



CABILDO DE GRAN CANARIA

Líneas Estratégicas de Publicidad Institucional 2024-2027

ÍNDICE

- 1- Introducción
- 2.- Contenido de la Estrategia
- 3.- Objetivos
- 4.- Destinatarios
- 5.- Programas específicos
- 6.- Medios
- 7.- Presupuesto aproximado



1- Introducción

La experiencia de gestión de la publicidad institucional durante los últimos cuatro años, nos permite evaluar resultados, proponer mejoras y orientar con más eficiencia las líneas estratégicas para el periodo 2024-2027.

Hemos comprobado que la unificación de la imagen corporativa, la preferencia en la comunicación de los temas de servicio público, la conexión con las grandes preocupaciones de la ciudadanía y la valoración de la importancia de la institución, han incrementado el interés de nuestra sociedad por la acción del Cabildo de Gran Canaria.

Se ha afianzado una nueva relación entre la administración insular y la ciudadanía, basada en la transparencia de la gestión pública, el desarrollo de estrategias de información y comunicación, así como la orientación a la sociedad en la que está inmersa.

Entendemos que el necesario liderazgo político que el Cabildo debe ejercer ha de realizarse con la máxima vocación de servicio público, que asuma de forma permanente su compromiso con honradez y transparencia en la gestión.

La orientación a los intereses de la ciudadanía, debe ser un eje prioritario y la comunicación pública debe ofrecer información adaptada a las necesidades de los usuarios tratando de llegar a ellos de una forma cercana, detectando sus necesidades presentes y futuras e incrementando su satisfacción.

El Cabildo de Gran Canaria consciente de este entorno entiende la comunicación como una actividad de servicio público inherente a su acción de gobierno debido a que la sociedad demanda información y quiere estar cada vez más informada en un menor tiempo.

Por eso se quiere desarrollar una Estrategia de Comunicación centrada en los servicios que se prestan al ciudadano, en la información transparente de las acciones significativas de la institución, en el afán de incrementar un sentimiento de pertenencia a la sociedad grancanaria, de forma que mejoren su bienestar y faciliten el ejercicio efectivo de sus derechos.

No obstante, la creciente oferta de medios y plataformas para informarse o conocer la actualidad que les rodea, ha conllevado a una gran fragmentación de la audiencia, en detrimento de los medios convencionales.

A esto hay que sumarle el creciente salto generacional y la diversificación, que hacen que personas de distintas edades consuman medios de comunicación de manera diferente.



Ante esta situación, es necesario que las Administraciones Públicas, en un ejercicio de optimización de los recursos públicos, sean muy eficientes en la forma en la que transmiten los mensajes y en la elección de los canales para llegar a todos los segmentos de la sociedad.

El Cabildo de Gran Canaria cree firmemente que las administraciones públicas deben combatir la desinformación con más y mejor información, con más transparencia y rigor para hacer llegar la información a la ciudadanía.

Es deber del Cabildo de Gran Canaria informar a la ciudadanía sobre los programas, iniciativas, acciones, convocatorias, subvenciones y herramientas que la corporación insular pone a su servicio, así como realizar campañas de concienciación que respondan a situaciones de interés general, necesidad o urgencia.

2.- Contenido de la estrategia

La Estrategia de Comunicación se centra en los programas de comunicación institucional que el Cabildo de Gran Canaria desarrollará a lo largo los años 2024-2027 y que tienen por objeto divulgar, informar y sensibilizar a la población grancanaria sobre iniciativas de interés público y planes institucionales que desarrollen las competencias del Cabildo de Gran Canaria.

En el marco de este compromiso, la corporación insular pretende avanzar en el desarrollo de un modelo de ecoisla transversal que está haciendo de Gran Canaria una referencia de progreso, justicia social y desarrollo sostenible, situando siempre a las personas en el centro de su actividad.

Este liderazgo está basado en el impulso de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), que se han convertido en un marco de referencia en todas las actuaciones insulares.

El modelo de ecoisla se basa en un compromiso con la ciudadanía y está sustentado en los siguientes pilares básicos:

- El desarrollo de las políticas sociales inclusivas y de creación de empleo para procurar una mayor equidad y justicia social. La atención preferente a las personas dependientes, o en exclusión social o de vulnerabilidad. Con el objetivo que la igualdad de género se aplique en todas las decisiones y consiga de esa manera la igualdad real de mujeres y hombres y erradicando la violencia de género.
- El desarrollo económico sostenible ligado a la lucha contra el cambio climático en una apuesta decidida por la soberanía energética, la soberanía alimentaria, la soberanía hídrica, la movilidad sostenible, la economía azul, la economía circular, el turismo sostenible y diversificado, la investigación y el desarrollo, el concepto integral de isla



inteligente, la reforestación y la protección de la biodiversidad insular, el apoyo a las pymes, a la industria y el comercio y al sector audiovisual.

- La potenciación de los valores democráticos basados en la transparencia, la participación ciudadana, la cohesión social, los servicios públicos de calidad, la igualdad, la solidaridad, la tradición, la cultura y la identidad.
- La conservación de nuestro patrimonio cultural y natural, difundiendo los contenidos históricos, culturales y sociales que identifican nuestra canariedad, como sociedad isleña, singular y atlántica.
- Impulso de una sociedad tecnológicamente innovadora y donde la cultura digital se generalice para aprovechar las posibilidades de la sociedad del conocimiento. Profundizando en los valores públicos a través de una gobernanza inteligente y una gestión eficiente para aprovechar los valiosos recursos humanos disponibles, modernizando el funcionamiento y cumpliendo mejor los grandes retos que tiene la sociedad grancanaria.

Las prioridades de gobierno, recogidas en el programa presentado ante el Pleno de la Corporación, incluyen el cumplimiento de compromisos transversales que se concretan en todas las áreas y actuaciones del gobierno del Cabildo de Gran Canaria.

Para cumplir con sus compromisos, el Cabildo de Gran Canaria debe trabajar de manera coordinada con los 21 ayuntamientos de la isla, siempre respetando la autonomía municipal. Y como no puede ser de otra manera con el Gobierno de Canarias, siempre a favor de los intereses y beneficios de la ciudadanía.

Niveles de contenidos

La comunicación institucional debe tener un conocimiento profundo de las diferentes realidades poblacionales, de cara a enfocar correctamente los mensajes que se van a comunicar.

La comunicación debe girar en torno a seis niveles de contenido:

a) Contenido de servicio. Todas aquellas informaciones de servicio público y de la actividad de la Corporación útil para el ciudadano.

b) Contenido institucional. Actualidad e información sobre las actividades de la institución pública de interés general.

c) Contenido sobre la identidad y valores. Historia, cultura, patrimonio común e identidad de Gran Canaria.



d) **Contenido sobre promoción económica.** Compromiso con el tejido empresarial grancanario.

e) **Contenido sobre sostenibilidad y desarrollo de ecoísla.**

f) **Contenido sobre igualdad** de oportunidades y derechos sociales.

3.- Objetivos

El Cabildo de Gran Canaria se marca como principal objetivo comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social bajo el paraguas de la transparencia y el interés público.

- Ofrecer a través de la comunicación un servicio público que contribuya a hacer efectivo el derecho a información y las obligaciones adquiridas por el Cabildo de Gran Canaria.
- Desarrollar una estrategia de comunicación que permita la homogeneización de los recursos de cara a optimizar la inversión de los recursos.
- Compartir las prioridades de gobierno con repercusión relevante en la ciudadanía.
- Garantizar transparencia ante la sociedad.
- Aumentar el conocimiento de la ciudadanía sobre los servicios públicos que presta el Cabildo.
- Fomentar la participación activa de la ciudadanía en la gestión de servicios.
- Movilizar a la ciudadanía para una utilización eficiente de los servicios relacionados con sus demandas y necesidades sociales.
- Proyectar la importancia de la institución como un servicio público cercano y que defiende sus intereses.

4.- Destinatarios

El Cabildo de Gran Canaria debe continuar siendo la institución cercana y útil que mejora la vida de la ciudadanía, una institución centrada en la transformación de la sociedad y defensora de los intereses y los derechos de Gran Canaria.



La ciudadanía de Gran Canaria es la destinataria prioritaria de la **comunicación institucional** del Cabildo de Gran Canaria.

En este sentido, la institución apuesta por atender de manera diferenciada las particularidades de la comunicación con ciertos segmentos de público, como son: ciudadanía en general, jóvenes, mayores, inversionistas y empresarios, organizaciones y colectivos sociales, así como los usuarios activos de los servicios del Cabildo.

Este análisis de públicos objetivos o destinatarios de la comunicación supone para el Cabildo de Gran Canaria un cambio de paradigma ya que se desarrollan propuestas de valor por públicos en base a los siguientes objetivos:

- Buscar mensajes y medios que conecten más eficazmente con los diferentes públicos objetivos, definidos en función de la propuesta de valor y el peso objetivo de los mismos por criterios sociológicos.
- Conseguir una mayor eficiencia en la inversión en medios pagados, orientando la misma a donde realmente se concreta la audiencia.

Este esfuerzo obligará a una mayor coordinación por parte de los equipos de comunicación de cada consejería, pero se estima que, con la estructura actual y los apoyos externos puntuales serán suficiente para garantizar la ejecución de la propuesta.

Se plantea la idoneidad de coordinar la inversión en comunicación (Medios Propios y Medios Pagados) para su redistribución por planes individuales en función de cada público objetivo.

Los públicos objetivos son los siguientes:

4.1. Ciudadanía

La ciudadanía de Gran Canaria es la destinataria prioritaria de la comunicación del Cabildo de Gran Canaria. Con ella, la institución se relaciona tanto de manera directa como de manera indirecta, a través de medios propios, medios ganados o medios pagados.

Para este grupo tan heterogéneo se utilizarán mensajes simples, claros y directos a través de los cuales puedan conocer qué hace el Cabildo por todas y todos y cómo defiende sus intereses.

4.2. Personas jóvenes

Hasta la fecha, el canal de comunicación directo con las personas jóvenes ha estado



restringido a las actividades de pocas Consejerías, cuando el Cabildo de Gran Canaria promueve y facilita gran cantidad de temas atractivos para los jóvenes desde muchas áreas, como las de Educación y Juventud, Desarrollo Económico, Deporte, Igualdad, Cultura, Turismo, Medio Ambiente, Movilidad, etc.

Por ello, uno de los objetivos del Cabildo de Gran Canaria radica en acercar toda la información de interés para las personas jóvenes a través de herramientas y plataformas, como las Redes Sociales de mayor consumo por este público (Youtube, Instagram), que además permiten transmitir los mensajes a través de contenidos y actividades que conecten mejor con el sentir de los menores de 28 años.

4.3. Personas mayores

Los cambios demográficos marcan una tendencia en la que las sociedades están cada vez más envejecidas. Actualmente, un 16% de la población grancanaria está compuesta por ciudadanos y ciudadanas de 65 y más años, según el ISTAC.

Es necesario conocer y atender a un grupo cada vez más homogéneo, que dista de los jóvenes en la manera de consumir información, pero a la vez no cumple los estereotipos que históricamente han rodeado a este grupo de población. Cada vez se llega a la vejez con mejor calidad de vida y demandas claras de seguir participando en la actividad diaria.

Por ello, se determina la necesidad de utilizar canales de comunicación generalistas (medios de comunicación, redes sociales como Facebook) y específicos (medios propios impresos, actividades) para mantener una comunicación bidireccional con nuestros mayores.

4.4. Inversionistas y empresariado

Dada la relevancia de la actividad del Cabildo para las personas inversionistas y representantes empresariales, así como su impacto en la economía de la isla, la estrategia de Comunicación del Cabildo de Gran Canaria distingue a este público como un segmento de especial sensibilidad. Sus necesidades pasan por una administración ágil y transparente, así como disponer de una ventanilla única que les facilite el acceso a toda la información y servicios que demandan, preferiblemente facilitando gestiones y trámites de manera telemática.

Se determina mantener la promoción de las iniciativas de la marca 'Best in Gran Canaria', que define una propuesta de valor basada en la centralización de oferta e información orientada a potenciales inversores.

4.5.- Organizaciones y colectivos sociales

El Cabildo de Gran Canaria promueve actuaciones en en materia de desarrollo, lucha contra



la pobreza, alimentación, educación, sanidad, servicios sociales, servicios básicos, infraestructura productiva, derechos humanos y civiles y situaciones de emergencia, contemplando siempre las perspectivas de género y atención a los colectivos más necesitados.

Por este motivo se establece desarrollar una línea de comunicación para canalizar estos proyectos, en determinados casos en coordinación con otras instituciones, garantizando siempre la transparencia y la eficacia de los proyectos.

4.6. Usuarios de la Administración

Las oficinas de atención al ciudadano del Cabildo de Gran Canaria, el personal del Cabildo y el servicio conforman la experiencia global del usuario de la administración.

Se determina establecer una línea de comunicación directa con estos usuarios a través de cartelería, folletos, información en la página web etc., con la finalidad de ampliar su conocimiento sobre los servicios ofertados, agilizar el acceso a trámites y contar con su opinión para mejorar la atención.

5.- Programas específicos

El Cabildo de Gran Canaria quiere sentar las bases de la estrategia de comunicación en base a la articulación de programas que avancen hacia el objetivo de convertir a Gran Canaria en la ecoisla inteligente que garantice los derechos sociales, ecológicos, económicos y culturales.

Estos programas llevarán aparejados la definición de un calendario de publicaciones y canales de difusión, la producción creativa, inserciones publicitarias en medios de comunicación y celebración de actos, si así se determinara.

5.1.- Programa de Información a la Ciudadanía

Informar de manera periódica a la ciudadanía de la gestión y actuaciones llevadas a cabo en el ámbito del gobierno de la corporación insular.

- Informar sobre la gestión del Cabildo de Gran Canaria a través de los medios de comunicación (convocatorias, ruedas de prensa y actos celebrados por el Cabildo de Gran Canaria)
- Información de utilidad de servicios del Cabildo
- Comunicación de avisos en alertas y situaciones de emergencia
- Ayudas
- Subvenciones



- Festejos y eventos de gran afluencia.

5.2.- Programa de Comunicación La Isla de Mi Vida

Todas aquellas acciones e iniciativas de comunicación orientadas a vertebrar a la sociedad grancanaria en torno a conceptos de identidad, valores comunes y vida en comunidad con el concepto de “isla” como marca identitaria. La finalidad es generar un compromiso social y apoyar los símbolos y referentes de nuestra isla.

- Reconocimiento a entidades, acontecimientos y organismos significativos de la cultura e identidad grancanaria.
- Difusión de conmemoraciones destacadas como son el Día de Canarias, las Fiestas del Pino, las fiestas navideñas, entre otras.
- Difusión de los actos del aniversario del Cabildo de Gran Canaria.
- Divulgación del patrimonio medioambiental, cultural...
- Sentido de pertenencia

5.3.- Programa de Igualdad de Oportunidades y Cohesión Social

Avanzar en igualdad significa impulsar simultáneamente la ecoisla y ejecutar los compromisos adquiridos con la ciudadanía.

- Lucha contra la pobreza
- Difusión de acciones relacionadas con las políticas sociales y la accesibilidad como son la vivienda, la atención a las personas dependientes, la formación y la sanidad.

5.4.- Programa de Comunicación Ecoisla Gran Canaria

Contempla aquellas acciones de sensibilización destinadas a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible para Gran Canaria, fruto de la necesidad de concienciar a la población de un modelo de isla que se prepare ante los retos que implica el Cambio Climático, los cambios en los sistemas productivos, la desaceleración económica, etc.

- Concienciación del cuidado del entorno natural y ecosistemas vulnerables a través de proyectos como Gran Canaria Sostenible y Gran Canaria Recicla
- Modelo insular de transporte sostenible
- Gran Canaria Isla Inteligente (ahorro y eficiencia energética, destino turístico inteligente, emergencias, movilidad, transporte público) como herramienta al servicio del desarrollo sostenible.
- Gran Canaria Me Gusta, promoción de los productos locales.

5.5.- Programa de Comunicación para la Dinamización Económica

Difusión de iniciativas para el ciudadano en materia de políticas activas de empleo, promoción de negocios y emprendimiento, así como la promoción de inversiones.



- Plan de Revitalización de Gran Canaria
- Sector Primario
- Fondo Especial por el Empleo

5.6.- Programa de Comunicación Inversiones Estratégicas

Información de los proyectos y obras desarrolladas en el marco del Plan Transforma que para fomentar la dinamización económica, la generación de empleo y la cohesión social de Gran Canaria.

- Inversiones propias del Cabildo de Gran Canaria.

5.7.- Programa de comunicación de igualdad de género, contra la violencia machista.

Información de todos los proyectos que promuevan la igualdad de género desde la consejería específica o de forma transversal por todas las consejerías del gobierno insular.

Sensibilización al conjunto de la población de actitudes, conductas, mensajes que favorezcan unas relaciones igualitarias y no discriminatorias.

5.8.- Programa de comunicación Cultura y Museos.

La Consejería de Cultura, a través de la oferta cultural y servicios públicos de los equipamientos culturales y museísticos, incorpora, desde la transversalidad en su gestión, los principales ejes programáticos que la institución insular establece como líneas estratégicas: sostenibilidad, inclusión social, igualdad de género, participación ciudadana, dinamización económica, etc. Es por ello que la información regular de la gestión cultural pública insular, de las actividades programadas así como la promoción de sus principales recursos museísticos, tienen como finalidad, el reconocimiento, acceso y participación de la ciudadanía y del turismo que visita Gran Canaria.

5.9.- Programa de comunicación de los nuevos proyectos de movilidad sostenible.

Información del proyecto de Tren de Cercanías de Altas prestaciones en la isla de Gran Canaria.

5.10.- Programa de comunicación La Cumbre Vive. Difusión del programa del Instituto de Risco Caído, Patrimonio Mundial y Reserva de la Biosfera.

5.11.- Programa de comunicación para combatir la desinformación y los bulos.

Información que sensibilice del riesgo de compartir mentiras e información no contrastada.



Sensibilización sobre la importancia de identificar los bulos, no compartirlos y como estos comprometen la convivencia, la democracia y edifica una sociedad más frágil y enfrentada.

5.12.- Programa de comunicación de la modernización y transformación tecnológica de los servicios públicos de la isla

Difusión del estado de los proyectos e iniciativas que el Cabildo de Gran Canaria gestiona para incrementar la generación de valor público, a través de la modernización de los procesos y cartera de servicios, la transformación digital y la innovación administrativa, tanto de la propia Corporación como de los Ayuntamientos de la isla a los que presta asistencia en la materia.

- Plan Estratégico de Gobernanza e Innovación Pública (PEGIP) del Cabildo de Gran Canaria.

6.- Medios

Estas campañas se difundirán entre los diferentes públicos objetivos a través de los medios propios, medios pagados y medios ganados.

a) Medios Propios

Son aquellos propios del Cabildo de Gran Canaria que permiten una comunicación personal y sin intermediarios garantizando un contacto directo con la ciudadanía y el control de la información que se difunde. Entre ellos se encuentran las páginas webs, la labor que se realiza a través del Gabinete de Prensa y Comunicación, los folletos, revistas y otros medios impresos de la institución, las redes sociales y los actos o eventos para el ciudadano.

b) Medios Ganados

Cobertura mediática a través de las labores del Gabinete de Prensa y Comunicación. La cobertura editorial se mide en base a la audiencia impactada, el equivalente publicitario y el análisis de sentimiento (positivo, negativo o neutro).

c) Medios Pagados

Anuncios publicitarios que se planifican a través de campañas en medios de comunicación. Ofrecen una mayor visibilidad de los mensajes del Cabildo y las campañas de concienciación. Deberán establecerse en: número y calidad de las inserciones; eficacia publicitaria; y el índice de Notoriedad publicitaria.

7.- Presupuesto aproximado

Se establece un presupuesto aproximado que permita desarrollar la estrategia aquí establecida.



Se gestionará por una licitación abierta, con un contrato centralizado por dos años, prorrogable por otros dos con una cantidad anual aproximada de 2.061.000,00 euros