



Plan de actuación anual FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

2026



ARTE Y CULTURA

Exposiciones
Visitas guiadas
Visitas -taller para familias
Ciclo de Música de Cámara
Ciclo de Música en Familia
Ciclo de Conferencias

MEDIO AMBIENTE

Canal Educa
Talleres científico-ambientales
Videoblog medioambiental
Estudios de investigación
Ciclo de Conferencias



PLAN DE ACTUACIÓN DEL AÑO 2026

FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

C.I.F.: G82772021

Nº HOJA PERSONAL: 240

PLAN DE ACTUACIÓN PARA EL EJERCICIO: 01/01/2026- 31/12/2026

DATOS DE LA ENTIDAD:

Domicilio: CL MATEO INURRIA, 2

Localidad: Madrid

Código Postal: 28036

Provincia: MADRID

Correo electrónico: marosorio@fundacioncanal.es

Teléfono: +34 915 451 528

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 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 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, que 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 de Canal de Isabel II, como de la Comunidad de Madrid.*
3. *Ayudar a la sensibilización ambiental en general, e hídrica en particular, orientada a la apreciación y al uso más eficiente del recurso hídrico, como exigencia básica del desarrollo sostenible.*
4. *Impulsar el 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 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. *Realizar estudios de investigación que sirvan como apoyo a Canal de Isabel II en la gestión del ciclo integral del agua.*
7. *Colaborar en la divulgación y promoción del patrimonio histórico y cultural de Canal de Isabel II.*
8. *Reforzar, a través de sus actuaciones y de una adecuada política de comunicación de las mismas, la presencia de 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.

En 2026, la Fundación celebrará sus 25 años de existencia por lo que se han programado algunas actividades extraordinarias que se llevarán a cabo a lo largo del año y que se alinearán con el 175 aniversario de Canal de Isabel II.



LÍNEA DE ACTIVIDAD 1. MEDIO AMBIENTE

1) Identificación.

Denominación de la línea	MEDIO AMBIENTE
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.
- 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.
- Ayudar a la sensibilización ambiental en general, e hídrica en particular, orientada a la apreciación y al uso más eficiente del recurso hídrico, como exigencia básica del desarrollo sostenible.
- Impulsar el compromiso entre la prosperidad económica, la calidad de vida de la población y la defensa del medio ambiente.
- 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, así como punto de referencia en todo lo relacionado con el agua y sus diferentes vertientes.
- Realizar estudios de investigación que sirvan como apoyo a Canal de Isabel II en la gestión del ciclo integral del agua.
- Colaborar en la divulgación y promoción 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 Sociedad Anónima M.P. 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.



Actividades de la Línea de Medio Ambiente:

- A. Canal Educa
- B. Día Mundial del Agua (DMA)
- C. Día Mundial del Medio Ambiente (DMMA)
- D. Talleres científico-ambientales
- E. Videoblog ambiental. Somos Agua
- F. Rutas del Agua Multimedia
- G. Ciclo de Conferencias de Medio Ambiente
- H. Estudios de investigación sobre cambio climático, medio ambiente y agua
- I. Libro infantil divulgativo sobre la conservación del agua.

Descripción detallada en relación con las actividades de MEDIO AMBIENTE:

A. CANAL EDUCA

Canaleduca

Es un programa educativo de la Fundación Canal que lleva en funcionamiento desde hace más de 30 años. Está centrado en 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 y en general, el medio ambiente. 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.

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 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/>



Para el año 2026 se prevén las siguientes actuaciones:

- En la reciente licitación 3/2025 para los cursos 2025-2026 y 2026-2027, se ha ampliado la capacidad del programa para poder atender a más centros y alumnos, incrementando así la participación en el programa. Dada la tendencia creciente de la demanda de las actividades de Canal Educa, se está reforzando el programa con diversas actuaciones para poder atenderla (ampliación de las cuotas posibles de participación por centro, difusión de la ampliación del alcance del programa, revisión de los mecanismos de inscripción para agilizar la atención de la demanda creciente, etc.).
- Continuidad de todas las actividades ligadas al agua, y del mensaje de soluciones positivas al cambio climático como elemento troncal de comunicación.
- 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. **A lo largo de 2026 se añadirá una nueva actividad dirigida a las aulas hospitalarias.**
- Consolidación de las visitas a 5 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.
- Consolidación de los recursos didácticos que se ofrecen online en la página web del programa, junto con una propuesta didáctica, para ayudar a los profesores a utilizar los materiales en sus clases.
- Se fortalecerá la forma de obtener métricas que faciliten el seguimiento del uso de estos recursos por los docentes y la toma de decisiones para potenciarlos y lograr convertirlos en una referencia en el ámbito educativo.



- 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. Este apartado se actualizó en 2025 para incentivar la atención de los alumnos, a partir de la experiencia en cursos anteriores.
- Continuidad de comunicación a través de diferentes redes sociales de acuerdo con el plan de comunicación, especialmente dirigido en 2026 a reforzar la demanda, así como el prestigio del programa y la marca Canal Educa como referente de la divulgación ambiental de la Fundación Canal.

Canal Educa:	2025	2026
Presupuesto	287.000	311.000
Beneficiarios	98.000*	110.000
Coste por beneficiario estimado	2,93	2,83

(*) Estimación a cierre. Se incluyen las visualizaciones de recursos

(**) Proyección. Se incluyen las visualizaciones de recursos

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, desde 2006, 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.

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 2026 el Día Mundial del Agua y con motivo del 175 aniversario de Canal de Isabel II se prevé la presentación, en el interior del depósito elevado de la plaza de Castilla, de una obra de arte digital de encargo que tiene como motivo el propio depósito que la alberga, hito arquitectónico de Madrid, directamente vinculado con la actividad de Canal y símbolo del logotipo de la Fundación. La artista elegida es Rosa Muñoz, madrileña y con una amplia trayectoria que vincula la arquitectura con las personas.

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.

Además, en torno a esa fecha conmemorativa y con motivo del 25 aniversario de la Fundación y del 175 aniversario de Canal, se organizará una conferencia impartida por un profesional de



especial prestigio en el mundo ambiental ligado a la empresa, destinada a una audiencia profesional al que su intervención inspire, sensibilice y dote de nuevos conocimientos para la gestión sostenible de su entorno económico y empresarial.

C. 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 2026 corresponde celebrar el Día Mundial del 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.
- ✓ Divulgar ideas innovadoras ligadas al medio ambiente que supongan una inspiración para avanzar hacia prácticas más sostenibles profesionales y personales.

Para el año 2026 se prevé organizar un evento, en la línea de ediciones anteriores, en torno a la innovación ligada a un tema ambiental, dando cabida a la presentación del estudio de investigación si esa fecha (5 de junio) ha concluido. Este estudio, desarrollado en el apartado H de este capítulo, tiene como finalidad identificar soluciones basadas en la naturaleza (SbN) asociadas al ciclo integral del agua, que ayuden a mejorar la calidad y gestión de este recurso. La temática central del evento de celebración de este día procurará estar alineada con la temática que establezca Naciones Unidas para el Día Mundial del Medio Ambiente 2026 (en el momento de elaborar este plan de actuación, Naciones Unidas prevé denominarlo “Llamada global para la acción climática”).

Alternativamente, se realizará una actuación divulgativa especialmente significativa para una fecha tan señalada procurando combinar actividades temáticas presenciales y digitales, por ejemplo: difusión de un video expresamente elaborado para concienciar sobre algún extremo ambiental o la organización de un evento con el programa Canal Educa que celebra su 35 aniversario.

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 temáticas diferentes.

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.).

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.

En 2026 se continuarán desarrollando los talleres comenzados en 2025:



Durante la primera parte de 2026 se desarrollarán estos talleres y en la parte final del año se estrenarán nuevas temáticas que seguirán tratando temas transversales en materia de medio ambiente, siempre vinculándolos de algún modo con el agua, la innovación y la tecnología.

E. VIDEOBLOG AMBIENTAL. 'SOMOS AGUA'

Pretende servir de herramienta de comunicación sobre temas ambientales y 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. Por ello es 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 el Videoblog se pueden consultar aquí:

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

Además de ser publicados en la página web y el canal de Youtube de la Fundación, los videoblogs se integran 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 de RTVE Adela Úcar. Los videos se han enriquecido con imágenes de archivo con un enfoque dinámico combinando la presentación de los temas con imágenes ilustrativas.



[Videoblog: Adela Úcar explicando la importancia de naturaleza para la salud](#)

Para el año 2026 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 y fresco de cara a su visualización por redes sociales.
- 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

Rutas del Agua Multimedia es un proyecto innovador de la Fundación Canal que ofrece una experiencia única a través de las nuevas tecnologías a quienes deseen explorar el patrimonio ambiental de la Comunidad de Madrid vinculado especialmente al ciclo integral del agua.

La Fundación ha desarrollado una App con contenidos multimedia (imágenes, realidad aumentada, textos, audio, vídeos...) que proporcionan información valiosa y complementaria sobre el patrimonio hidráulico, la flora, la fauna y la historia del entorno, permitiendo descubrir la biodiversidad local y los ecosistemas fluviales, poniendo, a su vez, en valor la gran labor de Canal de Isabel II, que impulsa a través del agua el desarrollo y la transformación integral de la capital y la región.

La aplicación cuenta con dos rutas en el entorno del Pontón de la Oliva, especialmente significativo por su valor histórico, arquitectónico y la riqueza natural de sus parajes.

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.

¡Rutas sin cobertura! Descarga la app desde este punto.
Útils cuando estás y estás. El terreno puede estar resbaladizo.
No olvides beber agua. Sobria todo en los meses de calor.
Participa en los cambios.
Útils el móvil siempre. Útils el móvil siempre parado y desde una posición segura.

Canal de Isabel II FUNDACIÓN CANAL Canal de Isabel II

Camina y Fluye

Rutas del Agua Multimedia

Descarga la app, descubre las rutas del Pontón de la Oliva y amóstrate en la historia y los recursos hídricos de la Comunidad de Madrid.

Disponible en Google Play y App Store

Municipio de Madrid Canal de Isabel II

A lo largo de 2026 se continuará valorando su interés, aceptación y uso, de forma que se pueda considerar 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.

Hacia la segunda mitad de 2026 se podrán comenzar, en su caso, los análisis necesarios para licitar el diseño y ejecución de una nueva ruta.



G. CICLO DE CONFERENCIAS DE MEDIO AMBIENTE

El Ciclo de conferencias de la Fundación comenzó su andadura en 2022.

Para el año 2026 se prevé celebrar 3 conferencias relacionadas con medio ambiente, agua y soluciones al cambio climático. Se abordarán nuevos temas no abordados hasta ahora que generen conocimiento y ayuden a sensibilizar al público dándole a conocer soluciones a los retos ambientales del momento. Aunque la selección de temas y ponentes dependerá en gran medida de la actualidad del momento, se procurará dedicar al menos una de las conferencias, a los eventos naturales causados por el cambio climático, que lamentablemente son y serán cada vez más frecuentes.

ACTIVIDAD DIGITAL:

Las conferencias se grabarán y se ofrecerán en diferido a través de la web y del canal de YouTube de la Fundación.

Conferencias de Medio Ambiente:	2025	2026
Presupuesto	12.900 €	12.900 €
Beneficiarios	63.875*	15.000
Coste por asistente estimado	0,20 €	0,86€

() Datos reales a 30/10/25. Esta cifra responde a dos conferencias que han tenido una repercusión extraordinaria desde su realización en 2024. Para 2026 se realiza una estimación conservadora a la luz de las visualizaciones históricas de las restantes conferencias.*

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

H. ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE AGUA, MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO

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.

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.

En el año 2026 se prevé ejecutar el estudio licitado y comenzado en 2025 sobre “Identificación y caracterización de Soluciones basadas en la Naturaleza (SbN) para la gestión del agua” con un enfoque inédito hasta el momento en los estudios de la Fundación. Dicho estudio se desarrolla en colaboración con Canal de Isabel II, según la práctica habitual, y su objeto consiste en localizar y caracterizar SbN que permitan mejorar la gestión de los recursos hídricos a lo largo de todo el ciclo integral del agua, especialmente complementando las



infraestructuras existentes, para conformar un estudio conciso y riguroso que pueda ser divulgado por la Fundación.

I. LIBRO INFANTIL DIVULGATIVO SOBRE EL CICLO INTEGRAL DEL AGUA

En 2026 se elaborará una publicación infantil con la finalidad de sensibilizar a niños de hasta 12 años aproximadamente. Para su desarrollo se contará con un escritor y un ilustrador que crearán una historia bajo las directrices del área de medio ambiente que establecerá los mensajes que debe transmitir.

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, en 2026, está en el entorno de 160.000 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	70.000	40.000	110.000
Día Mundial del Agua	200	500	700
Día Mundial del Medio Ambiente	100	500	600
Talleres científico-ambientales	600	-	600
Rutas del agua multimedia	5.000	-	5.000
Conferencias ambientales	500	14.500	15.000
Videoblog	-	30.000	30.000
TOTAL	76.400	85.500	161.900



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) - 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 atractiva 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:

Las exposiciones de esta sala se programan prioritariamente bajo el criterio de divulgación de las obras de los grandes maestros universales del arte moderno y contemporáneo, si bien pueden obedecer, ocasionalmente, a profundizar en análisis de ciertas temáticas de interés, primando también en estos casos la participación de artistas de referencia en las temáticas a tratar.

Exposiciones Sala Mateo Inurria 2:	PRESUPUESTO	
	2025	2026
Costes directos (*)	543.750 €	560.400

() 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.*

Exposiciones Sala Mateo Inurria 2:	COSTE POR ASISTENTE	
	2025 (proyección a cierre)	2026 (estimación)
Beneficiarios	157.420 *	132.095 **
Coste por asistente estimado	3,45 €	4,24 €

() Datos de beneficiarios reales a 25 de octubre de 2025 con proyección hasta el 31 de diciembre.*



(**) El descenso de beneficiarios estimados de 2026 con respecto a 2025 se debe a que en 2025 la exposición de Warhol se situó en cabeza del histórico total de asistentes con 91.807 visitantes, muy por encima de la afluencia a las exposiciones de esta sala.

En 2026 están previstas las siguientes exposiciones en esta sala:

- > Primera quincena de ENERO:
EXPRESIONISMO: UN ARTE DE CINE. Últimos días de la exposición inaugurada en octubre de 2025 y que finalizará el 4 de enero.

- > ENERO - ABRIL:
STREET ART (título provisional). Un recorrido, hecho ex profeso para la Fundación Canal, por los artistas internacionales más destacados, en el que destaca la presencia de 15 obras Banksy, y una representación de artistas urbanos españoles. En colaboración con 24 Ore Cultura (Milán). La exposición dedicará un apartado específico a la diferencia entre arte y vandalismo.
Comisario: Patrizia Cattanea

- > MAYO – AGOSTO (Pendiente programación)

- > OCTUBRE 2026 - ENERO 2027:
RAUSCHEMBERG Vs. DORÉ: dos visiones del infierno de Dante (título provisional). La exposición, producida por la Fundación Canal, enfrenta dos visiones, separadas por casi un siglo, de uno de los motivos iconográficos más representados de la Historia del Arte: La divina comedia. Dos visiones artísticas y culturales radicalmente distintas: la del siglo XIX romántico y moralista, y la del siglo XX contemporáneo, experimental y crítico.
Exposición pendiente de cierre a fecha de este documento.
Comisaria: Lola Durán Ucar

- > 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 temáticas sobre las que tratan las exposiciones de esta sala son aquéllas que puedan generar conocimiento y hacer divulgación de figuras, acontecimientos o movimientos cuya aportación sirva como clave de interpretación de la sociedad actual, desde una perspectiva artística, científica y/o histórica.

Estas exposiciones se financian habitualmente 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 2026 y a lo largo del primer semestre de 2027 se prevé presentar **una exposición del gran fotógrafo brasileño Sebastiao Salgado, con el agua como tema central**, a riesgo y ventura del promotor. Por este motivo las condiciones económicas y de explotación cambian completamente y se eliminan los gastos para la Fundación. La Fundación recibe un porcentaje de los ingresos de la exposición regulado en un contrato entre las partes.

Exposiciones en Sala Castellana 214:		
	2025	2026
Presupuesto	5.000 €	3.000 €
Beneficiarios	50.797 (proyección a cierre)	105.130 (estimación)
Coste por asistente estimado	0,10 € *	0,03 € *

() La producción de la exposición es a riesgo y ventura del promotor, tan sólo se contemplan 3.000€ en 2026 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.***

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 2026:

- > Jueves 26/03/26 (previsión): Arte o vandalismo: el límite entre la expresión y la infracción
- > Jueves 25/06/26 (pendiente programación)
- > Jueves 19/11/26 (previsión): El viaje interior: Dante, Doré y Rauschenberg como espejos de su época

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.

Conferencias de arte y cultura:	2025	2026
Presupuesto	11.300 €	12.900 €
Beneficiarios	10.494 (proyección a cierre)	10.655 (estimación)
Coste por asistente estimado	1,08 €	1,21 €

(*) Datos reales a 14/10/25 y proyección a cierre

(**) Proyección a cierre. Se incluyen las visualizaciones de conciertos retransmitidos en diferido

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

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 SM12.

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: 23 y 30 de mayo y 6 y 13 de junio

G. CONCURSO FOTOGRÁFICO:

ACTIVIDAD DIGITAL:

(Pendiente programación)

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:	PRESUPUESTO	
	2025	2026
Coste de actividad (*)	50.100	52.275

() 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:	COSTE x ASISTENTE (Ratio sobre coste actividad)	
	2025 (proyección a cierre)	estimación 2026
Beneficiarios **	13.640*	13.640
Coste por asistente	3,67 €	3,83

() Datos reales a 14/10/25 y proyección a cierre*

*(**) 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: 12 de abril y 18 de octubre (pendiente de programación).

La recaudación anual por reserva de asiento de las actividades musicales se dona anualmente a una iniciativa de 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 **263.392 personas**.

ACTIVIDADES 2026	Participantes (directo)		TOTAL
	Presenciales	Digitales	
Exposiciones Sala Castellana 214	105.130	0	105.130
Exposiciones Sala Mateo Inurria 2 y actividades vinculadas	98.050	34.045	132.095
Ciclos de música de la Fundación Canal	2.778	11.254	14.032
Otras actividades	994	11.141	12.135
Total 2026	206.952	56.440	263.392



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 publicaciones¹ previstas por la Fundación para este año son:

- A. Catálogos de las exposiciones de la Sala Mateo Inurria, 2
- B. Memoria anual de actividades de la Fundación Canal (digital)
- C. Publicación sobre el ciclo integral del agua

PRESUPUESTO	2025	2026
Catálogos de las exposiciones	45.000	45.000
Memoria anual de actividades de la FC	8.000	8.240
Ciclo integral del agua	--	25.000

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 6.000 descargas².

¹ 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.

² Estimación realizada en base al dato de cierre de 2024.



LÍNEA DE ACTIVIDAD 4. COMUNICACIÓN Y MARKETING

1) Identificación.

Denominación de la línea	COMUNICACIÓN Y MARKETING
Tipo de actividad	Actividad fundacional
Lugar donde se realiza la actividad	Medios propios, medios de comunicación y publicidad

Descripción detallada de la actividad

En 2026, en el contexto del 175 aniversario de Canal de Isabel II, la Fundación Canal celebra su 25 aniversario. Este hito marcará el eje central del Plan de Comunicación y Marketing, que buscará reafirmar la trayectoria, propósito e impacto de la Fundación a lo largo de estos 25 años, bajo el lema:

25 años impulsando el conocimiento

El plan reforzará la identidad de la Fundación Canal como referente en la divulgación del conocimiento, en sus ámbitos de actuación: arte, cultura y medio ambiente, consolidando su posicionamiento dentro de la estrategia de las 3R: Reputación, Relevancia y Resultados.

Además de dar cobertura a la programación anual habitual, el plan pondrá especial foco en la difusión de las acciones conmemorativas del aniversario, articuladas en torno a grandes hitos culturales, institucionales y de comunicación.

A. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Conmemorar los 25 años de la Fundación Canal reforzando su presencia en el ámbito institucional e incidiendo en el impacto social de sus actividades entre los madrileños como espacio de encuentro entre arte, entorno y divulgación del conocimiento, con una mirada innovadora, hacia los próximos 25 años.

B. ACCIONES POR OBJETIVOS:

B1. REPUTACIÓN:

- Comunicar el legado y aportación de la Fundación Canal a la sociedad madrileña a lo largo de sus 25 años de historia.
- Reforzar su rol como agente de divulgación cultural y ambiental.
- Consolidar su imagen vinculada al propósito de promover el conocimiento y fomentar el cuidado del agua.

Ejes de actuación:

- Identidad visual del aniversario: logotipo y lema conmemorativos 25 aniversario.
- Comunicación institucional vinculada a los logros de estos 25 años.



Acciones clave:

- Decoración corporativa del entorno de la sede de la Fundación (exterior y perímetro del Parque Cuarto Depósito) con elementos visuales del aniversario.
- Vídeo conmemorativo 25 años de Arte y Entorno: pieza audiovisual con testimonios de figuras relevantes del ámbito cultural y ambiental.
- Vídeo programación anual: pieza audiovisual con las actividades más destacadas y eventos clave del aniversario.
- Campaña institucional “25 años impulsando el conocimiento” en medios propios (redes y web).
- Memoria 2025 con enfoque en el legado y el impacto social: divulgación accesible, cercanía a la ciudadanía, actividades centradas en impulsar el conocimiento.
- Felicitación de Navidad (público general) y Año nuevo (institucional) que apoyen la difusión y reconocimiento del 25 aniversario.

B2. RELEVANCIA:

- Maximizar la visibilidad y participación en torno al aniversario y a la programación
- Ampliar públicos, con especial foco en jóvenes y familias.
- Generar *engagement* digital mediante narrativas participativas y formatos audiovisuales.

Ejes de actuación:

- Campañas 360º en medios digitales.
- Reforzar la presencia en medios de comunicación aprovechando la relevancia de actividades e hitos destacados.

Acciones clave:

- Máxima difusión de las acciones especiales del aniversario:
 - Exposición conmemorativa en Sala Castellana 214.
 - Conferencia internacional sobre sostenibilidad y futuro del agua.
 - Intervención artística divulgativa en espacios urbanos.
 - Intervención artística en el depósito elevado.
- Espacio web especial “25 años”.
- Redes sociales:
 - Identidad visual “25 años”.
 - Serie “La historia de la Fundación en 25 posts”.
 - Testimonios de colaboradores y beneficiarios.
- Campaña digital 25 aniversario:
 - Display segmentado en medios digitales.
 - Google Ads y Social Ads.
 - Colaboraciones con *microinfluencers* culturales y ambientales.
- RRPP:
 - Plan de medios 25 aniversario.
 - Notas de prensa y coberturas especiales.
 - Reportajes y entrevistas en medios especializados.
 - Valorar acciones de impacto con *branded content* en torno a los 25 años.



B3. RESULTADOS:

- Medir el impacto de las acciones con KPIs claros en medios, web, redes y notoriedad de marca.
- Avanzar en el enfoque estratégico de la medición para valorar resultados que apoyen la toma de decisiones.
- Generar informes cuantitativos y cualitativos.

Ejes de actuación:

- Seguimiento mensual de KPIs a través del dashboard de métricas (Looker Studio).
- Comparativas con series históricas para medir evolución de notoriedad.
- Encuestas de percepción de marca y recuerdo del aniversario.
- Revisión del plan digital (SEO, SEM, RRSS y email marketing) y ajustes necesarios según resultados.

C. RECURSOS NECESARIOS

Coordinación interna por el Área de Comunicación y Marketing, con apoyo de:

- Colaborador/agencia de comunicación y mkt digital (campañas e influencers).
- Colaborador/agencia de branding y diseño gráfico (identidad 25 aniversario).
- Colaborador/agencia audiovisual (vídeos conmemorativos y piezas digitales).
- Gabinete de prensa externo (medios y RRPP).

Herramientas de análisis:

- GA4, Google Tag Manager, Metricool, cuentas premium en redes sociales.
- *Looker studio*: Optimización de automatizaciones del *dashboard*. Implementación de métricas y KPIs. 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.

D. BENEFICIARIOS

Públicos objetivo:

Prioritarios:

Ciudadanía madrileña.
Público familiar y joven.
Visitantes nacionales e internacionales.
Comunidad educativa.
Profesionales del sector del agua y la innovación.
Medios de comunicación y prescriptores culturales y medioambientales.

Estratégicos:

Instituciones públicas.
Colaboradores y proveedores.
Entidades sociales y medioambientales.
Universidades y estudiantes.



E. CANALES

E1. MEDIOS PROPIOS

Para la difusión de las diferentes actividades, contamos con una serie de canales de comunicación y marketing de la Fundación que 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 (Canal Educa, Blog medioambiental de la Fundación Canal, Tienda y Memorias de actividad).

Redes Sociales: Instagram, X, Facebook, LinkedIn, TikTok, YouTube y Google Business.

Newsletters para el envío de boletines de actividades (bimensuales), invitaciones y contacto con medios de comunicación.

Offline:

Boletín de actividades formato papel.

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 colaboradores de la Fundación (ORCAM, PhotoEspaña, conferenciantes, etc.) y con campañas 360 de marketing digital.
- **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.

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).



En 2025 (a 1-nov), **hemos alcanzado un total de 602.671 sesiones, lo que supone un aumento del 88,36%** respecto al mismo periodo del año anterior; **401.403 usuarios (+83,93%)**, y un total de **855.252 páginas vistas (+58,79%)**, superando con creces los objetivos marcados.

REDES SOCIALES

La Fundación Canal cuenta, a 1 de noviembre de 2025, con más de **149.000 seguidores** en sus perfiles de Redes Sociales (Facebook, X, Instagram, LinkedIn, TikTok y YouTube), y **11.565** en los de Canal Educa (Facebook, Twitter e Instagram) lo que supone un **incremento del 4,74%** respecto al año anterior. En términos generales, los perfiles de RRSS continúan su crecimiento con datos muy positivos, tanto en número de seguidores como en interacción (36,0 mil +22.3%) y alcance (4,2 M impresiones +112.3%).

Crecimientos de las cuentas de Fundación Canal (suscriptores):

X (Twitter)	Instagram	Facebook*	LinkedIn	YouTube	TikTok
76.297	35.266	21.761	7.546	7.130	1.020
-1.9%	+25.0%	+0.8%	+14.5%	+68.0%	+34.6%

**Dos cuentas de FB (Fundación Canal y Sala Castellana 214)*

EMAIL MARKETING

La Fundación Canal tiene una relación fluida y continua con su comunidad de suscriptores a través de la herramienta de email mkt. Se envían dos *newsletter* mensuales, además de alguna puntual con hitos destacados. De estos envíos se reciben reservas y compras de entradas de forma casi inmediata a las actividades a las que damos difusión.

El número de suscriptores ha ido aumentando año tras año, hasta llegar a los 65.922 a 1-nov de 2025 (un 44,31% más respecto al año anterior). Con un total de 97.623 visualizaciones, una tasa de apertura media del 35% y más de 74.000 clics a las actividades.

E2. 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:**



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.

Seguimiento y gestiones cualitativas con los medios más relevantes.

Mantener la relación con *microinfluencers* del entorno digital.

– **Generación de contenido noticiable:**

Aprovechar los diferentes eventos, lanzamientos o actividades de la Fundación para la aparición en medios de comunicación de forma orgánica.

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.

E3. MEDIOS PAGADOS

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:

- Realizamos campañas de comunicación online (Ads) en redes sociales y posicionamiento en buscadores: Google Ads, y Google Grants. En 2025, hemos realizado una auditoría de la cuenta Grants para la optimización de los recursos, además de incrementar la apuesta por campañas de posicionamiento de marca, discovery, display y vídeos, lo que ha contribuido a mejorar significativamente el alcance de nuestros contenidos y el aumento de seguidores.
- Estudiamos otras opciones y soportes (planes de comunicación *ad hoc* para cada actividad, opciones de *branded content*, o marketing de *influencers*).
- Analizamos las posibilidades de colaboración con agencias de comunicación que nos ayuden a viralizar los contenidos o a establecer planes de comunicación para la difusión de acciones especiales o hitos 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 proveedores externos.

3) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.

El objetivo para 2026 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 2025), así como los objetivos para 2026:

	DATO CIERRE 2024	OBJETIVO 2025	ESTIMACIÓN CIERRE 2025	OBJETIVO 2026
WEB (1) (usuarios)	218.286 usuarios	+10% respecto al dato de cierre de 2024	+90%	Incremento de usuarios del 10% respecto al dato de cierre de 2025
WEB (sesiones)	319.913 sesiones		+90%	Incremento de sesiones del 10% respecto al dato de cierre de 2025
WEB (páginas vistas)	538.625 páginas vistas		+60%	Incremento de páginas vistas del 10% respecto al dato de cierre de 2025
RRSS (2)	153.303 seguidores	+5% respecto al dato de cierre de 2024	+5%	Incremento de seguidores del 10% respecto al dato de cierre de 2025
YOUTUBE	5.640 suscriptores	+25% respecto al dato de cierre de 2024	+27%	Incremento de suscriptores del 15% respecto al dato de cierre de 2025
E-MAIL MARKETING	45.679 suscriptores	+5% respecto al dato de cierre de 2024	+45%	Incremento de suscriptores del 15% respecto al dato de cierre de 2025
IMPACTOS EN MEDIOS (3)	1.963	+10% respecto al dato de cierre de 2024	+10%	Incremento de impactos del 10% respecto al dato de cierre de 2025

(1) WEB: A partir de 2024 la medición corresponde en su totalidad a GA4.

(2) RRSS: Suma de seguidores de Fundación Canal y Canal Educa.

(3) MEDIOS: En 2025 cambiamos de plataforma de medición (2024: Rebold. 2025: Hallon).



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 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 presencial³.

³ 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 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 a lo largo de 2026.

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.

No se puede prever un número de beneficiarios o usuarios para el conjunto de actividades de la LÍNEA DE ACTIVIDAD 6, por depender del número de actividades que Canal desee albergar en la sede de la Fundación.



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 presenciales y en línea.
- > 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 2026**, afectan a aquellas actividades que la Fundación viene desarrollando de forma habitual y el objetivo es mantener los datos de cierre de 2025, 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.



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

Previsión de recursos a emplear por la entidad

GASTOS / INVERSIONES	Actividad Fundacional 1	Actividad Fundacional 2	Actividad Fundacional 3	Actividad Fundacional 4	Total Actividades Fundacionales	TOTAL ACTIVIDADES
Gastos de personal	346.671,25	531.846,38	46.847,18	279.436,19	1.204.801,00	1.204.801,00
Gastos de explotación	132.433,03	203.172,39	17.896,25	106.748,34	460.250,00	460.250,00
Gastos de actividad	704.314,95	1.080.526,16	95.177,11	567.716,77	2.447.735,00	2.447.735,00
Amortización del inmovilizado	14.415,85	22.116,10	1.948,08	11.619,97	50.100,00	50.100,00
Subtotal Gastos	1.197.835,08	1.837.661,04	161.868,61	965.521,27	4.162.886,00	4.162.886,00
Adquisiciones inmovilizado	19.940,49	30.591,74	2.694,64	16.073,13	69.300,00	69.300,00
Subtotal Inversiones	19.940,49	30.591,74	2.694,64	16.073,13	69.300,00	69.300,00
TOTAL RECURSOS A EMPLEAR	1.217.775,57	1.868.252,77	164.563,26	981.594,40	4.232.186,00	4.232.186,00

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
INGRESOS PREVISTOS:	
Ventas y Prestación de servicios de las actividades propias	224.800,00 €
- Ingresos de la sala Castellana, 214 (venta de entradas y productos de la tienda de la exposición)	160.000,00 €
- Ingresos de la sede Mateo Inurria, 2 (venta de catálogos, productos reciclados, visitas guiadas, talleres...)	64.800,00 €
Otro tipo de ingresos:	3.738.720,00 €
- <i>Aportación anual de Canal de Isabel II, S.A. para el desarrollo de actividades de la Fundación</i>	3.708.720,00 €
- Ingresos por alquiler de espacios de la sede de la Fundación	20.000,00 €
- Ingresos financieros	10.000,00 €
TOTAL INGRESOS PREVISTOS	3.963.520,00 €
TOTAL RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER PARA APLICACIÓN EN EL EJERCICIO 2026	3.963.520,00 €

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.



5.- HOJA DE FIRMA DE LOS PATRONOS ASISTENTES. PLAN DE ACTUACIÓN 2026

Firma:	
Nombre y Apellidos: Excmo. Sr. D. Carlos Novillo Piris	
Firma:	Firma:
Nombre y Apellidos: Sr. D. Mariano González Sáez	Nombre y Apellidos: Excmo. Sr. D. Mariano de Paco Serrano
Firma: <i>* Ausente por motivos de agenda</i>	Firma:
Nombre y Apellidos: Sr. D. Jose Luis Fernández-Quejo del Pozo	Nombre y Apellidos: Sra. D ^a . Elena Lara Arenas

En Madrid, a 28 de noviembre de 2025.