidos.
- **Mejora de la usabilidad del Blog** que permita además la venta cruzada de contenidos ambientales.

#### B.2. REDES SOCIALES

La Fundación Canal cuenta con más de **129.000 seguidores** entre todos sus perfiles de redes sociales (Incluye: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y LinkedIn tanto para Fundación Canal y Canal Educa), lo que supone un **aumento del 8%** respecto a 2021. En términos generales, los perfiles de RRSS continúan su crecimiento con datos muy positivos, tanto en número de seguidores como en interacción y alcance.

El siguiente gráfico muestra la evolución de las redes sociales durante el 2022 respecto al periodo anterior.



	nov-20	oct-21	oct-22	evolución	evolución %
Twitter	79.724	79.378	79.096	-282	-0,30%
Facebook	15.236	16.233	16.747	514	3%
Instagram	14.064	17.358	19.189	1.831	9,50%
YouTube	620	971	1.520	549	36,10%
LinkedIn	1.999	2.875	3.680	805	21,80%
	111.643	116.815	120.232	3.417	2,80%

A continuación, se detallan los seguidores y evolución por cada uno de los perfiles:

**Twitter: 80.216 total seguidores**

@FundacionCanal: 79.096 seguidores (- 282 respecto a oct.2020/ - 0,3%)

@Canal\_Educa: 1.120 seguidores (+ 47 respecto a oct. 2021)

**Facebook: 25.716 total seguidores**

FB- Fundación Canal: 16.747 seguidores (+ 514 respecto a oct. 2021/ +3%)

FB- Canal Educa: 8.969 seguidores (- 39 respecto a oct. 2021)

**Instagram: 20.164 total seguidores**

IG- Fundación Canal 19.189 seguidores (+ 1.831 respecto a oct. 2021/ +9,50%)

IG- Canal Educa 975 seguidores (+ 151 respecto a oct. 2021)

**LinkedIn: 3.680 seguidores (+ 805 respecto a oct. 2021/ +21,8%)**

**Youtube: 1.520 suscriptores (+ 549 respecto a oct. 2021/ +36,10%)**

**Google Business:**

403.000 visualizaciones en el último trimestre (Ficha de Google Maps)

1.117.581 visualizaciones en el último trimestre (Búsqueda en Google)

A la vista de los datos cabe extraer algunas reflexiones:

- La creciente incorporación de contenidos y actividades *on line* ha impulsado un **aumento relevante en suscriptores de YouTube**.
- Es relevante el **aumento de suscriptores en LinkedIn** desde que comenzó a incluirse esta red en la estrategia orgánica y de marketing
- Sólo la cuenta de Twitter ha sufrido un descenso del 0,3%, registrándose una atenuación en la caída de seguidores en los últimos meses. Esta caída viene produciéndose desde julio-agosto de 2021, a consecuencia de un incremento de un 44% en los seguidores de Twitter debido a la celebración de RESET. Al finalizar dicho evento, comenzó una leve caída en los seguidores que sigue desde entonces.

Una de las funciones principales de los perfiles sociales es generar tráfico al sitio web, destino donde el usuario participa y se informa. Actualmente la **contribución de las redes sociales al**

sitio es del **1,8%**, siendo en 2021 del **8%**. Este porcentaje ha sufrido una drástica caída tras el hackeo de la cuenta de Facebook el 18 de julio de 2022. Desde entonces la Fundación Canal ha visto restringida su capacidad para realizar inversión en social marketing en las plataformas de Meta: Facebook e Instagram.

Se han realizado distintas acciones y consultas para recuperar esta facultad, pero hasta la fecha (15 de octubre de 2022) ninguna de ellas ha dado resultado. Nuestro caso está siendo revisado administrativamente por Meta sin que los técnicos a cargo de esta revisión ofrezcan una fecha de posible resolución.

### Las principales acciones previstas para 2023 son:

- Con vistas a promocionar la exposición ‘Somos agua’ en Facebook e Instagram se utilizarán dichas plataformas de Canal de Isabel II como cuentas emisoras de publicidad.
- Utilizar las plataformas de **Canal Educa como emisoras de publicidad** para Fundación Canal.
- Aumentar en un **3% el tráfico a la web y la interacción** desde los canales sociales.
- Reforzar las **estrategias de amplificación** con perfiles afines y colaboradores.
- **Incrementar el posicionamiento ambiental** de la Fundación.
- Compensar la falta de tráfico a la web desde las RRSS por la caída de la publicidad con la **mejora del engagement** con la comunidad mediante acciones promocionales, como descargas de productos.

### B.3 MAIL MARKETING

Durante 2022 la Fundación ha realizado un cambio de proveedor en el servicio de email marketing, pasando de usar la empresa estadounidense *Mailchimp* a la española *Mailrelay*. Con esta acción se ha conseguido **recuperar el control de la base de datos y su depósito de nuevo en territorio de la Unión Europea**, con lo que ello ha significado en cuanto a la simplificación de las políticas de GDPR en la web de Fundación Canal.

Aparejado a este cambio se ha registrado un importante número de correos registrados en la lista negra que se han eliminado de la base de datos, pasando de los 53.000 de 2021 a 47.000 contactos tras la limpieza (-13%). Actualmente, hay casi 49.500 contactos, tras varias campañas de social marketing realizadas en las plataformas de Meta antes del hackeo y en LinkedIn, además de campañas de comunicación orgánica.

**La media mensual de incremento de nuevos suscriptores es de 300.** En el último año han mejorado los datos de comportamiento de los usuarios como el porcentaje de aperturas: 30% y los clics: 4,5%. Respecto a las visitas a la web a través del email marketing, el porcentaje es del 6% y el porcentaje de conversión, del 11,8%.

La recogida de suscripciones se realiza desde marzo de 2022 atendiendo a tres posibles **grupos de interés**: en actividades culturales, actividades de divulgación ambiental y todo tipo de actividades. El objetivo es diversificar el envío cuando estos grupos tengan masa crítica para

ello. En estos momentos, el grupo más grande es el de los suscriptores interesados en todas las temáticas, seguido de los interesados en temas culturales.

La frecuencia de envío de boletines es de 2 de media mensual, a excepción del mes de julio y agosto. En cuanto a los contenidos incluidos en los boletines, en su mayor parte están vinculados a la oferta de actividad (exposiciones, talleres y conciertos principalmente) así como contenidos divulgativos del blog; contenidos audiovisuales (grabación de las actividades) y en menor medida se distribuyen contenidos corporativos (como la Memoria).

#### Las principales acciones previstas para 2023 son:

- **Reenvío sistemático y automatizado de newsletters** a los suscriptores que no hayan abierto el primer envío 48h después del mismo.
- Seguir con la recogida de suscripciones en función de los grupos de interés.
- **Segmentación de los envíos** en función de los intereses de cada grupo.
- **Aumentar el número de suscriptores** mediante incentivos: descargas gratuitas, sorteos en redes sociales...
- Envíos temáticos para promocionar temáticas ambientales.
- **Campañas de social marketing** para promover la suscripción a la *newsletter*.
- **Campañas orgánicas** con promociones especiales para promover la suscripción a la *newsletter*.

#### B.4. BLOG Y VIDEOBLOG

Desde su puesta en marcha en julio 2020 el blog de la Fundación ha publicado 36 entradas de texto y audio. En 2022 se decidió hacer un vídeo por cada entrada del blog, de manera que durante este año serán seis los vídeos que formarán parte del blog multimedia de la Fundación Canal.

En 2022 se comenzó a reescribir los textos para su versión podcast, partiendo de la base de que no es lo mismo escribir para ser leído que para ser dicho y la complejidad de los datos e informaciones contenidas en el blog hacía que la atención en la versión podcast decaiga muy rápido.

Para **reforzar la presencia de los contenidos de divulgación ambiental**, la página de inicio cuenta con una sección permanente para el blog en sus formatos texto y audio y vídeo. Dichos contenidos han obtenido **cerca de 8.500 visitas (hasta el 15 de octubre)**.

Los vídeos, centrados en grandes temas como energía sostenible, reducción de emisiones, mitigación del cambio climático y ecosistemas saludables, han sido distribuidos coincidiendo con fechas relevantes de la agenda informativa en materia de sostenibilidad.

En las entradas habituales de texto/audio algunos de los contenidos que más interés han generado (mayores tasas de tráfico) han sido los relacionados con cómo almacenar la energía y las renovables y la independencia energética.

Todos los contenidos del blog han sido reforzados durante 2022 mediante una campaña de publicaciones orgánicas en redes sociales, especialmente durante los meses de verano, cuando menos contenidos culturales difunden las redes de la Fundación. Con ello hemos conseguido dos objetivos: mantener las redes activas con **comunicaciones de alto interés**, debido a la crisis energética y a las sucesivas olas de calor, y **transmitir un mensaje positivo con soluciones a la dependencia energética y de adaptación al cambio climático** 100% alineadas con los propósitos de la Fundación Canal.

**Las principales acciones previstas para 2023 son:**

- Campañas continuas de *Google Grants* para promocionar los contenidos del blog.
- Campañas ocasionales de social marketing en LinkedIn para promocionar contenidos del blog y la suscripción al mismo.
- Campañas orgánicas para promocionar los contenidos del blog multimedia en redes sociales.
- Comunicación de los contenidos del blog en la *newsletter*.
- Ubicar un banner en el carrusel de la home cada vez que se actualice el blog.

**B.5. CANAL POSTAL**

Si bien la digitalización de la comunicación es mayoritaria en todos los canales y formatos, la programación de actividades mantiene el tradicional canal postal para un grupo reducido de unos 200 contactos institucionales y organizaciones clave. Mensualmente se envía una o dos piezas en formato tarjetón con las principales actividades. De igual forma, las invitaciones para las inauguraciones de las exposiciones se envían también a un grupo reducido de contactos.

**C. PUBLICIDAD**

En abril de 2021 se incorporó un activo notable a los recursos publicitarios de la Fundación a través de *Google Grants*, una subvención de 700 euros mensuales en *Google Ads* (publicidad de texto en búsquedas) para entidades sin ánimo de lucro. Esta partida se empezó a aplicar en mayo de 2021, destinada en su mayoría a la promoción de RESET. Una vez finalizado el evento las campañas se configuraron para atender a todos los programas de la Fundación.

Durante 2022 se realizó un estudio en profundidad de las campañas activas, encontrándose que existían una serie de campañas de promoción cuyos titulares podían ser malinterpretados como ofertas de trabajo y que tenían mucho impacto en buscadores. Paralelamente, también se había registrado una elevada tasa de rebote en los visitantes a la web de la Fundación Canal que se está viendo reducida paulatinamente desde que se corrigieron dichas campañas dudosas.

En cuanto a publicidad tradicional, hasta ahora solo las exposiciones de la Sala Castellana 214 contemplaban inversión en medios bajo licitación. En 2022 hemos variado sensiblemente esa estrategia, iniciando una campaña básica de difusión para promocionar la prórroga de la exposición 'Al Descubierta' que incluyó: promoción de contenidos en redes sociales (LinkedIn y, hasta julio, Facebook e Instagram); *banners, branded content, newsletter* y redes sociales en medios digitales y contenedores de ofertas de ocio, como *Time Out, Fever Up, Sapos y Princesas o Metrópoli* y carteles en quioscos del centro de Madrid durante dos semanas.

También se promocionaron utilizando soportes ajenos a la Fundación Canal otras actividades que precisaban de difusión, como los talleres infantiles de verano (Foto-talleres, talleres científico-ambientales y visitas-taller para familias), así como la conferencia de Jerónimo López y la exposición 'Alicia en el país de las maravillas por Dalí, Ernst, Laurencin & Tenniel', con resultados bastante prometedores.

	IMPRESIONES		COSTE
SOCIAL MEDIA	3.490.620		3.671
AL DESCUBIERTO MK DIGITAL	381.508		5.420
AL DESCUBIERTO MK DE CALLE	4.163.574		5.000
PROMOCION FAMILIAR	378.631		1.050
ALICIA MK CALLE			8.000
ALICIA MK DIGITAL	30.302		600
AGENCIA EFE	5.948		1.080
DESNIVEL	5.491		500
<b>TOTAL</b>	<b>8.456.074</b>	<b>TOTAL COSTE</b>	<b>25.321</b>

**Las principales acciones previstas para 2023 son:**

- Estrategia de *paid social media* con objetivos claros y campañas enfocadas a la conversión en participación/inscripciones.
- Optimización continua de las campañas Google Ads (Grants) según resultados y necesidades.
- Planificación de campañas de promoción en soportes ajenos a la Fundación Canal para las principales actividades de 2023.

**2) Recursos humanos a emplear en las actividades previstas.**

Estas actividades serán coordinadas por el personal de la Fundación, en colaboración con proveedores.

**3) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.**

El objetivo para 2023 es seguir aumentando la audiencia de la Fundación a través de los diferentes canales de comunicación externa. Los esfuerzos en una comunicación multicanal coordinada permiten adaptar los contenidos a los perfiles de cada público, ofreciendo mayor accesibilidad y personalización en beneficio del usuario.

Objetivos de audiencia:

- ✓ Web. Incremento de visitas a página previsto del 3%
- ✓ RRSS. Incremento agregado de seguidores del 3%
- ✓ Boletines. Incremento suscriptores del 5%
- ✓ Blog. Incremento de visitas del 10%
- ✓ Medios de comunicación. Incremento de impactos de audiencia del 5%



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 5. ACTIVIDADES EN COLABORACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES Y ORGANISMOS

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	ACTIVIDADES EN COLABORACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES Y ORGANISMOS
Tipo de actividad	ACTIVIDAD FUNDACIONAL
Lugar donde se realiza la actividad	SEDE FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

### Descripción detallada de la actividad prevista.

La Fundación desarrolla en su sede, enmarcadas dentro de sus fines fundacionales, actividades en colaboración con otras instituciones, como puede ser el caso de:

- Consejerías y Organismos dependientes de la Comunidad de Madrid.
- Asociación Española de Fundaciones
- Instituciones cuyos objetivo y fines incardinan con los de la Fundación, como por ejemplo la Red Española del Pacto Mundial que celebró su Asamblea General.
- Otras organizaciones, como por ejemplo la Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM) o Junior Achievement.

Así mismo, también se encuentran incluidas en esta línea las actividades que otras instituciones puedan celebrar en las instalaciones de la Fundación a través de cesión de espacios mediante alquiler.

### 2) Recursos humanos a emplear en las actividades previstas.

Estas actividades serán coordinadas por el personal de la Fundación en colaboración con el personal de las instituciones organizadoras de las actividades.

### 3) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.

El número de beneficiarios o usuarios previstos para el conjunto de actividades de la LÍNEA DE ACTIVIDAD 5 es de más de 1.000 personas, todas ellos beneficiarios directos de forma presencial<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> La estimación se ha realizado en base a cifras de actividades de años anteriores, y teniendo en cuenta la limitación del aforo en el auditorio (235 butacas)



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 6. COLABORACIONES CON CANAL DE ISABEL II

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	COLABORACIONES CON CANAL DE ISABEL II
Tipo de actividad	ACTIVIDAD FUNDACIONAL
Lugar donde se realiza la actividad	SEDE FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

### Descripción detallada de la actividad prevista.

Se encuentran incluidas en esta línea las actividades que Canal de Isabel II pueda celebrar en las instalaciones de su Fundación.

En el ejercicio 2022, a fecha de realización de este Plan de Actuación, se han acogido en el auditorio de la Fundación:

- ✓ Junta General de Accionistas y Consejo de Administración del Canal de Isabel II, S.A., meses de enero y mayo

### 2) Recursos humanos a emplear en las actividades previstas.

Estas actividades serán coordinadas por el personal de la Fundación en colaboración con el personal de Canal de Isabel II.

### 3) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.

El número de beneficiarios o usuarios previstos para el conjunto de actividades de la LÍNEA DE ACTIVIDAD 6 es de más de 500 personas, todas ellos beneficiarios directos de forma presencial<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> La estimación se ha realizado en base a cifras de actividades de años anteriores.

## 2.- OBJETIVO E INDICADORES DE REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD PREVISTOS

La Fundación evalúa el éxito de sus actividades en base a dos tipos de parámetros, uno cuantificable y otro no cuantificable. Los parámetros cuantificables se miden en base a los asistentes y participantes a las actividades, así como a través del impacto en las redes sociales, entorno web de la Fundación y presencia en medios. Los parámetros no cuantificables ponderan el éxito en términos de prestigio entre los distintos entornos e instituciones en los que actúa la Fundación y en términos de reconocimiento y posicionamiento de la Fundación entre los ciudadanos.

En cuanto a los **parámetros cuantificables**, los indicadores serían los siguientes:

- ✓ Asistentes a las actividades: número de beneficiarios directos e indirectos.
- ✓ Encuestas de satisfacción en actividades: muestreos en ciertas actividades.
- ✓ Impacto en las redes sociales: número de seguidores en las redes.
- ✓ Entorno web de la Fundación: número de usuarios de la web y sus subdominios.
- ✓ Presencia en medios: número de noticias, número de impactos de audiencia, evaluación económica de las noticias publicadas.

En cuanto a los objetivos medidos por **parámetros no cuantificables marcados para 2023**, diferenciamos en dos grupos de actividades:

- ✓ Aquella tipología de actividades que la Fundación viene desarrollando de forma habitual: el objetivo es mantener los datos de cierre de 2022, teniendo en cuenta dos factores:
  - Los determinados por las propias instalaciones: la dificultad de crecimiento del conjunto de estas actividades, dado que la superficie disponible de la sala Mateo Inurria 2 y del auditorio determinan los aforos y por tanto la posibilidad de crecimiento.
  - Los determinados por licitaciones adjudicadas ya dimensionadas para atender un nivel de actividad cierto.
- ✓ Actividades que la Fundación no ha podido desarrollar de forma habitual:
  - Exposiciones de la sala Castellana 214: alcanzar la media de visitas de los últimos años de históricos de esta sala.



### 3.- PREVISIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS A EMPLEAR POR LA FUNDACIÓN

#### Previsión de recursos a emplear por la entidad

GASTOS / INVERSIONES	Actividad Fundacional				Total	TOTAL
	1	2	3	4	Actividades Fundacionales	ACTIVIDADES
Gastos de personal	616.551,38	329.072,09	23.880,41	122.738,45	1.092.242,33	1.092.242,33
Gastos de explotación	276.274,54	147.456,06	10.700,73	54.998,67	489.430,00	489.430,00
Gastos de actividad	1.522.370,16	812.534,94	58.964,80	303.062,10	2.696.932,00	2.696.932,00
Amortización inmovilizado	36.126,86	19.282,00	1.399,27	7.191,87	64.000,00	64.000,00
<b>Subtotal Gastos</b>	<b>2.451.322,94</b>	<b>1.308.345,09</b>	<b>94.945,21</b>	<b>487.991,09</b>	<b>4.342.604,33</b>	<b>4.342.604,33</b>
Adquisiciones inmovilizado	25.401,71	13.557,65	983,86	5.056,78	45.000,00	45.000,00
<b>Subtotal Inversiones</b>	<b>25.401,71</b>	<b>13.557,65</b>	<b>983,86</b>	<b>5.056,78</b>	<b>45.000,00</b>	<b>45.000,00</b>
<b>TOTAL RECURSOS A EMPLEAR</b>	<b>2.476.724,65</b>	<b>1.321.902,74</b>	<b>95.929,07</b>	<b>493.047,87</b>	<b>4.387.604,33</b>	<b>4.387.604,33</b>

La imputación de los gastos que no son de actividad (personal, explotación, amortización y adquisición de inmovilizado) se realiza tomando como referencia los gastos previstos para cada una de las líneas de actividad (1 a 4). En base a esto, se establece el porcentaje que suponen del total de gastos de actividad y se prorratean al resto de categorías.

Las LÍNEAS DE ACTIVIDAD 5 y 6 no aparecen reflejadas en la tabla anterior al no ser posible determinar los costes directos asociados a las mismas.



#### 4.- PREVISIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER POR LA FUNDACIÓN

##### Previsión de ingresos a obtener por la entidad

PREVISIÓN RECURSOS A OBTENER	Importe total
<b>INGRESOS PREVISTOS:</b>	
<b>Ventas y Prestación de servicios de las actividades propias</b>	<b>609.000,00</b>
- Ingresos de la sala Castellana, 214 (venta de entradas y productos de la tienda de la exposición)	560.000,00
- Ingresos de la sede Mateo Inurria, 2 (venta de catálogos, productos reciclados, visitas guiadas, talleres...)	49.000,00
<b>Otro tipo de ingresos:</b>	<b>3.615.000,00</b>
- Aportación anual de Canal de Isabel II, S.A. para el desarrollo de actividades de la Fundación	3.600.000,00
- Ingresos por alquiler de espacios de la sede de la Fundación	15.000,00
<b>TOTAL INGRESOS PREVISTOS</b>	<b>4.224.000,00</b>
<b>TOTAL RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER PARA APLICACIÓN EN EL EJERCICIO 2023</b>	<b>4.224.000,00</b>

La diferencia entre el total de recursos económicos a obtener y el total de recursos económicos a emplear se cubrirá con las reservas voluntarias de la Fundación Canal, reservas que son el resultado de los excedentes positivos de ejercicios anteriores.



FUNDACIÓN CANAL  
Canal de Isabel II



**PATRONATO DE LA FUNDACIÓN CANAL**  
Plan de actuación 2023