



# Plan de actuación anual FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

# 2025





## 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 los tejidos científico, académico, medioambiental y cultural, 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, cultural y en ciudadano.

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 Medio ambiente, 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 programas divulgativos y actividades de interés general sobre arte, cultura y medio ambiente, con un enfoque innovador, y apoyar a Canal de Isabel II en la divulgación del ciclo integral del agua y la promoción de la investigación para un uso más eficiente y sostenible de este recurso.*

**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 de 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 del Canal de Isabel II S.A. y de la Fundación, así como de la Comunidad de Madrid, en la sociedad.*

*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, 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 eficiente del agua.*

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



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 1. MEDIO AMBIENTE

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	<b>MEDIO AMBIENTE</b>
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 Medio Ambiente:

- Contribuir a sensibilizar sobre temas ambientales, con especial foco en el uso sostenible del agua y las soluciones positivas al reto del cambio climático.
- Trasladar 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 MEDIO AMBIENTE:

### A. CANAL EDUCA

Es un programa educativo de la Fundación Canal sobre el uso sostenible del agua, el cambio climático y las profesiones STEM, dirigido a todos los alumnos madrileños de Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato, y que también llega a los centros de Educación Especial.

Las actividades son eminentemente presenciales, desplazándose los educadores hasta los centros (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, así como el cambio climático. 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, embalses...). Todas las actividades son gratuitas y algunas de ellas se imparten también en inglés. La [página web](#) del programa cuenta con dos apartados especialmente atractivos: uno relativo a profesiones STEM con numerosos recursos para ayudar a orientar a los alumnos en profesiones destacadas del ámbito del medio ambiente, la tecnología y la salud; el otro apartado (Recursos didácticos), creado en 2024, recoge recursos (videos, conferencias y videoblogs, sobre agua y cambio climático) categorizados de forma accesible para los profesores, y acompañados de una propuesta tipo de unidad didáctica, para que puedan organizar sesiones atractivas sobre estas temáticas.

El programa lleva en funcionamiento desde hace más de 30 años, impulsado inicialmente desde Canal de Isabel II y posteriormente, desde el curso 2017-2018, desde la Fundación Canal.

## Canaleduca

Los objetivos principales del programa son:

- ✓ 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 plan 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

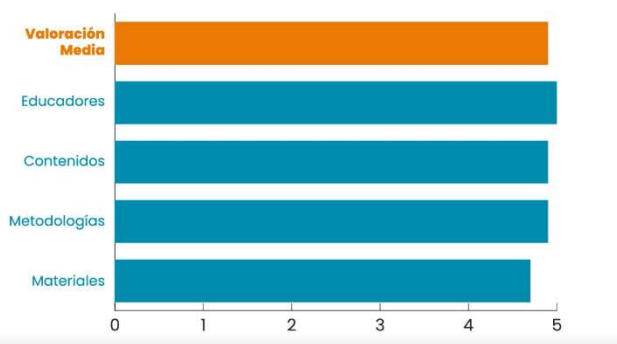
2023/24 (<https://www.fundacioncanal.com/canaleduca/memoria-de-actividades-canal-educa/>)

- ✓ Amplio alcance en participantes, sesiones, centros y municipios en el último curso 2023-2024.
- ✓ Valoración sobresaliente (media de 4,9/5) de los profesores de los centros donde se realizan las actividades. Tanto en contenido, material didáctico, como en metodología y desempeño de los educadores (más de mil ochocientos docentes encuestados).



## VALORACIÓN

**El programa continúa teniendo una gran acogida, este año con nuevas actividades y con una valoración excelente.**



Para el año 2025 se prevén las siguientes actuaciones:

- ✓ Continuidad de todas las actividades ligadas al agua, y del mensaje de soluciones positivas al cambio climático como elemento troncal de comunicación.
- ✓ Consolidación de las actividades manipulativas y de interacción que se mejoraron durante el curso 2023-24: cooperación al desarrollo (Ingenio sin fronteras), juegos de patio (Unidos por el agua), así como la nueva actividad dirigida a Educación Especial (El agua es única).  
Consolidación de las visitas a instalaciones de Canal de Isabel II: el tanque de tormentas de Arroyofresno, que incluye una experiencia de realidad virtual, la planta de tratamiento de lodos de Loeches, que combina el aprovechamiento energético con la economía circular, la presa de El Atazar, la EDAR de Arroyo Culebro y la ETAP de Bodonal. El conjunto de las cinco instalaciones cubre los procesos esenciales del ciclo integral del agua. Se trata de una actividad muy demandada.
- ✓ 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 y 3 en formato *webinar*.
- ✓ Además:
  - Contenidos de ciencia y tecnología (STEM) continuarán constituyendo un elemento muy relevante para impulsar las vocaciones técnicas, tanto como actividad presencial “ApoSTEMos por tu futuro”, como en el site de la página web que recoge todos los recursos sobre las 21 profesiones de futuro.
  - Se reforzará la difusión del site de la página web Recursos didácticos sobre agua y cambio climático estrenado en 2024, con la finalidad de impulsar el empleo de los videos y la propuesta didáctica de apoyo, especialmente en aquellos centros que han quedado en lista de espera de las actividades por falta de plaza.
  - Se publicará la nueva licitación del programa que debe realizarse cada dos años y con ella se procurará dar mayor alcance al programa puesto que la demanda crece cada año.
- ✓ Continuidad de comunicación a través de diferentes redes sociales de acuerdo con el plan de comunicación del programa, especialmente dirigido en 2025 a reforzar el prestigio del programa y la marca Canal Educa y Fundación Canal.



## 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:

- ✓ 2024. Jornada profesional con CEIM e IE en la que la Fundación presentó la *Guía práctica para empresas en el nuevo contexto ambiental. Agua taxonomía verde y más*, un manual promovido por la entidad para orientar a las empresas, independientemente de su tamaño, hacia modelos sostenibles acordes con el nuevo sistema de taxonomía verde europea.

La guía se presentó bajo el marco de *Empresa y medio ambiente. Financiación sostenible y Agua*, una jornada profesional organizada por la *Fundación Canal*, con la colaboración del *Center for Water and Climate Adaptation* de IE University, y la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM) con el objetivo de mostrar a empresas, profesionales, ciudadanos y principales agentes sociales, las nuevas exigencias y oportunidades del actual contexto normativo europeo.

El encuentro, inaugurado por el consejero delegado de Canal de Isabel II, Mariano González, y el presidente de CEIM, Miguel Garrido, contó con la participación de Gonzalo Delacámara, director del Centre for Water & Climate Adaptation de IE University, quien abordó las tendencias europeas en finanzas sostenibles y de Carlos Benítez, responsable de la Gerencia de Agua en EMGRISA, quien presentó la Guía.

- ✓ 2023: presentación de la “Guía metodológica para la estimación de aportaciones mínimas a embalses en el contexto del cambio climático”. Se trata de un estudio elaborado a partir de datos existentes y de uso libre en España proporcionados por el CEDEX y la Agencia Estatal de Meteorología que ha sido elaborado por el Instituto de Hidráulica Ambiental de la Universidad de Cantabria, (IHCantabria) para la Fundación Canal, y con la colaboración de Canal de Isabel II (Subd. Planificación, Recursos Hídricos y Abastecimiento) en su desarrollo. Se complementa con una novedosa aplicación de uso

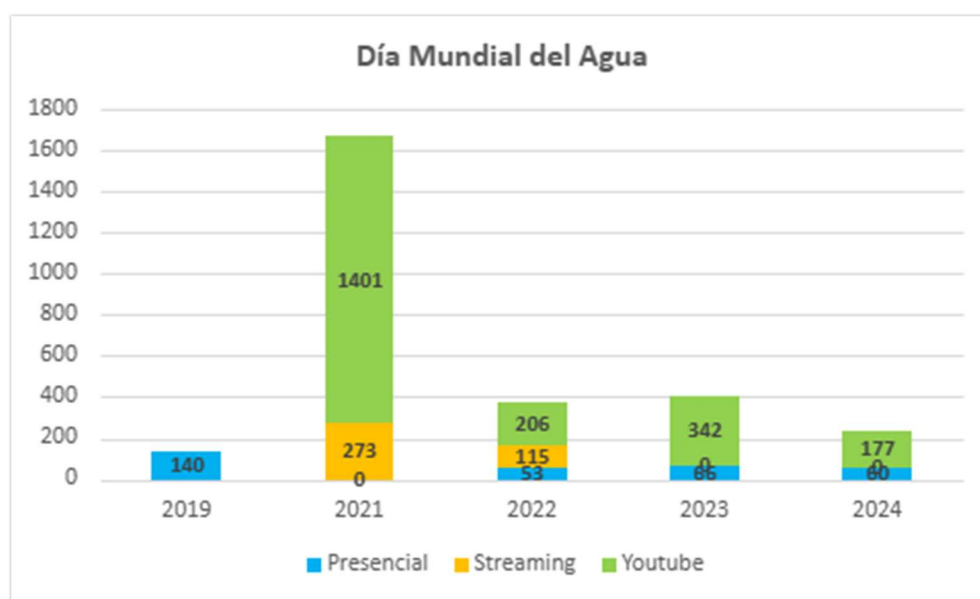


libre, que permite aplicar el análisis descrito en la guía de forma ágil y precisa. Ambas herramientas permitirán a los profesionales del sector del agua evaluar de forma sólida los riesgos del cambio climático en los procesos de gestión estratégica del recurso hídrico disponible en los embalses.

Su grabación está publicada en el canal de *youtube* de la Fundación y hasta el momento (7 meses a la fecha de elaboración de este plan) ha tenido 296 visualizaciones.

La guía y la app ya están disponibles para su descarga gratuita en la web de la Fundación: <https://bit.ly/3mHSnm0>

Otras jornadas anteriores se pueden consultar en: <https://www.fundacioncanal.com/otros-foros-y-jornadas/>



Día Mundial del Agua: serie histórica de asistentes

Además, de forma complementaria, en 2024 con motivo del Día Mundial del Agua, la Fundación organizó el concurso *Siete lemas por el agua* dirigido a estudiantes de tercer ciclo de Primaria y Educación Secundaria Obligatoria de la Comunidad de Madrid con el objetivo de fomentar la creatividad en favor del buen uso del agua.

Los participantes presentaron un lema sobre el cuidado y uso responsable del agua que subrayara su importancia en todos o alguno de los aspectos relacionados con la vida, la prosperidad, la salud y el bienestar.

Los siete lemas ganadores se utilizarían para llevar a cabo una intervención artística en la fachada del edificio de la Fundación Canal, y que fue presentada en Día Mundial del Medio Ambiente con la entrega de premios de los ganadores (ver apartado correspondiente).



En el concurso *Siete lemas por el agua* participaron 42 colegios de la Comunidad de Madrid, lo que supone aproximadamente 1050 alumnos (tomando una media de 25 alumnos/clase).

Para el año 2025 se prevé la siguiente actuación:

- ✓ En 2025 para conmemorar el Día Mundial del Agua se dará a conocer la app Rutas del agua multimedia, preferiblemente en el Pontón de la Oliva que es el enclave en el que transcurre la primera ruta desarrollada (en el epígrafe F de esta “Línea 1 Medio Ambiente” hay más información sobre este proyecto) o alternativamente, en otra ubicación, pero procurando que sea evocadora del Pontón y lo que representa para Canal de Isabel II.

Esta iniciativa, en la senda iniciada el año precedente, se diferencia de ediciones anteriores con la idea de destacar con una propuesta diferente, dada la complejidad de organizar un foro profesional en una fecha tan señalada para el sector donde la oferta es abundantísima.

Alternativamente, en caso de algún imprevisto que pudiera impedir esta celebración, se valorará, a la luz de la oferta existente, recuperar una actividad lúdica de sensibilización ambiental con el agua como temática central.

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

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.

En 2025 corresponde, por tanto, celebrar el Día para la Innovación.

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.
- ✓ Divulgar ideas innovadoras ligadas al medio ambiente que supongan una inspiración para avanzar hacia prácticas más sostenibles profesionales y personales.

En relación con El Día para la Innovación, en los últimos años se han realizado las siguientes:

- ✓ 2023: se organizó el Día para la Innovación en colaboración con Canal de Isabel II, con profesionales de primera línea que compartieron sus ideas sobre la innovación en las empresas y presentaron casos de éxito que contribuyen a mejorar el entorno. Conversamos también sobre financiación sostenible y sobre la taxonomía verde europea para comprenderla mejor, ver su relevancia para la innovación, las obligaciones que supone y hacia dónde va este nuevo sistema en sí mismo disruptivo.

Durante la jornada se presentó el último estudio de investigación promovido por la Fundación Canal y que supone una aproximación a la taxonomía verde europea para las actividades ligadas al sector del agua.

- ✓ 2021: jornada sobre la innovación española en relación con la tecnología ambiental<sup>1</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.

En los últimos años el nivel de asistencia presencial a estas jornadas técnicas ha sido de un promedio de 158 asistentes por jornada. La visualización en diferido de los eventos en el canal de *YouTube* de la Fundación asciende a un total de 2041 visualizaciones.

En 2024 la Fundación celebró el Día Mundial del Medio Ambiente con una intervención artística en la fachada de su sede, originada a partir de las propuestas ganadoras del concurso escolar *Siete lemas por el agua* convocado con motivo del Día Mundial del Agua, en el mes de marzo, con la finalidad de fomentar la creatividad y concienciar a los escolares madrileños en favor del buen uso del agua.

Los siete lemas ganadores, escogidos entre más de 400 propuestas recibidas de 42 colegios madrileños, destacaron por su capacidad de comunicar, de forma breve y original, la importancia del agua en todos o alguno de los aspectos relacionados con la vida, la prosperidad, la salud y el bienestar.

---

<sup>1</sup> <https://www.fundacioncanal.com/otros-foros-y-jornadas/dia-para-la-innovacion/>



Con los lemas, el estudio artístico [Photoalquimia](#) desarrolló una intervención artística en la fachada de la Fundación (ver en la imagen de arriba) integrando todos ellos, con un resultado muy atractivo y coherente con la misión de la organización, aunando arte y medio ambiente. El arte como canal de transmisión es un vehículo privilegiado para sensibilizar sobre el cuidado del agua y el medio ambiente.

Los alumnos de las clases ganadoras, acompañados por sus profesores, acudieron a la Fundación a recoger sus premios, y disfrutaron de una jornada de concienciación medioambiental, de forma lúdica, conducida por los actores de [Impromadrid](#).



Asistieron al evento de celebración los 159 alumnos y profesores de las clases ganadoras del concurso, en el que participaron 42 colegios con una estimación de participantes de 1050 alumnos.

Para el año 2025 se prevé la siguiente actuación:

Se organizará un evento, en la línea de ediciones anteriores, en torno a la innovación, dando cabida a la presentación del estudio de investigación que para esa fecha (5 de junio) deberá haber concluido. Este estudio, desarrollado en el apartado H tiene como finalidad identificar tecnologías innovadoras y soluciones sostenibles sobre tratamiento de aguas cuaternario y monitorización de desbordamientos. La temática central del evento de celebración de este



día procurará estar alineado con la temática que establezca Naciones Unidas para el Día Mundial del Medio Ambiente 2025.

Alternativamente, se realizará una actuación divulgativa especialmente significativa para una fecha tan señalada procurando combinar actividades temáticas presenciales y digitales (ej. difusión de un video expresamente elaborado para concienciar sobre algún extremo ambiental).

#### D. TALLERES CIENTÍFICO-AMBIENTALES

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

Talleres 2024: “Descubre la atmósfera ¡es extraordinaria!” e “Innova como un genio”

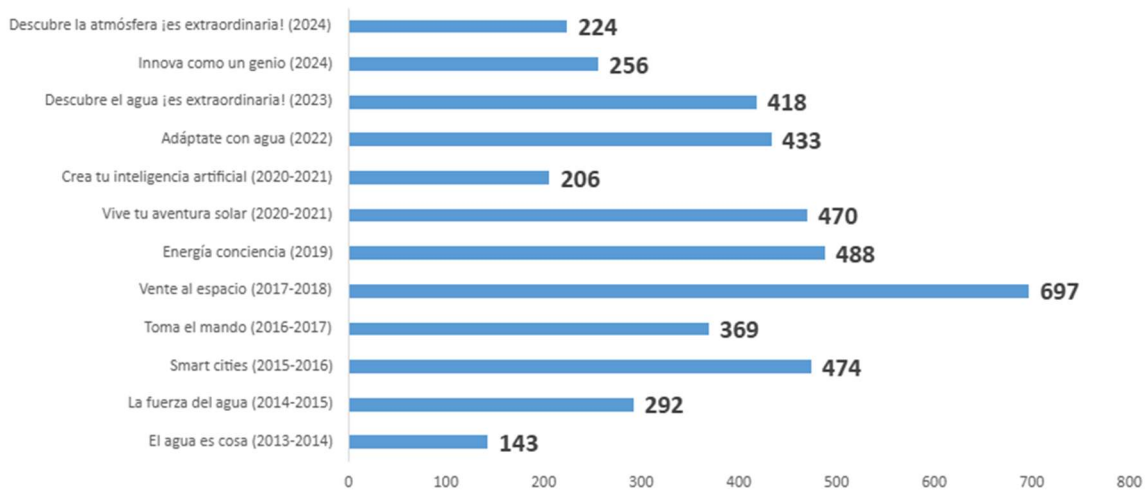


Las principales cifras y aspectos del programa se muestran a continuación:

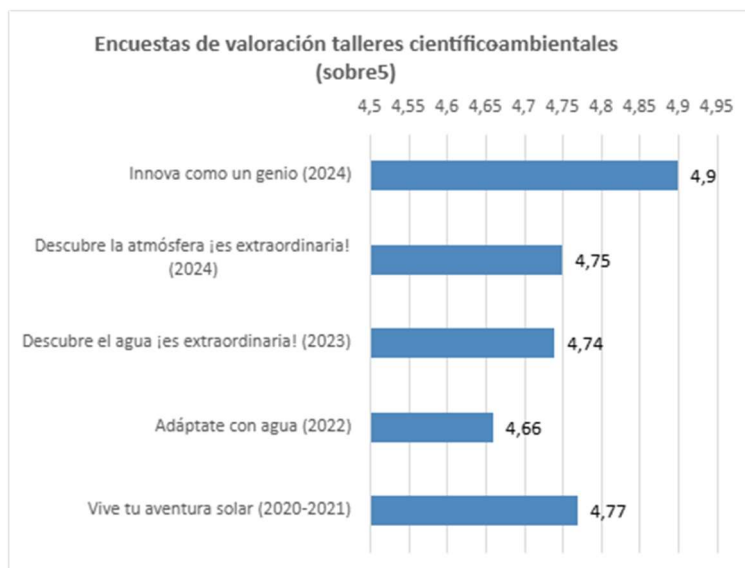
- ✓ Importante alcance, con la asistencia de más de 4 mil niños en los años de duración del programa.
- ✓ Valoración muy positiva, con valores siempre por encima de 4,5 sobre 5 los últimos años.



### Participantes talleres científico -ambientales



Nota: la cifra de 2024 es parcial a cierre de este plan, a falta de 6 talleres que cabe prever que supondrá unos 130 participantes adicionales.



En 2025 se desarrollará lo siguiente:

- ✓ Durante el curso 2023-2024 se han ofrecido dos talleres con temáticas diferentes y en meses alternos, con una gran aceptación. A diferencia de ediciones anteriores, la convivencia entre ambos talleres en alternancia ha supuesto que de cada taller se hayan celebrado la mitad de sesiones que los años anteriores, en los que solo se desarrollaba un tipo de taller. En consecuencia, se plantea dar continuidad de algún modo a las temáticas trabajadas este año, valorando la posibilidad de incorporar un tercer taller que complemente la oferta con otra novedad.



La temática en esta ocasión se abrirá hacia temas transversales en materia de medio ambiente, siempre vinculándolo del algún modo con el agua, la innovación y la tecnología.

## 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 a la par que positivo e interesante para conseguir llegar al receptor final.

Los temas tratados en 2020-2024 se pueden consultar aquí:

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

En 2024 se han publicado en formato post -escrito y locutado- así como en videoblog los siguientes títulos (hasta la fecha de elaboración de este documento, en que faltan dos posts y videoblogs por publicar antes de fin de año):

- ✓ Aguas subterráneas. Invisibles pero imprescindibles
- ✓ Agua responsable
- ✓ ¿Cómo es la gestión del agua en el contexto internacional?
- ✓ Limpiar los ríos para proteger los océanos.

Durante 2024, además de ser publicados en la página web de la Fundación, los videoblogs se han integrado en el site de Recursos didácticos de la página web de Canal Educa para que los estudiantes puedan acceder a la información que se ofrece en un formato corto, dinámico y cercano, que logra trasladar mejor a los más jóvenes los mensajes de sensibilización.

El videoblog es conducido por la presentadora del programa de RTVE (“Reduce tu huella”), Adela Ucar. En 2024, en la línea de 2023, los videos se han enriquecido con imágenes de archivo utilizadas en la exposición Somos agua con un enfoque más dinámico combinando la presentación de los temas con imágenes ilustrativas.



Videoblog: Adela Ucar explicando la importancia de las aguas subterráneas

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 2025 se prevén las siguientes actuaciones:

- ✓ Elaboración y publicación de contenidos ambientales en el blog ambiental la Fundación <https://www.fundacioncanal.com/blog/>
- ✓ En paralelo, se continuará elaborando videos cortos, a modo de videoblog, coordinados con la misma temática del blog, con un enfoque amigable de cara a su visualización por redes sociales. Este nuevo formato comenzado en 2023 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. Se abordarán temáticas centradas en aspectos ambientales dando relevancia a materias como el cambio climático, la energía, los residuos, la tecnología o la biodiversidad ligada de algún modo al agua, siempre de la mano de la innovación.
- ✓ Los nuevos vídeos que se graben continuarán ofreciéndose en el site de *Recursos didácticos* de Canal Educa (comentado más arriba) para que puedan disfrutarlos todos los estudiantes madrileños, e incluso los de fuera de nuestros límites geográficos.

## F. RUTAS DEL AGUA MULTIMEDIA

Las Rutas del agua multimedia son una iniciativa donde las nuevas tecnologías se ponen 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 pondrá en valor un patrimonio de primera categoría.

Estas rutas del agua se configuran como 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, piloto, se ha centrado en el entorno de “El Pontón de la Oliva”, origen histórico de 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** **El Pontón de la Oliva**

**RUTA CIRCULAR**  
Recorrido completo que termina en este mismo punto  
8 km - 4 h

**RUTA LINEAL**  
Recorrido hasta el cruce de caminos  
Solo ida 3,5 km - 1 h

Descarga la app y descubre los secretos de la Ruta del Pontón de la Oliva. Encontrarás dos formas de hacer la ruta: circular y lineal.

¡Ruta sin cobertura! Descarga la app desde este punto.  
Utiliza calzado cómodo y adecuado. El terreno puede estar resbaladizo.  
No olvides llevar agua. Toma nota de los signos de calor.  
Participa en los caminos.  
Utiliza el móvil siempre aparcado y desde una posición segura.

Canal de Isabel II FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

A lo largo de 2024 se ha desarrollado la aplicación, tanto sus contenidos como su funcionalidad. Se organiza en 11 paradas en cada una de las cuales el usuario puede disfrutar de recursos multimedia con realidad aumentada, modelos 3D, fotos y vídeos 360º, etc. que ayudan a interpretar el patrimonio natural y arquitectónico de la zona. Cada parada está identificada sobre el terreno con un marcador. Su instalación ha requerido obtener autorizaciones administrativas de la DG de Patrimonio Cultural de la Comunidad de Madrid, del área de Vías Pecuarias, del Ayuntamiento de Patones y el Ente público Canal de Isabel II (en el momento de redactar este documento su tramitación está en curso).



Para el año 2025 se prevé que la app sea disfrutada por el público y se podrá hacer un seguimiento del uso de la aplicación, con la finalidad de ver su interés, aceptación y uso, de forma que se pueda valorar la puesta en marcha de una nueva ruta a partir de lo aprendido con este proyecto piloto. Durante todo el año se contará con un servicio de mantenimiento para garantizar su buen funcionamiento y realizar las mejoras y actualizaciones procedentes.

## G. CICLO DE CONFERENCIAS DE INNOVACIÓN AMBIENTAL

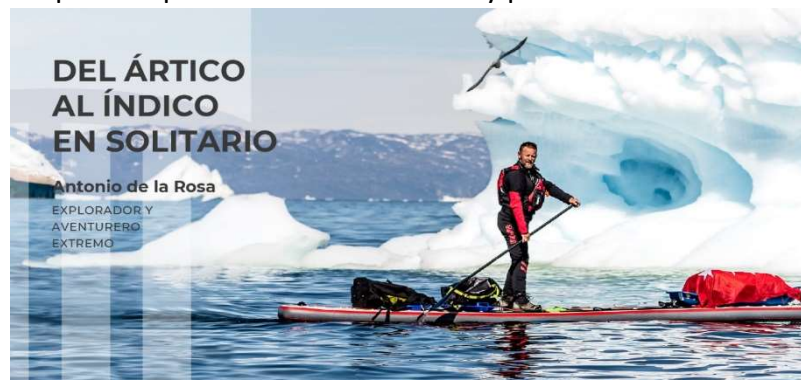
En 2022 comenzó su andadura el Ciclo de conferencias de la Fundación. Se desarrollaron las tres conferencias en materia ambiental con figuras relevantes en este ámbito, al igual que en 2023, con un formato consistente en una exposición inicial por el ponente invitado y un coloquio posterior con el presentador 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 puede consultar las conferencias celebradas en 2023 y 2024 aquí: <https://www.fundacioncanal.com/ciclo-de-conferencias/>.

Conferencias ambientales celebradas en 2024:

- ✓ 1ª Conferencia (22 de febrero de 2024): “Del Ártico al Índico en solitario”. [Antonio de la Rosa](#). Aventurero y explorador incansable, ha realizado alguna de las más extremas navegaciones y expediciones en solitario por tierra o mar. Emplea siempre medios de locomoción limpios, autónomos y movidos simplemente por la fuerza de su cuerpo (embarcaciones a remo, esquí, bicicleta...) y con un planteamiento sostenible y energéticamente neutro. El ponente trasladó al público su experiencia recorriendo medio mundo viendo en directo algunos de los problemas ambientales más acuciantes, como las islas de plástico en el océano. Seguida por 218 personas en el auditorio y por 1143 visualizaciones en youtube.



- ✓ 2ª Conferencia (22 de mayo de 2024): “Caminos convergentes: Evolución humana y clima”. José María Bermúdez de Castro, destacado paleoantropólogo español conocido



por sus contribuciones al estudio de la evolución humana y su participación en excavaciones de yacimientos arqueológicos importantes, como Atapuerca, habló de la adaptación del ser humano al clima cambiante, desde la aparición del género Homo y la extinción de los neandertales hasta la actual situación interglaciaria, el periodo más cálido entre dos glaciaciones, a su vez matizado por el cambio climático. Seguida por 189 personas en el auditorio y nada menos que 35.274 visualizaciones en youtube.



- ✓ 3ª Conferencia (05 de noviembre de 2024) "Vida cuántica. El otro lado de la realidad". Sonia Fernández-Vidal, doctora en Física cuántica y escritora, aborda, desde un enfoque divulgativo y comprensible para todos, la importancia de esta materia y el papel de los principios cuánticos para comprender como se comporta la materia y la energía y, al mismo tiempo, nuestra propia existencia y el mundo que nos rodea.



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.

En 2024, las conferencias han tenido un total de 407 participantes en directo y 35.274 visualizaciones en youtube. A fecha de cierre de este plan todavía no se ha celebrado la tercera conferencia de 2024 aunque las cifras del año hasta el momento superan con creces las del año precedente y confirman la consolidación del formato.



Para el año 2025 se prevén las siguientes actuaciones:

- ✓ Se prevé celebrar 3 conferencias relacionadas con medio ambiente, agua y soluciones al cambio climático. Se hará hincapié en aspectos innovadores y en temáticas nuevas no abordadas hasta ahora.

## 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 últimos estudios desarrollados son los siguientes:

- ✓ *Guía práctica para empresas en el nuevo contexto ambiental. Agua taxonomía verde y más (2024)*

Se trata de un manual que tiene como objetivo orientar a las empresas, independientemente de su tamaño, hacia modelos sostenibles acordes con el nuevo sistema de taxonomía verde europea. Está dirigida principalmente a empresarios y directivos de compañías de cualquier tamaño, aunque es de especial interés para las pymes. Muestra, de forma sintética y clara, las claves y herramientas para que puedan comprender y adaptarse al marco normativo ambiental europeo y facilitar así su adaptación hacia modelos más sostenibles.

- ✓ Estudio de análisis de la taxonomía verde europea y su aplicación al agua<sup>2</sup> y su traducción *The European Taxonomy in Water related activities*. Publicado en 2022 y presentado en 2023.
- ✓ Guía metodológica para la estimación de aportaciones mínimas a embalses en el contexto de cambio climático. 2022. Publicado y presentado en 2023. Los autores del IHC de la Universidad de Cantabria han obtenido el reconocimiento de la Fundación Botín en su premio como proyecto para la gestión sostenible del agua.
- ✓ Identificación de tecnologías y soluciones innovadoras de adaptación al cambio climático. 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 2025 se prevén las siguientes actuaciones:

- ✓ Concluir el estudio de investigación iniciado en 2024 sobre “Identificación de tecnologías innovadoras y soluciones sostenibles sobre tratamiento cuaternario y monitorización de desbordamientos” desarrollado en colaboración la Subdirección de I+D+i de Canal de Isabel II. Se trata de un estudio enfocado a los profesionales del sector del agua y administraciones que pueda aportar conocimiento para el desarrollo de estas tecnologías innovadoras y sirva para una mejor interpretación de la nueva Directiva europea de tratamiento de aguas residuales urbanas.
- ✓ Se elaborará además otro estudio con una temática ambiental y un alcance más divulgativo que el anterior. Se concretará dicha temática a partir de las cuestiones de actualidad que ofrezcan especial interés al comienzo de año, para que dé tiempo a licitar y desarrollar estudio.

## 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 de Medio Ambiente está en el entorno de 100.000 participantes, todos ellos beneficiarios directos a través de la participación presencial o digital, o a través de la visualización de contenidos.

ACTIVIDAD	Participantes		TOTAL
	Presenciales	Digitales	
Canal Educa	57.000	40.000	97.000
Día Mundial del Agua	50	500	550
Día Mundial del Medio Ambiente	100	500	600
Talleres científico-ambientales	600	-	600
Rutas del agua multimedia	600	-	600
Conferencias ambientales	600	4.500	5.100
<b>TOTAL</b>	<b>58.950</b>	<b>45.500</b>	<b>104.450</b>



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 2. ARTE Y CULTURA

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	<b>ARTE Y CULTURA</b>
Tipo de actividad	Actividad fundacional
Lugar donde se realiza la actividad	- Salas de exposiciones (Mateo Inurria 2, Castellana 214) - 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 estas, 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 y para todos los públicos, un nicho de mercado que la Fundación ha sabido ocupar.



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 mantienen una tónica ascendente 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 a aquél 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, originalidad, 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 retomó en 2023 su trayectoria habitual de inaugurar en esta sala tres exposiciones cada año, interrumpida entre 2021 y 2022 por la crisis del COVID en 2020

<b>Exposiciones Sala Mateo Inurria 2: PRESUPUESTO</b>		
	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Costes directos (*)</b>	<b>526.735 €</b>	<b>543.750 €</b>

*(\*) 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.*

<b>Exposiciones Sala Mateo Inurria 2: COSTE POR ASISTENTE</b>		
	<b>2024 proyección a cierre (*)</b>	<b>2025 (estimación)</b>
<b>Beneficiarios</b>	<b>93.300</b>	<b>104.100</b>
<b>Coste por asistente estimado</b>	<b>5,65 € (*)</b>	<b>5,22 €</b>

*(\*) Datos de beneficiarios reales a 25 de octubre de 2024 con proyección hasta el 31 de diciembre.*



**En 2025 están previstas las siguientes exposiciones en esta sala:**

✓ Primera quincena de ENERO:

**MATISSE METAMORFOSIS: dibujos y retratos.** Últimos días de la exposición inaugurada en octubre de 2023 y que finalizará el 5 de enero.

✓ ENERO - ABRIL:

**ANDY WARHOL GOES ARCTIC** (título provisional). La colección completa de carteles de Andy Warhol, una de las pocas existentes en el mundo, procedente del Museum für Kunst und Gewerbe de Hamburgo.

**Comisario:** Jürgen Döring. Director emérito del departamento de posters del Museum für Kunst und Gewerbe

✓ MAYO – AGOSTO :

**DUANE MICHALS. El narrador de historias** (título provisional). Exposición producida en exclusiva para la Fundación Canal por el propio Duane Michals en colaboración con la empresa de gestión cultural Admira. Michals es uno de los fotógrafos más importantes de la vanguardia americana, y su obra supone un punto de inflexión en el desarrollo del lenguaje fotográfico. A caballo entre la fotografía, la pintura y la poesía. Es uno de los grandes precursores del uso de la secuencia fotográfica y de la combinación de textos e imágenes, y su obra se centra en la narrativa de historias sobre la condición humana.

**Comisaria:** Enrica Viganò, directora de Admira

✓ OCTUBRE 2025 - ENERO 2026:

**EXPRESIONISMO: UN ARTE DE CINE** (título provisional). La exposición se centra en cómo el expresionismo, un movimiento cultural revolucionario, caló en la sociedad uniendo arte y vida diaria, y en la mutua influencia entre la pintura, el diseño gráfico y el cine.

✓ 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 las muestra, así como sus llamativos montajes.

**SALA CASTELLANA 214:**

Las exposiciones de Castellana 214, habitualmente se financian con la aportación que anualmente recibe la Fundación por parte del Canal para el desarrollo de sus fines fundacionales y con 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 el otoño de 2025 y a lo largo del primer semestre de 2026 se presentará **la exposición organizada por Walt Disney para celebrar su centésimo aniversario**, 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 recibe un porcentaje de los ingresos de la exposición regulado en un contrato entre las partes.

Adicionalmente a la exposición, 2025 contará con un ciclo de actividades complementarias en el auditorio de la Fundación, cuya primera actividad está prevista en diciembre de 2025.

Exposiciones en Sala Castellana 214:		
	2024	2025
<b>Presupuesto</b>	<b>5.000 € *</b>	<b>5.000 €</b>
<b>Beneficiarios</b>	<b>271.000 (estimación)**</b>	<b>21.732 (estimación)</b>
<b>Coste por asistente estimado</b>	<b>0,02 € *</b>	<b>0,23 € *</b>

(\*) La producción de la exposición es a riesgo y ventura del promotor, tan sólo se contemplan 5.000€ en 2025 para posibles gastos imprevistos. La Fundación percibe un porcentaje de las entradas vendidas, por lo que lo que habitualmente el coste por asistente se traduce en **un ingreso para la Fundación.**

(\*\*) La diferencia de asistencias radica en que en la estimación para 2024 la sala tendría exposición de enero a junio, medio noviembre y diciembre 7,5 meses), mientras que en 2025 solo tendrá exposición 10 días de enero y una previsión de mes y medio a finales de año. Datos de beneficiarios reales a 25 de octubre de 2024 con proyección hasta el 31 de diciembre.

## **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 2025:

- Jueves 13 de marzo (previsión): la influencia del arte pop en el arte del siglo XXI
- Jueves 12 de junio (previsión): La fotografía como narradora de historias
- Jueves 27 de noviembre (previsión): Diálogos visuales: cómo influye el arte contemporáneo en el cine.

Las fechas exactas son susceptibles de cambio en función de sobrevenidos imprevistos de los conferenciantes.

### **ACTIVIDAD DIGITAL:**

Las conferencias se grabarán y se ofrecerán en diferido a través de la web y del canal de *YouTube* 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 variante virtual de la visita-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 a través de servicios profesionales, en las que se incluirá la posibilidad de visitas adaptadas a discapacidades de diferentes tipos y personas en riesgo de exclusión.

ACTIVIDAD DIGITAL:

Se producirá una versión digital de visita guiada para cada exposición de la Sala Mateo Inurria 2.

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

Visitas-taller a las exposiciones de la Sala Mateo Inurria 2 especialmente concebidas para 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 cuatro sábados de los meses de mayo y 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.

Fechas previstas: 24 y 31 de mayo y 7 y 14 de junio

**G. CONCURSO FOTOGRÁFICO:**

ACTIVIDAD DIGITAL:

En el mes de junio, coincidiendo con la exposición dedicada a Duane Michals, la Fundación organizará durante y en colaboración con el festival de fotografía PHotoEspaña, un concurso



fotográfico relacionado con la narrativa en la fotografía. Estará dirigido a público general adulto y contará con un primer premio de 1.000 euros y dos accésits de 500 euros cada uno. Fechas previstas: del 2 al 30 de junio

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

Once conciertos de música de cámara, el último domingo de cada mes excepto julio y agosto y diciembre, contando este último con una doble sesión los días 21 y 22. Conciertos 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: <b>PRESUPUESTO</b>		
	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Coste de actividad (*)	50.100	50.100

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

Ciclo de música de cámara: <b>COSTE x ASISTENTE</b> (Ratio sobre coste actividad)		
	<b>2024</b>	<b>estimación 2025</b>
Beneficiarios	10.100 (*)	12.935
Coste por asistente	4,96 €	3,87 €

(\*) *Datos reales a 26/10/24 y proyección a cierre*

(\*\*) *se incluyen las visualizaciones de conciertos retransmitidos en diferido*

#### ACTIVIDAD DIGITAL:

- Grabaciones en audio: Se grabará en vivo el audio de todos los conciertos y se ofrecerán como *podcasts* en la web y en el canal de *YouTube* 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 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.

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

#### I. CICLO 'MÚSICA EN FAMILIA':

Dos conciertos didácticos para familias con niños a partir de 4 años que representan obras seleccionadas por su calidad musical y con el propósito de introducir el gusto por la música clásica a través del entretenimiento y el juego.

Fechas previstas:

- Sábado 12 de abril: Pendiente de programación
- Sábado 18 de octubre: Pendiente de programación



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

**2) Recursos humanos dedicados a 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 línea de Arte y Cultura es de 140.570 personas.

ACTIVIDADES 2025	Participantes (directo)		TOTAL
	Presenciales	Digitales	
Exposiciones Sala Castellana 214	21.732	0	21.732
Exposiciones Sala Mateo Inurria 2 y activ. vinculadas	85.050	19.050	104.100
Ciclos de música de la Fundación Canal	2.750	10.588	13.338
Otras actividades	400	1.000	1.400
<b>Total</b>	<b>109.932</b>	<b>30.638</b>	<b>140.570</b>



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 3. PUBLICACIONES

### 1) Identificación.

Denominación de la línea	<b>PUBLICACIONES</b>
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>3</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)

<b>PRESUPUESTO</b>		
	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Catálogos de las exposiciones	45.000	45.000
Memoria anual de actividades de la FC	5.000	8.000

### 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 500 unidades por catálogo. Por otra parte, el número previsto de descargas de publicaciones digitales de la web de la Fundación Canal es de 20.000 descargas<sup>4</sup>.

---

<sup>3</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>4</sup> Estimación realizada en base a la proyección de cierre de 2024.



## LÍNEA DE ACTIVIDAD 4. COMUNICACIÓN Y MARKETING

### 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

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 en la ciudadanía.

Para que esta presencia sea conocida y reconocida, es imprescindible contar con un Plan de Comunicación y Marketing que dé repercusión a la actividad de todas las áreas y refuerce los objetivos fundacionales, con una mirada estratégica, de medio/largo plazo, focalizado en los principales públicos y grupos de interés, y con acciones de impacto.

#### Objetivos estratégicos de Comunicación y Marketing:

- **REPUTACIÓN:** Mejorar el posicionamiento y reconocimiento de la marca Fundación Canal.
  - RSC: Canal/ Comunidad de Madrid
- **RELEVANCIA:**
  - Maximizar el alcance:
    - Medios propios
    - Ganados
    - Pagados
  - Contribuir a aumentar el número de participantes en las actividades:
    - Consolidar el público actual de la Comunidad de Madrid.
    - Lograr ampliar el rango de edad de los participantes: público + joven / familias.
    - Ampliar la asistencia de turistas nacionales e internacionales.
- **RESULTADOS:**
  - Medición y reporting



## Plan de Comunicación Y Marketing 2025

### Acciones por objetivos:

#### 1. Reputación

Refuerzo del propósito: Comunicar el impacto positivo de la Fundación Canal en la sociedad, con énfasis en su compromiso con el arte, la cultura y el medio ambiente, con acciones en medios de comunicación y materiales corporativos de impacto.

Colaboraciones estratégicas: Dar difusión a las alianzas con instituciones culturales y organizaciones sin ánimo de lucro para asociar la marca con valores de prestigio y relevancia (PHotoEspaña, prestatarios de las exposiciones, donaciones de la recaudación de actividades como el Ciclo de Música de Cámara a ONGs y organizaciones sin ánimo de lucro como Cultura en Vena, FAD, etc.).

Identidad de marca: Actualizar el *branding* visual y realizar acciones en el entorno digital para reforzar la identidad de la Fundación.

Embajadores de marca: Contar con la participación de personas influyentes del ámbito cultural y ambiental como portavoces o embajadores que refuercen la credibilidad y autoridad de la Fundación. Trabajaremos este punto de cara al 25 aniversario.

### Acciones clave:

- Memoria anual: elaboración de la memoria de actividades alineada con la estrategia de las 3R (Reputación, Relevancia y Resultados), asegurando que no solo informe sobre las actividades realizadas, sino que también fortalezca la imagen de la Fundación, maximice su impacto y ofrezca datos medibles sobre sus logros.
- Vídeo Programación anual: elaboración de una pieza audiovisual de unos 2 minutos de duración que informe de las actividades más destacadas y eventos clave de forma dinámica, atractiva y clara. También debe reflejar la misión de la Fundación y su impacto en la difusión de la cultura y la divulgación ambiental.
- Manual de Identidad Corporativa que refleje la identidad visual (logos, colores, tipografías y aplicaciones) y una narrativa de marca que recoja la historia y los logros de la Fundación, de cara al 25 aniversario (2026).
- Selección y contacto de embajadores de marca, para la propuesta de una acción de impacto de cara al 25 aniversario.

### Recursos necesarios:

- Equipo de branding: Agencia y/o colaboradores de diseño gráfico y comunicación, para la creación de la identidad visual y narrativas, y la elaboración de materiales.
- Embajadores/portavoces: Presupuesto para los embajadores de marca.



## 2. Relevancia

Optimización de medios propios: Ampliar el alcance de la web, el blog y las redes sociales con contenido dinámico, como vídeos en formato corto, fotografías de calidad o infografías, para fortalecer y ampliar la interacción con la comunidad digital, que nos ayude a llegar a un público más joven.

Marketing de contenidos: Posicionar a la Fundación como referente en temas como el arte, la sostenibilidad y el cuidado del agua, a través de la difusión de contenidos de calidad sobre estas temáticas. Activar el SEO para mejorar la visibilidad en motores de búsqueda.

Medios ganados: Ampliar las menciones en prensa, medios especializados, y redes sociales. Trabajar acciones cualitativas con periodistas para obtener cobertura en medios relevantes.

Marketing de influencers: Colaborar con microinfluencers de nicho para expandir la visibilidad de la Fundación entre nuevas audiencias.

Campañas en medios pagados (Ads).

### **Acciones clave:**

- Rutas del Agua Multimedia: Elaboración de un plan de comunicación ad hoc, con gestiones cualitativas en medios de comunicación, acciones de *branded content*, marketing digital y marketing de *influencers*.
- Exposiciones: Momento clave de máxima relevancia. Trabajamos cada exposición con objetivos concretos, usando el mix de medios y aprovechando la calidad y repercusión de esta actividad para el posicionamiento de la Fundación.
- Difusión de actividades: Lograr la máxima difusión de las actividades realizadas por la Fundación, usando el mix de medios de forma estratégica y proactiva.

### **Recursos necesarios:**

- Equipo de marketing digital: Para creación de contenido, SEO, y gestión de redes y campañas.
- Equipo de relaciones públicas: Para conseguir cobertura mediática y gestionar las colaboraciones con *influencers*.
- Agencia de Comunicación y Mkt: para conseguir un mayor posicionamiento en las acciones especiales e hitos.
- Publicidad digital: Presupuesto para campañas pagadas en Google Ads y redes sociales (Facebook, Instagram, etc.).



- Publicidad tradicional: Presupuesto para campañas en medios, exteriores, etc., en caso de buscar generar un mayor impacto o de acciones especiales.

### 3. Resultados

Definir KPIs estratégicos: Establecer métricas concretas para medir la efectividad de las acciones, como el aumento en visitas a la web, seguidores en redes, interacciones, cobertura mediática, y asistentes a las actividades online.

Panel de control de análisis: Optimizar el uso y gestión del *dashboard* de analítica para seguir en tiempo real el rendimiento de las campañas.

Optimización continua: Revisar mensualmente los resultados para ajustar las estrategias y asegurar un enfoque basado en datos para mejorar el retorno de la inversión.

#### **Acciones clave:**

→ Proyecto de análisis y reporting: En el ejercicio anterior pusimos en marcha este proyecto, que nos ha permitido diseñar una estrategia de gestión de métricas y medición, y mejorar así el conocimiento del impacto de las acciones realizadas para tomar decisiones estratégicas de corrección/impulso de los planes establecidos para cada actividad.

Durante este ejercicio, tenemos que profundizar en el análisis de los datos obtenidos, y seguir implementando etiquetas y taxonomías, y mejorando las herramientas de medición con las que trabajamos:

- Google Analytics 4
- Google Search Console
- Google Tag Manager
- Metricool
- Mailrelay
- Excel (datos de medición de asistencia a las actividades)
- Looker studio

Revisión mensual y ajustes: Monitoreo continuo de resultados para ajustar estrategias según rendimiento.

Estudio de funcionalidades de versiones premium de las herramientas de medición para analizar valor añadido y valorar su uso.

Encuestas: Realizar una encuesta/estudio de imagen de marca y medir la satisfacción de los asistentes y la efectividad de las actividades, los eventos y campañas.



### **Recursos necesarios:**

- Herramientas de análisis: Como GA4, Metricool, etc.
- Panel de control: *Looker studio*. Seguir trabajando en el *dashboard* personalizado por una agencia o desarrollador. Implementación de métricas y KPIs y alimentación de datos y etiquetado.
- Encuestas y análisis: Software como SurveyMonkey o Google Forms, para encuestas puntuales. Agencia especializada para un estudio de imagen de marca más amplio.

### **Actividad por tipo de medio:**

#### **MEDIOS PROPIOS**

Para la difusión de las diferentes actividades, contamos con una serie de canales de comunicación en los cuales implementaremos las acciones de marketing y comunicación dirigidas a los diferentes públicos. Los canales de comunicación propios se dividen en dos grandes grupos, que requieren de la elaboración de mensajes, acciones y creatividades apropiadas para cada uno de ellos:

#### **Online:**

- **Web** de la Fundación Canal y sites del entorno FC (Blog medioambiental de la Fundación Canal, Tienda, Memorias de actividad y Somos Agua, entre otros).
- **Redes Sociales:** con presencia en Instagram, X (Twitter), Facebook, LinkedIn, TikTok y YouTube.
- **Newsletters** para el envío de boletines de actividades (bimensuales).

#### **Offline:**

- **Boletín** de actividades.
- **Lonas** exteriores en Fundación Canal.
- **Pantallas** en vestíbulo Fundación Canal.

#### **Acciones clave:**

- **Creación de contenido de valor y periodicidad:** A lo largo del año generamos contenido relevante y atractivo, basado en las necesidades e intereses de la audiencia y en las actividades organizadas por la Fundación, con el objetivo de fomentar el engagement y mejorar la reputación. Fijamos una frecuencia constante de publicaciones para aumentar la visibilidad y fidelizar a los usuarios. Estamos siempre atentos a comentarios y peticiones para dar respuesta de forma ágil y apropiada.
- **Promoción cruzada y campañas integradas:** Impulsamos la visibilidad de los medios propios a través de otros canales de la Fundación, como eventos (conciertos, conferencias, exposiciones...) o de las propias redes sociales y newsletters.
- **Optimización de la experiencia de usuario (UX):** Buscamos mejorar la navegabilidad, tiempos de carga y adaptabilidad móvil para que los usuarios tengan una experiencia



fluida, aumentando el tiempo de interacción y reduciendo la tasa de rebote. Para ello trabajamos con nuestros proveedores de gestión de la web y redes sociales para implementar mejoras en esta dirección.

## MEDIOS GANADOS

Los medios ganados son aquellos que no son propios de la Fundación, pero en los que realizamos acciones o conseguimos impactos de forma orgánica, sin necesidad de inversión publicitaria. Para ellos es necesario llevar a cabo una serie de acciones:

### Acciones clave:

- **Desarrollo de alianzas estratégicas con *influencers* y medios relevantes:**
  - o Análisis de medios clave para la difusión de la actividad (cultura y medioambiente): trabajar las bases de datos y el envío de información, a través de notas de prensa y convocatorias.
  - o Seguimiento y gestiones cualitativas con los medios más relevantes.
  - o Mantener la relación con *microinfluencers* del entorno digital.
  
- **Generación de contenido noticiable:**
  - o Aprovechar los diferentes eventos, lanzamientos o actividades de la Fundación para la aparición en medios de comunicación de forma orgánica.
  - o Aprovechar los temas de actualidad y efemérides, como el Día Mundial del Agua y Día Mundial del Medioambiente, para captar la atención de los medios.
  
- **Fomentar el *user-generated content* (UGC):** Incentivar a los usuarios a compartir sus experiencias y contenidos en redes sociales mediante concursos, hashtags o reconocimientos. Así fomentamos la conversación y aumentamos la repercusión de forma orgánica.

## MEDIOS PAGADOS

Son los que no son propios de la fundación, pero que nos permiten llegar a una audiencia más amplia con acciones de marketing y comunicación:

### Acciones clave:

- Analizamos y valoramos acciones de *Branded Content* adaptadas a cada actividad.
- Realizamos campañas de comunicación online (Ads) en redes sociales y posicionamiento en buscadores.
- Estudiamos otras opciones y soportes (planes de comunicación *ad hoc* para cada actividad).
- Analizamos las posibilidades de colaboración con agencias de comunicación que nos ayuden a viralizar los contenidos o a establecer planes de comunicación *ad hoc* para la difusión de acciones especiales o hitos de la Fundación.



## Comunicación Interna

En el pasado ejercicio planteamos el estudio de acciones de comunicación interna, aunque después del análisis de recursos y presupuesto, no vamos, por el momento, a desarrollar acciones concretas, más allá de las derivadas del normal funcionamiento del trabajo interno y las relaciones entre las áreas de Comunicación de la Fundación, Canal de Isabel II y la Comunidad de Madrid.

## RESULTADOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING 2024

En el Plan de actuación 2024 se estableció como objetivo seguir aumentando la repercusión y reputación de las actividades de la Fundación a través de los diferentes canales de comunicación externa con una estrategia multicanal coordinada. A continuación, detallamos los resultados logrados en los diferentes canales:

### MEDIOS GANADOS

#### Impactos en medios de comunicación (prensa, radio, TV y digitales)

Hasta el 1 de noviembre de 2024 la difusión de la actividad de la Fundación ha generado **1.997 apariciones en medios de comunicación** (+91,65% respecto al periodo anterior que fue de 1.042 impactos), con un VPE (Valor Publicitario Estimado) de **más 30 millones de euros** (+107,2% respecto al periodo anterior que fue de 14.611.775) y una audiencia total de 799.267.250 personas (+91,29% respecto al periodo anterior que fue de 417.839.845).

### DETALLE

	TV	RADIO	PRINT	ONLINE
IMPACTOS	176	304	164	1.119
AUDIENCIA	59.396.228	157.816.932	26.019.876	556.034.214
VPE	5.117.331€	17.298.801€	3.759.750€	4.099.653€

### MEDIOS PROPIOS

Vemos aquí la relevancia de la medición y la importancia de tener un sistema de seguimiento y análisis de métricas bien estructurado, ya que permiten evaluar en tiempo real el impacto de las acciones, identificar qué tácticas generan mayor valor y optimizar recursos. Contar con un sistema robusto de análisis ha facilitado la toma de decisiones informadas, ajustando estrategias para aumentar la relevancia y lograr resultados medibles alineados con los objetivos de la Fundación.

### WEB Fundación Canal

El sitio web es el principal canal de comunicación de la Fundación, que ofrece información del propósito y la actividad, y donde se dirigen los usuarios/beneficiarios para informarse y



realizar la compra y reserva de entradas a las actividades, o de publicaciones en el caso de la tienda online.

También sirve de plataforma de contenidos para otras herramientas de comunicación y promoción como boletines y newsletters, campañas de marketing digital y acciones de posicionamiento (SEO y SEM).

A partir de enero de 2023 se comenzó a implementar la herramienta de medición Google Analytics 4, pero hasta junio de 2023, cuando Google cerró GA Universal, no se implantó el nuevo sistema de medición.

En 2023 hubo un pico de tráfico durante el primer semestre, con un incremento de usuarios y sesiones de alrededor del 34% respecto al año anterior, que parece debido principalmente a las acciones de marketing y difusión relacionadas con la exposición *Somos Agua*, que terminó en agosto de 2023, y coincidió con el uso de Google Analytics Universal para la medición.

En el momento que se empezó a aplicar la medición con GA4 (julio de 2024) la comparativa de datos entre 2023 y 2024 se equipara automáticamente:

Esta situación, unida al rechazo de cookies por parte de los usuarios, han hecho que los datos de tráfico web sean menores en 2024 respecto al año anterior, con una estimación de cierre de aproximadamente **205.000 usuarios, 305.000 sesiones y 539.000 páginas vistas**. Creemos que esta medición es mucho más ajustada a la realidad que la anterior.

En cuanto a los datos cualitativos, son de nuevo las exposiciones, encabezadas por *El Muro de Berlín*, las que generan la mayor parte del tráfico, con gran diferencia respecto al resto de contenidos.

Tabla 1 - Fundación Canal. Tráfico Web 2024 (Top 20)

Url	Sesiones	% Δ	Vistas	% Δ
/exposiciones/el-muro-de-berlin-un-mundo-dividido/	59.454	20,47	72.665	22,93
/home	49.077	-0,37	61.464	-0,38
/exposiciones/	33.786	-0,29	52.514	-0,35
/exposiciones/elliott-erwitt-la-comedia-humana/	21.142		23.349	
/exposiciones/surrealismos-la-era-de-la-maquina/	20.828		22.534	
/ciclo-música-cámara/	12.723	-0,06	17.408	-0,06
/visitanos	8.065	-0,18	8.766	-0,20
/canaleduca/	7.552	-0,18	9.584	-0,21



/talleres-cientifico-ambientales/	6.006		6.960	
/exposiciones/matisse-metamorfosis/	5.852		6.544	
/canaleduca/	5.397	-0,26	6.827	-0,31
/visitas-taller-para-familias/info	4.396	0,82	412	-0,87
/es/summaryPurchase	4.202	-0,79	5.091	-0,79
/ciclo-de-música-de-cámara/info	4.188	-0,21	845	-0,90
/canaleduca/tus-practicas-de-laboratorio-con-simuladores-virtuales/	4.050	-0,05	4.819	-0,10
/visita-guiada-gratuita/info	3.396	-0,30	1.106	-0,84
/canaleduca/actividades-presenciales/	3.306	-0,15	4.468	-0,21
/canaleduca/el-agua-esa-fascinate-molecula/	2.961	-0,48	3.109	-0,49
/canaleduca/recursos-interactivos-sobre-el-agua/	2.445	-0,23	2.677	-0,25

En cuanto a las principales **fuentes de tráfico (ver tabla 2)**, el principal es el **orgánico** (posicionamiento en buscadores, principalmente Google), que supone el 57,6% del total, seguido del **tráfico directo (19,6%)**, que proviene de los usuarios que ponen la dirección directamente en el navegador (ya saben qué están buscando). Este dato es muy relevante, porque suele destacar en empresas/instituciones reconocidas y que tienen un nivel alto de posicionamiento y reconocimiento de la marca. Destaca que la tercera fuente de tráfico sea el de **email marketing (12,8%)**, lo que constata la fortaleza de la base de datos de la Fundación y la efectividad de los envíos de información a través de *newsletter*. El resto de fuentes, **paid, referral y social**, están más o menos al mismo nivel, generando en torno al **5% de tráfico a la web**.

Medio	Sesiones	Clic Vídeos y 3D	Reservas
organic	144.582	1.550	573
direct	49.239	247	2.351
email	32.023	452	2.846
paid search	9.656	99	51
referral	8.324	61	106
social organic	6.427	139	100
resto	6.40	4	21

Tabla 2.- Resumen de fuentes de tráfico web Fundación Canal 2024



## REDES SOCIALES

La Fundación Canal cuenta con **139.281 seguidores** (a octubre de 2024), un crecimiento del 13,7% respecto al año anterior, entre todos sus perfiles de redes sociales (Facebook, X, Instagram, LinkedIn, TikTok y YouTube) y **11.609** en los de Canal Educa (Facebook, X e Instagram). En términos generales, los perfiles de RRSS continúan su crecimiento con datos muy positivos, tanto en número de seguidores como en interacción y alcance.

En 2024, los perfiles de Fundación Canal han tenido una tendencia positiva y han experimentado crecimiento, tanto en seguidores como en interacciones.

Destaca los crecimientos de las cuentas de Fundación Canal (suscriptores):

X (Twitter)	Instagram	Facebook*	LinkedIn	YouTube	TikTok
78.056	28.110	21.596	6.548	4.220	751
-0,7%	+17%	+28%	+16%	+58%	+128%

\*Dos cuentas de FB, Fundación Canal y Sala Castellana 214.

El perfil de **X/Twitter** ha experimentado un descenso de seguidores del 0,7% y de interacción (1.614) siguiendo la tendencia de anteriores periodos y de otros perfiles en esta red que siguen sufriendo los vaivenes de los cambios de políticas de la misma. Estamos consiguiendo mantenernos, a pesar de la suspensión de la cuenta durante casi un mes por estas políticas erráticas, que pudimos subsanar, y la intención es volver a crecer con acciones de marketing específicas y una suscripción premium para maximizar el alcance de las acciones.

Destaca el comportamiento de **YouTube**, muy relevante por la apuesta de la Fundación por las actividades online. El canal sigue creciendo en suscriptores (+58% respecto a 2023), con un total de 119.368 visualizaciones de vídeos, 3.169 vídeos compartidos, 1.991 *likes*, y 1.309.072 minutos vistos, a pesar del enorme peso que tuvieron en 2023 los vídeos de la exposición *Somos Agua*.

**Canal Educa**, que cuenta con redes propias, ha experimentado un incremento del 0,26% en X, del 48% en Instagram, y un leve retroceso, del 0,45% en Facebook.

## GOOGLE BUSINESS

Destaca también el comportamiento de las páginas de la Fundación Canal en **Google Business** con un alcance de 270.032 usuarios en lo que va de año (31-oct-24), con 47.015 interacciones (clics a la web, indicaciones y llamadas) y 100.289 visualizaciones en Google Maps.

## EMAIL MARKETING



La Fundación cuenta con una comunidad de **más de 79.000 suscriptores** interesados en sus actividades. La relación con la comunidad es a través de la herramienta de email marketing con la que se envían dos *newsletter* mensuales. De estos envíos se reciben reservas y compras de entradas de forma casi inmediata a las actividades a las que damos difusión.

**En 2024 el número de suscriptores ha aumentado más de un 80% respecto al año anterior**, alcanzando los 79.055 a finales del mes de octubre. Con una tasa de apertura del 31%, que es bastante alta respecto a la media, y 107.898 clics a las actividades, lo que supone una tasa (CTR) del 11,32%. En email marketing, un CTR en torno al 10% es considerada un dato muy positivo.

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

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

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

El objetivo para 2024 es seguir aumentando los seguidores de la Fundación a través de los diferentes canales de comunicación. 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.

A continuación, se detallan los datos relativos a la comunicación de la actividad durante el año 2024 (previsión a cierre de 2024), así como los objetivos para 2025:

	<b>DATO CIERRE 2023</b>	<b>ESTIMACIÓN CIERRE 2024</b>	<b>OBJETIVO 2025</b>
<b>WEB<sup>5</sup></b>	348.400 usuarios	205.000 usuarios	<b>Incremento de usuarios del 10%</b> respecto al dato de cierre de 2024
<b>RRSS<sup>6</sup></b>	140.046 seguidores	151.000 seguidores	<b>Incremento de seguidores del 5%</b> respecto al dato de cierre de 2024
<b>E-MAIL MARKETING</b>	42.972 Suscriptores	80.000 suscriptores CTR 11,36%	<b>Incremento de suscriptores del 5%</b> respecto al dato de cierre de 2024 y mantener o mejorar la tasa de clics
<b>BLOG (1)</b>	4.868 visitas	6.200 visitas	<b>Incremento de visitas del 10%</b> respecto al dato de cierre de 2024
<b>YOUTUBE</b>	2.880 suscriptores	4.550 suscriptores	<b>Incremento de suscriptores del 25%</b> respecto al dato de cierre de 2024
<b>IMPACTOS EN MEDIOS</b>	1.580 impactos VPE: 14,6M€	2.000 impactos VPE: 30,5M€	<b>Incremento de impactos del 10%</b> respecto al dato de cierre de 2024

<sup>5</sup> El dato de 2023 seguía condicionado por la medición de Google Analytics Universal, hasta el mes de junio, y la inversión en la exposición Somos Agua. El de 2024 ya corresponde en su totalidad a GA4. A partir de ahora, podremos tener una comparativa más realista, siempre teniendo en cuenta los vaivenes que pueda sufrir la gestión de cookies

<sup>6</sup> Suma de seguidores de Fundación Canal y Canal Educa.



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

### **1) Identificación.**

Denominación de la línea	<b>ACTIVIDADES EN COLABORACIÓN CON OTRAS INSTITUCIONES Y ORGANISMOS</b>
Tipo de actividad	Actividad fundacional
Lugar donde se realiza la actividad	Sede de la 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.
- Instituciones cuyos objetivo y fines incardinan con los de la Fundación.
- Otras organizaciones, como por ejemplo Acerca Cultura.

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>7</sup>.

---

<sup>7</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	<b>COLABORACIONES CON CANAL DE ISABEL II</b>
Tipo de actividad	Actividad fundacional
Lugar donde se realiza la actividad	Sede de la 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 202, a fecha de realización de este Plan de Actuación, se han acogido en el auditorio de la Fundación:

- ✓ *Acto Presente y futuro de las tecnologías basadas en NB-IoT (telelectura de contadores)*, mes de abril.
- ✓ Encuentro del Canal de Isabel II con el Colegio de Administradores de Fincas, mes de abril.

### 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 250 personas, todas ellos beneficiarios directos de forma presencial<sup>8</sup>.

---

<sup>8</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 en 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 2025**, 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 2024, 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

<b>GASTOS / INVERSIONES</b>	<b>Actividad Fundacional 1</b>	<b>Actividad Fundacional 2</b>	<b>Actividad Fundacional 3</b>	<b>Actividad Fundacional 4</b>	<b>Total Actividades Fundacionales</b>	<b>TOTAL ACTIVIDADES</b>
Gastos de personal	394.908,04	549.784,77	39.858,01	214.512,18	1.199.063,00	1.199.063,00
Gastos de explotación	148.673,91	206.981,49	15.005,63	80.758,97	451.420,00	451.420,00
Gastos de actividad	664.463,58	925.055,75	67.064,20	360.933,47	2.017.517,00	2.017.517,00
Amortización del inmovilizado	18.114,10	25.218,16	1.828,25	9.839,49	55.000,00	55.000,00
<b>Subtotal Gastos</b>	<b>1.226.159,63</b>	<b>1.707.040,16</b>	<b>123.756,09</b>	<b>666.044,11</b>	<b>3.723.000,00</b>	<b>3.723.000,00</b>
Adquisiciones inmovilizado	17.455,40	24.301,14	1.761,77	9.481,69	53.000,00	53.000,00
<b>Subtotal Inversiones</b>	<b>17.455,40</b>	<b>24.301,14</b>	<b>1.761,77</b>	<b>9.481,69</b>	<b>53.000,00</b>	<b>53.000,00</b>
<b>TOTAL RECURSOS A EMPLEAR</b>	<b>1.243.615,04</b>	<b>1.731.341,30</b>	<b>125.517,87</b>	<b>675.525,80</b>	<b>3.776.000,00</b>	<b>3.776.000,00</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

<b>PREVISIÓN RECURSOS A OBTENER</b>	<b>Importe total</b>
<b>INGRESOS PREVISTOS:</b>	
<b>Ventas y Prestación de servicios de las actividades propias</b>	<b>84.000,00 €</b>
- Ingresos de la sala Castellana, 214 (venta de entradas y productos de la tienda de la exposición)	33.000,00 €
- Ingresos de la sede Mateo Inurria, 2 (venta de catálogos, productos reciclados, visitas guiadas, talleres...)	51.000,00 €
<b>Otro tipo de ingresos:</b>	<b>3.692.000,00 €</b>
- Aportación anual de Canal de Isabel II, S.A. para el desarrollo de actividades de la Fundación	3.672.000,00 €
- Ingresos por alquiler de espacios de la sede de la Fundación	20.000,00 €
<b>TOTAL INGRESOS PREVISTOS</b>	<b>3.776.000,00 €</b>
<b>TOTAL RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER PARA APLICACIÓN EN EL EJERCICIO 2025</b>	<b>3.776.000,00 €</b>