

Referencia:	2026/00001751Q
Procedimiento:	EXPEDIENTES DE SESIONES JGL 20/02/2026
Asunto:	APROBACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE PUERTO DEL ROSARIO 2026
Departamento:	PRENSA Y COMUNICACIÓN/ INTERVENCIÓN
Secretaria (JLBN)	

DON JUAN MANUEL GUTIÉRREZ PADRÓN, SECRETARIO ACCIDENTAL DEL AYUNTAMIENTO DE PUERTO DEL ROSARIO

CERTIFICO: Que de los datos que obran en esta Secretaría a mi cargo, por la Junta de Gobierno Local, en sesión celebrada con fecha 20 de febrero de 2026, se adoptó entre otros el siguiente acuerdo:

3.- ASUNTOS DE LA ALCALDÍA.

3.1.- Aprobación del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026 (Exp. 1588Z/2025).

Por el Sr. Alcalde se da cuenta a la Junta de Gobierno Local de la siguiente Propuesta Técnica, relativa a la aprobación del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026, con base a los siguientes,

Dña. María Lourdes Benítez Carrillo, Técnico de Prensa del Ayuntamiento de Puerto del Rosario, procede a emitir la siguiente:

PROPUESTA A JUNTA DE GOBIERNO LOCAL

1. ANTECEDENTES

Por el Sr. Alcalde, D. Cristóbal David de Vera Cabrera, mediante Providencia de fecha 11 de febrero de 2026, se solicita el inicio de un nuevo expediente de aprobación del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario de la anualidad 2026.

2. CONSIDERACIONES JURÍDICAS

La publicidad institucional está sujeta a una regulación específica en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional. Esta legislación proporciona el marco legal para las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y otras entidades del sector público estatal, así como en las normativas autonómicas correspondientes.

A pesar de que la publicidad institucional está exenta de la aplicación directa de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, se le aplican los artículos 7 a 22 de la misma, los cuales definen los tipos de contratos publicitarios.

En el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, la publicidad institucional está regulada por la Ley 2/2007, de 9 de febrero, reguladora de las campañas institucionales realizadas por los órganos de la Administración de la Comunidad Autónoma de Canarias y por las restantes entidades comprendidas en el sector público autonómico canario.

Además de los aspectos mencionados, es esencial tener en cuenta los preceptos de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, especialmente en lo que respecta al procedimiento de contratación publicitaria.

En cuanto a la contratación de publicidad institucional, es fundamental seguir los dictámenes del Tribunal Constitucional, los cuales prohíben la discriminación de medios de comunicación en la distribución de publicidad institucional. Esto implica una asignación equitativa basada en criterios de transparencia, igualdad, objetividad, publicidad y libre competencia, sin discriminación ideológica. La asignación de la publicidad institucional debe estar respaldada por la adecuación del medio y del mensaje a la audiencia objetivo.

La Junta de Gobierno Local, por unanimidad de todos sus miembros presentes, acuerda:

PRIMERO.- Aprobar el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026, cuyo texto es el siguiente:



PLAN DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL
AYUNTAMIENTO DE PUERTO DEL ROSARIO 2026

ÍNDICE

1. Introducción
2. Régimen jurídico
3. Contenido del Plan
4. Tipología de campañas publicitarias
5. Ejes del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional
 1. Creación, diseño y producción de campañas publicitarias
 2. Categorías de Campañas
6. Objetivos de comunicación
7. Principios de la Comunicación y Publicidad Institucional en el Ayuntamiento de Puerto del Rosario
 1. Principios orientadores/informadores
 2. Decálogo de buenas prácticas
 3. Perspectivas en la gestión de la comunicación
8. Canales de comunicación y medios de comunicación locales
 1. Canales de comunicación institucional
 2. Canales tradicionales de comunicación
 3. Medios locales en el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026
9. Ámbito de difusión y público objetivo de las campañas
 1. Ámbito de difusión
 2. Público objetivo
10. Objetivos de desarrollo sostenible en comunicación
11. Evaluación
12. Conclusión
- Anexo 1. Relación de medios de comunicación
- Anexo 2. Índice de campañas por concejalías
- Anexo 3. Fichas de campañas
- Anexo 4. Tabla de reparto de medios
- Anexo 5. Campañas por concejalías e importes

I. Introducción

El **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2026** ha sido creado por la **Concejalía de Prensa y Comunicación del Ayuntamiento de Puerto del Rosario**, con el objetivo principal de establecer una estrategia integral para mejorar la difusión de información relevante para los residentes del municipio.

En un contexto donde la comunicación efectiva juega un papel fundamental en la relación entre la administración local y la ciudadanía, este documento propone una serie de acciones y directrices destinadas a **fortalecer los canales de comunicación**, fomentar la **transparencia** y promover la **participación ciudadana**.

El Plan garantiza que la información divulgada por esta Administración se enfoque exclusivamente en las necesidades e intereses de los ciudadanos, asegurando el uso eficaz de los recursos públicos y promoviendo la transparencia como un aspecto clave del buen gobierno.

Elaborado con aportaciones de todas las áreas del Ayuntamiento de Puerto del Rosario de acuerdo con sus respectivos objetivos y prioridades, este documento tiene un propósito principalmente informativo y de planificación.

El **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2026** se destaca por su flexibilidad, lo que permite la implementación de campañas publicitarias y de comunicación institucional que no estaban previstas inicialmente, si bien esta posibilidad se considerará excepcional.

En conclusión, el Plan busca optimizar la comunicación entre el Ayuntamiento y los ciudadanos, priorizando la transparencia y el uso eficaz y eficiente de los recursos públicos.

2. Régimen jurídico

La publicidad institucional está sujeta a una regulación específica en la *Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional*. Esta legislación proporciona el marco legal para las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y otras entidades del sector público estatal, así como en las normativas autonómicas correspondientes.

A pesar de que la publicidad institucional está exenta de la aplicación directa de la *Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad*, se le aplican los artículos 7 a 22 de la misma, los cuales definen los tipos de contratos publicitarios.

En el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, la publicidad institucional está regulada por la *Ley 2/2007, de 9 de febrero, reguladora de las campañas institucionales realizadas por los órganos de la Administración de la Comunidad Autónoma de Canarias y por las restantes entidades comprendidas en el sector público autonómico canario.*

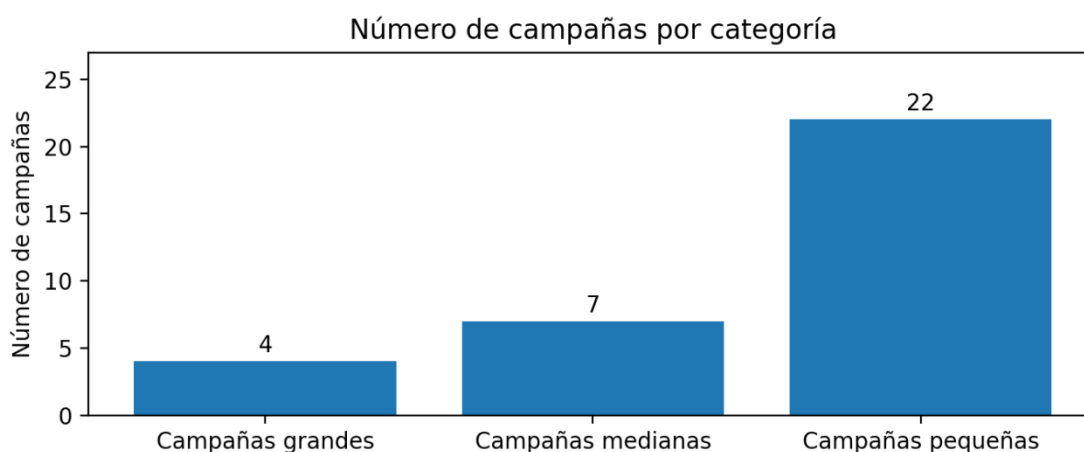
Además de los aspectos mencionados, es esencial tener en cuenta los preceptos de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de *Contratos del Sector Público*, especialmente en lo que respecta al procedimiento de contratación publicitaria.

En cuanto a la contratación de publicidad institucional, es fundamental seguir los dictámenes del Tribunal Constitucional, los cuales prohíben la discriminación de medios de comunicación en la distribución de publicidad institucional. Esto implica una **asignación equitativa basada en criterios de transparencia, igualdad, objetividad, publicidad y libre competencia, sin discriminación ideológica**. La asignación de la publicidad institucional debe estar respaldada por la adecuación del medio y del mensaje a la audiencia objetivo.

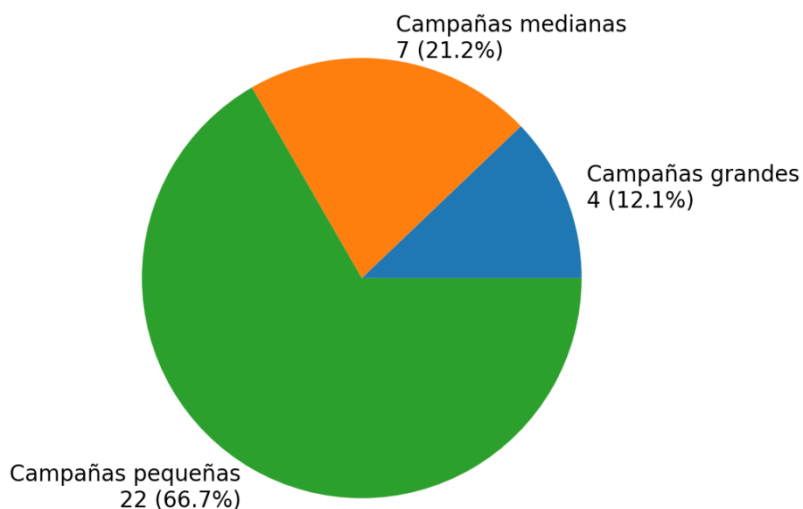
Por último, en el proceso de contratación, es crucial considerar los criterios y aspectos doctrinales contemplados en la legislación actual.

3. Contenido del Plan

El **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026** está compuesto por 33 campañas de publicidad, de las cuales 4 son consideradas grandes, 7 medianas y 22 campañas pequeñas.

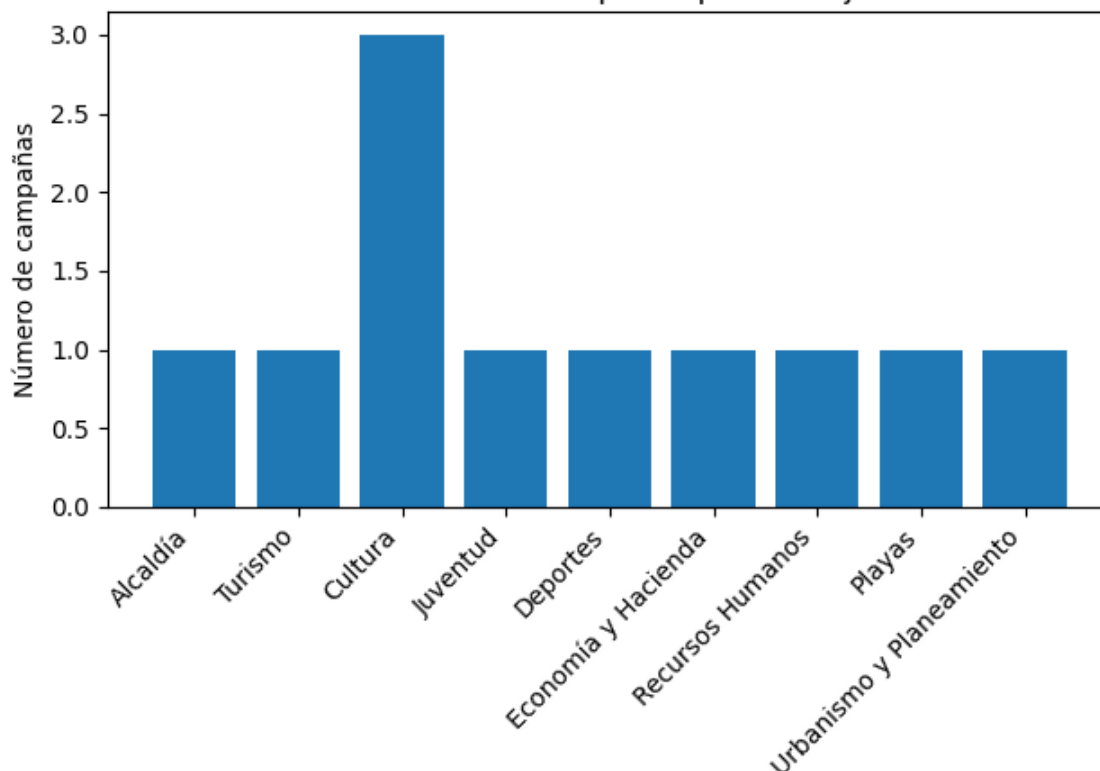


Distribución porcentual de campañas por categoría



Por concejalías, las campañas publicitarias que establece el **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026** se distribuye de la siguiente manera:

Distribución de campañas por concejalías



La distribución de campañas por concejalías refleja una planificación equilibrada, con especial peso en el área de Cultura, que concentra un mayor número de acciones comunicativas debido a la diversidad y continuidad de su programación. El resto de concejalías cuentan con campañas específicas, claramente definidas y alineadas con sus competencias, garantizando una comunicación institucional ordenada y coherente.

4. Tipología de las campañas publicitarias

Las campañas publicitarias de la administración pública se planifican en función del logro de objetivos específicos definidos por la institución promotora del **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2026 del Ayuntamiento de Puerto del Rosario**.

Estos objetivos pueden ser diversos, desde informar sobre nuevos servicios o programas, hasta promover la participación ciudadana en determinadas iniciativas de la ciudad.

Dentro de esto se han identificado diferentes tipos de campañas, cada una diseñada estratégicamente para lograr sus objetivos específicos. En el caso del Ayuntamiento de Puerto del Rosario, las campañas publicitarias se dividen en:

- Institucionales
- Corporativas
- De Servicio Público
- Culturales
- Sociales
- Formación y Empleo

Estas tipologías reflejan la diversidad de ámbitos de actuación municipal y las prioridades de la acción pública, y responden a los principios fundamentales de transparencia, apertura, participación ciudadana y servicio público que rigen la comunicación institucional del Ayuntamiento.

A través de la siguiente infografía se presentan de manera visual las distintas tipologías de campañas publicitarias contempladas en el Plan, ofreciendo una visión global de las estrategias de comunicación institucional que orientan las acciones previstas durante el periodo de vigencia del plan.

AYUNTAMIENTO DE PUERTO DEL ROSARIO

TIPOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

INSTITUCIONALES

- Difusión de Puerto del Rosario como territorio, sus señas de identidad y otros elementos característicos del municipio.
- Difusión de retos y objetivos de Puerto del Rosario que implica la participación de otras administraciones o instituciones.



CORPORATIVAS

- Mejorar la notoriedad y el conocimiento de las concejalías del Ayuntamiento.
- Difundir la misión, la visión, los valores y principios del Ayuntamiento.



DE SERVICIO PÚBLICO

- Difundir los servicios públicos del Ayuntamiento de Puerto del Rosario, las convocatorias y ayudas públicas de la Institución.



CULTURALES

- Difundir la oferta cultural del Ayuntamiento de Puerto del Rosario.



SOCIALES

- Promover la concienciación y la reflexión ciudadanas.
- Evitar conductas de riesgo en la ciudadanía.
- Fomentar la educación social y promocionar los valores cívicos.



FORMACIÓN Y EMPLEO

- Difundir asuntos relacionados con el empleo, la empleabilidad y la capacitación de las personas.





5. Ejes del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional

En la elaboración de este **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026** se ha establecido una clasificación de las campañas publicitarias según su alcance, dividiéndolas en grandes, medianas y pequeñas.

Además, para futuras licitaciones o contratos menores que requieran la creación de contenidos, el Plan contempla la creación, diseño y producción de campañas publicitarias a cargo de entidades externas al Ayuntamiento de Puerto del Rosario.

Dado que se trata de campañas gestionadas por entidades públicas, por norma general están dirigidas a un público heterogéneo. No obstante, es crucial considerar tanto el público objetivo como el específico de cada una de ellas a la hora de elaborar contenidos (Anexo 3) y seleccionar los canales de difusión más adecuados que permitan garantizar el éxito de las campañas.

5.1. Creación, diseño y producción de campañas publicitarias

Para la ejecución de campañas publicitarias por parte de entidades externas al Ayuntamiento, se designará un responsable de la administración para cada una de ellas. Este encargado facilitará a la empresa contratada la información requerida para la elaboración de la campaña, su estrategia y planificación para cumplir con los objetivos establecidos.

La entidad externa será responsable de elaborar los contenidos tras la solicitud del responsable de cada campaña, y los entregará según las necesidades de cada acción y en el momento indicado para el servicio. La solicitud debe incluir requisitos de comunicación como:

- Objetivo y duración de la campaña publicitaria.
- Público objetivo y ámbito geográfico de la campaña.
- Creatividades necesarias.
- Presupuesto máximo de la campaña.

El responsable de la campaña proporcionará las especificaciones técnicas necesarias para la creación de los materiales publicitarios en diferentes formatos y medios, solicitando vistas previas para su aprobación antes del lanzamiento de la campaña.

Los materiales destinados a la difusión en Internet, especialmente aquellos publicados en el sitio web del Ayuntamiento de Puerto del Rosario, deberán cumplir con lo establecido en el *Real Decreto 1494/2007, sobre las condiciones de acceso para personas con discapacidad a tecnologías y servicios de la sociedad de la información y medios de comunicación social*.

5.2. Categorías de campañas

En la propuesta del Plan de Medios de cada una de las campañas implementadas por el Ayuntamiento de Puerto del Rosario, se requiere detallar los medios de comunicación sugeridos, clasificados en prensa y revistas, prensa digital, radios, televisión y soportes audiovisuales.

Se debe considerar siempre la **preferencia de los medios de comunicación locales en la isla de Fuerteventura**, con el objetivo de respaldar aquellos que cuentan con **recursos y personal local**, garantizando una cobertura más efectiva y relevante dirigida a la audiencia municipal e insular.

Cada Plan de Medios propuesto debe ir acompañado de las tarifas generales vigentes y certificadas por los medios incluidos en dichos planes, así como para los formatos propuestos en cada uno de ellos. En casos excepcionales donde no exista una tarifa de referencia, el precio será negociado por el adjudicatario con el medio, estando la compra de dicho espacio publicitario sujeta a la aprobación previa por parte del responsable del contrato.

Para una ejecución más eficiente de las diversas campañas, el Ayuntamiento de Puerto del Rosario establece tres categorías en función de la magnitud de las mismas, clasificadas como grandes, medianas y pequeñas.

Las **campañas grandes** se definen como aquellas dirigidas a toda la ciudadanía y vinculadas a eventos que se extienden por más de una semana, a modo de ejemplo podríamos citar la Festividad de Nuestra Señora del Rosario, Carnavales, celebraciones navideñas, eventos culturales, deportivos o promoción turística.

Las **campañas medianas** están dirigidas a toda la ciudadanía y abarcan eventos con una duración mínima de una semana, relacionados estrechamente con aspectos como Promoción Económica, Comercio, Institucionales o Participación Ciudadana, entre otros.

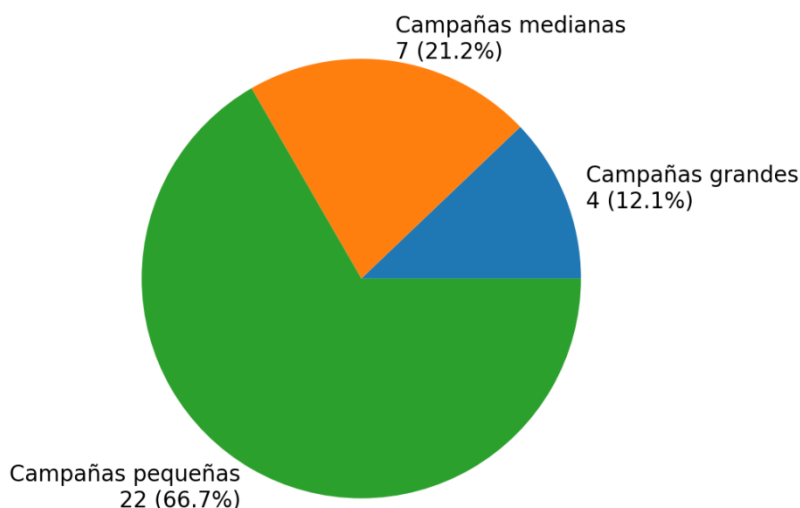
Por último, las **campañas pequeñas** se dirigen a toda la ciudadanía y se centran en eventos con una duración inferior a una semana.

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026 está compuesto por un total de **33 campañas publicitarias**, clasificadas en función de su alcance en **campañas grandes, medianas y pequeñas**.

De este total, **4 campañas son consideradas grandes**, lo que representa el **12,12 %**, **7 campañas son medianas (21,21 %)**, y **22 campañas corresponden a la categoría de pequeñas**, representando el **66,67 %** del conjunto.

Esta distribución pone de manifiesto una estrategia de comunicación basada principalmente en campañas de menor alcance, orientadas a la difusión continua de información institucional y de servicio público, complementadas con campañas medianas y grandes destinadas a acciones de mayor impacto y relevancia para el municipio.

Distribución porcentual de campañas por categoría



6. Objetivos de comunicación

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026 tiene como finalidad establecer una estrategia de comunicación clara, coherente y eficaz que refuerce la relación entre la institución y la ciudadanía.

Desde el ámbito de Prensa y Comunicación, resulta esencial garantizar la difusión de información veraz, accesible y de interés general sobre los derechos, obligaciones, servicios, actuaciones y actividades municipales, contribuyendo a un mejor conocimiento de la gestión pública y del funcionamiento del Ayuntamiento.

La comunicación institucional desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de la confianza ciudadana, diferenciándose claramente de la comunicación política al centrarse en el servicio público, la transparencia y la utilidad social de la información, sin intereses partidistas.

En un contexto marcado por la evolución de los medios de comunicación y el uso generalizado de canales digitales, la comunicación institucional debe favorecer modelos de interacción bidireccional, promoviendo la escucha activa, la participación y la retroalimentación con la ciudadanía.

Los objetivos del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2026 se orientan a abrir la institución a la sociedad, mejorar el acceso a la información pública, reforzar la transparencia y fomentar la participación ciudadana, contribuyendo al desarrollo social, cultural y económico del municipio y a una gestión pública más cercana, eficiente y comprensible.

Objetivos del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2026

1. **Informar** de manera clara y accesible sobre los servicios, actuaciones y programas municipales.
2. **Reforzar la transparencia** y la confianza ciudadana en la gestión municipal.
3. **Fomentar la participación ciudadana**, facilitando el acceso a la información y los canales de interacción.
4. **Fortalecer la imagen institucional** del Ayuntamiento como administración cercana, útil y eficiente.
5. **Impulsar la difusión de iniciativas culturales, sociales, económicas y de empleo** del municipio.
6. **Adaptar la comunicación institucional a los nuevos canales digitales**, promoviendo una relación bidireccional con la ciudadanía.

7. Principios de la Comunicación y Publicidad institucional en el Ayuntamiento de Puerto del Rosario

Este **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional** no establecerá normas que ya estén reguladas por la legislación estatal y autonómica, las cuales son de cumplimiento obligatorio. No obstante, es relevante destacar que la actividad publicitaria promovida por las Administraciones Públicas puede servir, no solo como medio de información para la ciudadanía, sino que también para promover sus iniciativas y políticas públicas.

Por consiguiente, el Ayuntamiento de Puerto del Rosario reitera su compromiso de **utilizar la comunicación y la publicidad institucional exclusivamente en beneficio de sus habitantes**, con el propósito de ofrecerles información sobre sus derechos y los servicios públicos a los que tienen acceso. Esto se llevará a cabo bajo una visión colectiva y no partidista.

A continuación, se exponen los principios las directrices y un decálogo de buenas prácticas que regirán la publicidad institucional de este Ayuntamiento.

7.1. Principios orientadores/informadores

Los principios orientadores de la publicidad institucional son los siguientes:

- Asegurar la **veracidad y precisión de la información**.
- Dar **prioridad al interés público** en la comunicación.
- Emplear **medios transparentes** y **fomentar la participación** y colaboración con todas las partes involucradas.
- Presentar **información clara y reconocible** para evitar confusiones sobre su procedencia.
- Desarrollar **campanas publicitarias creativas** y adaptables a los objetivos establecidos.
- **Actuar de manera responsable** y rendir cuentas por parte de las autoridades públicas, **en línea con el derecho a la información**.
- **Gestionar la comunicación de forma eficaz y profesional** mediante una planificación y evaluación adecuadas.
- Utilizar una **diversidad de medios y plataformas para la difusión de la publicidad institucional**.
- Fomentar un **periodismo ético** y **respetar los códigos deontológicos** de la profesión.
- **Cumplir con los códigos deontológicos de los medios**.
- **Garantizar la protección de la dignidad y los derechos consagrados en la Constitución**.
- Promover el **uso efectivo y accesible de las nuevas tecnologías** en la difusión de la publicidad institucional.

7.2. Decálogo de buenas prácticas

Los principios fundamentales expresados anteriormente no deben limitarse a meras declaraciones de intenciones, sino que deben reflejarse positivamente en el mensaje transmitido. Por lo tanto, el Ayuntamiento de Puerto del Rosario, en su estrategia de comunicación y publicidad institucional, garantiza un compromiso que se materializa en un decálogo de buenas prácticas:

- La comunicación y publicidad institucional no contendrá mensajes partidistas ni servirá como plataforma para la promoción personal de funcionarios públicos o políticos.
- Su finalidad será divulgar información sobre diversos servicios municipales y las responsabilidades de los ciudadanos.
- No se establecerán acuerdos con medios de comunicación para promover la imagen de cargos públicos ni se financiarán de manera indirecta a través de la contratación publicitaria.
- La contratación de medios se regirá por las leyes de contratación vigentes y los criterios establecidos en este Plan de Medios.
- Toda publicidad institucional carecerá de identificación partidista y no se asemejará a la publicidad de ningún partido político.

- Se evitará la publicidad subliminal, que busca influir en el público de forma inconsciente.
- La publicidad institucional cumplirá con las prohibiciones establecidas en la legislación estatal y autonómica.
- No se permitirá el patrocinio institucional cuando los patrocinadores o la actividad patrocinada violen los principios de este Plan.
- Los textos de la publicidad institucional se redactarán en castellano, aunque se podrán utilizar otras lenguas no oficiales cuando sea necesario.
- Durante el periodo electoral, la difusión de información institucional se limitará a la promoción del proceso electoral, medidas de prevención de riesgos y servicios públicos esenciales, sin contenidos partidistas y claramente identificados como institucionales.

7.3. Perspectivas en la gestión de la comunicación

Este Plan contempla una adecuada gestión de los procesos comunicativos a través de la protección de los más importantes y el adecuado tratamiento de las perspectivas en la política de comunicación:

PERSPECTIVAS EN LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN



8. Canales de comunicación y medios de comunicación locales

El **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026** presenta diversas estrategias de comunicación destinadas a informar a los ciudadanos.

Es fundamental diferenciar información generada por la institución y la transmitida por los medios de comunicación en diversos formatos, según el tipo de medio al que se dirija. Por consiguiente, se llevará a cabo una clasificación detallada y un análisis exhaustivo de los medios de comunicación contemplados en dicho plan.

8.1. Canales de comunicación institucional

- **Web municipal:** Este canal de comunicación actúa como la plataforma digital de seguimiento de la información generada por el Ayuntamiento de Puerto del Rosario. Accesible para todos los ciudadanos, este portal se destaca por ser el medio principal de difusión de información. Aquí se publican datos sobre eventos, participación ciudadana, agenda, logros destacados, recursos para concienciación, sensibilización y documentos clave, entre otros aspectos relevantes.
- **Redes sociales:** Estas plataformas se utilizan para difundir información con el propósito de informar y sensibilizar a la audiencia. Permiten destacar las iniciativas institucionales, comunicar novedades e informar a la comunidad sobre temas de interés. Las redes sociales son el principal medio de comunicación para llegar a nuestro público objetivo, en particular, a la ciudadanía en general. La estrategia comunicativa se caracteriza por ser cercana, clara, comprensible, emotiva y motivadora, con el objetivo de impactar en la sociedad. Actualmente se emplean Facebook, Instagram y Twitter, considerando la posibilidad de incorporar próximamente otras plataformas como TikTok o el canal de WhatsApp institucional como nuevas herramientas para llegar a diferentes segmentos de la población.
 - **Facebook:** Destacado por su capacidad de fomentar la interacción y la creación de comunidades en torno a grupos y temas específicos. Se prioriza un lenguaje institucional de fácil comprensión para la comunicación.
 - **Instagram:** Valorado por su capacidad de atraer usuarios de forma visual y atractiva, así como por las oportunidades que brindan las historias para interactuar de manera más personal.
 - **Twitter:** Reconocido por su capacidad de generar interacciones en tiempo real y su inmediatez. Dado su límite de caracteres, se opta por mensajes breves e informativos, siguiendo el código comunicativo institucional.

- **Youtube:** Es una herramienta valiosa para fortalecer la estrategia de comunicación del Ayuntamiento al ofrecer una plataforma para compartir contenido multimedia educativo e informativo con un alcance amplio, contiene funciones que permiten a la audiencia interactuar con el contenido y permite la transmisión en vivo, lo que podría utilizarse para retransmitir en directo diferentes eventos relevantes para la ciudadanía, promoviendo la transparencia institucional.

8.2. Canales tradicionales de comunicación

En lo que respecta a la estrategia de publicidad en medios de comunicación, se procederá con la siguiente distribución:

- **Prensa y revistas:** constituyen una plataforma común para la difusión de campañas publicitarias. Se recomienda la utilización de periódicos locales para dirigirse al público de la zona, considerando incluso medios regionales en circunstancias específicas, dependiendo del público objetivo y la temática de la campaña. Se detallarán para prensa: formato (con medidas en mm), blanco y negro o a color, ubicación en página par o impar, cantidad de inserciones, fechas de publicación, tarifa vigente del medio y descuentos aplicables.
- **Radios:** otro medio habitual para la difusión publicitaria. Se emplearán emisoras locales para campañas dirigidas a audiencias locales, recurriendo a emisoras regionales para eventos de mayor impacto. Para radios se especificarán: emisora, número y horario de cuñas, programas, fechas de inserción, tarifas y descuentos.
- **Televisión y otros medios audiovisuales:** medio destacado para difundir campañas publicitarias. Se utilizarán canales locales para campañas dirigidas a audiencias locales, y cadenas regionales para eventos de mayor envergadura. Para televisión se considerarán cadena, cantidad de emisiones, de sobreimpresiones, distribución horaria, programas, fechas de inserción, tarifas y descuentos.
- **Prensa digital:** medio en crecimiento por su alcance y rapidez. Adecuado para campañas locales y eventos. Para prensa digital se detallarán: medio, formato (con medidas en píxeles), número de impresiones (si aplica), tiempo de lectura, secciones, fechas de publicación, tarifas y descuentos.
- **Publicidad exterior en vallas o mobiliario urbano como MUPI's:** estrategia de alcance masivo. Ideal para eventos con gran afluencia, requiriendo ubicaciones estratégicas y diseños comprensibles para todos. Se recomienda la inclusión de elementos interactivos como códigos QR. Se detallarán aspectos como tipología, cantidad, tarifas y descuentos aplicables a la publicidad exterior.

8.3. Medios locales en el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario para el año 2026 segmenta los medios de comunicación según su tipología, como se detalló previamente. Dentro de cada categoría, la asignación de medios se realizará considerando diversos criterios, establecidos en función de la tipología de cada medio y manteniendo la proporcionalidad entre ellos.

En consonancia con nuestro propósito de respaldar y fortalecer la economía local y regional, este Plan contempla la preferencia por los medios de comunicación locales de la isla de Fuerteventura. Esta medida no solo respalda la infraestructura y el talento humano locales, sino que también garantiza una cobertura efectiva y relevante de la información de mayor interés para la audiencia local.

Criterios de selección:

- **Infraestructura y personal:** Se priorizarán los medios con una infraestructura sólida y un personal cualificado para asegurar la calidad y eficacia en la difusión del mensaje.
- **Análisis de audiencia:** Los datos obtenidos de estudios de audiencia locales nos permitirán identificar los medios con relevancia y compromiso con la audiencia de Fuerteventura, quienes recibirán la inversión publicitaria.
- **Cobertura geográfica:** Los medios locales garantizan un alcance más efectivo de la audiencia objetivo en cada campaña, especialmente dirigida a la población local.
- **Tiempo medio de escucha, visionado o lectura:** Este dato se tendrá en consideración para radios, televisiones y medios digitales.
- **Tirada:** Se evaluará el número de ejemplares editados mensualmente.

Ventajas de contratar medios locales:

- Contribución al empleo y al desarrollo económico local.
- Conocimiento profundo de la realidad y necesidades locales, permitiendo ofrecer contenido adaptado a la audiencia.
- Fortalecimiento del entramado económico y empresarial del municipio mediante colaboraciones con medios locales.



Vivimos una era de transformación tecnológica continua que impacta en la evolución constante del sector empresarial vinculado a los medios de comunicación. Es por esto, que dado el surgimiento constante de nuevos proyectos e iniciativas, es esencial que este Plan de Publicidad Institucional sea un documento dinámico y sujeto a actualizaciones. Esta flexibilidad nos permitirá integrar proyectos emergentes que cumplan con los requisitos legales actuales o que puedan surgir con el tiempo.

Actualmente, en el municipio de Puerto del Rosario tienen cobertura los siguientes medios de comunicación:



En el Anexo 1 de este **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional** encontramos los datos de interés aportados por los propios medios para la elaboración de este documento.

9. **Ámbito de difusión y público objetivo de las campañas**

El Puerto del Rosario, con aproximadamente 50.000 habitantes, es la capital de Fuerteventura y acoge a una comunidad diversa y en constante crecimiento. Tanto el contexto geográfico como el demográfico de la ciudad presentan desafíos y oportunidades únicas para la comunicación institucional.

En este sentido, el Ayuntamiento de Puerto del Rosario tiene la responsabilidad de administrar y coordinar una amplia variedad de servicios públicos, proyectos de infraestructura, eventos y programas sociales. Además, el turismo en aumento y el desarrollo económico crean una dinámica en la que es crucial mantener informados a los ciudadanos y visitantes sobre las políticas municipales, eventos y servicios disponibles.

9.1. **Ámbito de difusión**

El ámbito de difusión de las campañas de comunicación en el marco del **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional** se extiende desde el municipio de Puerto del Rosario hasta abarcar la totalidad de la isla de Fuerteventura. En ocasiones específicas, particularmente en campañas relacionadas con Turismo y Comercio, se orientarán hacia un mercado más amplio a nivel regional, nacional e internacional, como sucede en las Ferias Internacionales de Turismo o los Carnavales de Puerto del Rosario.

Considerando la diversidad de las campañas promovidas por el Ayuntamiento de Puerto del Rosario, resulta esencial, al diseñar y planificar mensajes de difusión, tener en cuenta el público objetivo y su ubicación, tanto dentro como fuera del municipio.

La mayoría de las campañas incluidas en este Plan de Comunicación y Publicidad Institucional están dirigidas a una audiencia general, aunque también pueden coexistir con campañas específicas y/o esporádicas.

En cuanto a la publicidad institucional, se debe abordar a la ciudadanía desde diversas perspectivas, incluyendo a los espectadores, deportistas, contribuyentes, jóvenes, adultos mayores, entre otros. El Ayuntamiento debe adaptar sus campañas y medios de difusión según cada una de estas facetas para amplificar el mensaje de manera efectiva.

9.2. **Público objetivo**

Considerando todos los factores anteriormente expuestos, se clasificará el público objetivo en las siguientes categorías:

- **Ciudadanos y residentes:** Son el público principal para el Ayuntamiento, como principales beneficiarios de los servicios municipales necesitan que la comunicación sea clara, accesible y relevante, considerando la diversidad de edades, géneros y antecedentes culturales.
 - Necesidades de comunicación: Información sobre servicios públicos, eventos, políticas municipales, procesos administrativos, participación ciudadana y consultas públicas.
 - Canales recomendados: Redes sociales, página web del Ayuntamiento, medios locales y eventos.

- **Empresas locales:** Son fundamentales para la economía del municipio y tienen interés directo en las políticas y actividades del Ayuntamiento que afectan al entorno empresarial y la actividad económica.
 - Necesidades de comunicación: Información relativa a reglamentos comerciales, campañas de dinamización comercial de las diferentes zonas comerciales, oportunidades de desarrollo económico, eventos promocionales y programas de apoyo.
 - Canales recomendados: Correo electrónico, reuniones con asociaciones empresariales, página web del Ayuntamiento, redes sociales y publicidad local.
- **Organizaciones y asociaciones:** Incluyen ONG, clubes y asociaciones que tienen un papel activo en la vida del municipio y en la prestación de servicios a la comunidad.
 - Necesidades de comunicación: Colaboraciones con el Ayuntamiento, programas de voluntariado, subvenciones y eventos comunitarios.
 - Canales recomendados: Correo electrónico, reuniones, boletines electrónicos y redes sociales.
- **Medios de comunicación locales y regionales:** Son esenciales para difundir información a la ciudadanía y para llegar a un público más amplio.
 - Necesidades de comunicación: Comunicados de prensa, acceso a información municipal, contacto para entrevistas y declaraciones oficiales.
 - Canales recomendados: Ruedas de prensa, notas de prensa, correo electrónico y relaciones con periodistas.
- **Visitantes y turistas:** La comunicación con ellos es clave para promover el turismo local y dar a conocer Puerto del Rosario como destino turístico.
 - Necesidades de comunicación: Eventos, puntos de interés turístico y servicios para turistas.
 - Canales recomendados: Folletos, página web del Ayuntamiento, redes sociales y colaboración con oficinas de turismo.
- **Jóvenes del municipio:** Representan una parte importante de la población y tienen necesidades específicas en cuanto a servicios, actividades y oportunidades de participación.
 - Necesidades de comunicación: Programas de ocio, eventos culturales, educación y formación.
 - Canales recomendados: Redes sociales, aplicación móvil del Ayuntamiento y colaboración con centros educativos.
- **Proveedores:** Empresas y autónomos que suministran bienes y servicios al Ayuntamiento para el funcionamiento de sus actividades.
 - Necesidades de comunicación: Procesos de licitación, requisitos para proveedores, actualizaciones de pagos y facturación.

- Canales recomendados: Base de datos de proveedores, correo electrónico y eventos de networking.
- **Contribuyentes**: Residentes y empresas que pagan impuestos y tasas municipales al Ayuntamiento.
 - Necesidades de comunicación: Información sobre calendarios y forma de pago de impuestos y tasas municipales, cambios en la legislación fiscal local.
 - Canales recomendados: Correo postal, página web del Ayuntamiento y sesiones informativas.
- **Usuarios de servicios municipales**: Hacen uso directo de los servicios ofrecidos por el Ayuntamiento, como recolección de residuos, transporte público, educación, salud, entre otros.
 - Necesidades de comunicación: Información sobre horarios de servicios, cambios en políticas municipales que afecten a los servicios, guías de uso de los servicios, canales de contacto para reportar problemas o sugerencias.
 - Canales recomendados: Cartelería, aplicación móvil y folletos informativos.

10. Objetivos de desarrollo sostenible ODS

En un entorno cada vez más complejo e interconectado, los gobiernos locales se encuentran ante el desafío de establecer una comunicación efectiva con sus ciudadanos y partes interesadas. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada por las Naciones Unidas en 2015, proporciona un marco global de acción para abordar las problemáticas sociales, económicas y ambientales más apremiantes a nivel mundial. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan un llamado a la acción dirigido a todos los países, instándolos a adoptar medidas audaces y transformadoras que erradiquen la pobreza, protejan el planeta y garanticen la paz y la prosperidad para todos.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



En este contexto, la comunicación institucional de los gobiernos locales desempeña un papel esencial al informar, concienciar y movilizar a la población en relación con la Agenda 2030 y los ODS. A través de una comunicación transparente, efectiva y responsable, los gobiernos locales pueden contribuir al logro de los objetivos globales y generar un impacto positivo en la vida de las personas.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen 17 metas interconectadas a nivel global que buscan eliminar la pobreza, preservar el planeta y asegurar la paz y la prosperidad para todos. Adoptados por todos los países miembros de las Naciones Unidas en 2015 mediante la histórica resolución "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible", los ODS adquieren relevancia para la comunicación institucional de los gobiernos locales al proporcionar un marco de acción concreto para abordar los desafíos fundamentales que enfrenta la municipalidad.

Al integrar los ODS en su comunicación, el Ayuntamiento de Puerto del Rosario puede demostrar su compromiso con el desarrollo sostenible y fomentar la confianza entre sus ciudadanos y partes interesadas.

¿Cómo puede el gobierno local integrar la Agenda 2030 y los ODS en su comunicación institucional?

El Ayuntamiento de Puerto del Rosario puede incorporar la Agenda 2030 y los ODS en su comunicación institucional de diversas formas, que incluyen:

- **Definir una estrategia de comunicación para la Agenda 2030 y los ODS:** Esta estrategia debe establecer los objetivos de la comunicación, los públicos objetivos, los mensajes clave y los canales de comunicación a emplear.
- **Establecer indicadores de seguimiento y evaluación:** Resulta crucial medir el impacto de la comunicación en el logro de los ODS. Esto se puede llevar a cabo mediante el seguimiento de indicadores como la audiencia alcanzada, el nivel de conocimiento y comprensión de los ODS y la participación ciudadana en iniciativas relacionadas con los ODS.
- **Crear contenido informativo y educativo:** El gobierno local puede desarrollar contenido en diversos formatos, como folletos, vídeos, infografías y campañas en redes sociales, para informar a los ciudadanos sobre los ODS y cómo contribuir a su realización.
- **Utilizar una variedad de canales de comunicación accesibles:** Es esencial emplear canales de comunicación que sean accesibles para todos los públicos, incluyendo a grupos marginados o con necesidades especiales.
- **Promover la participación ciudadana:** El gobierno local puede propiciar oportunidades para que los ciudadanos participen en la toma de decisiones relacionadas con los ODS a través de encuestas, consultas públicas, talleres y otros eventos participativos.

- **Establecer alianzas con otras entidades:** Colaborar con organizaciones de la sociedad civil, empresas y universidades permite al gobierno local promover la Agenda 2030 y los ODS y fortalecer su impacto.

La Agenda 2030 y los ODS representan una oportunidad única para que los gobiernos locales transformen su comunicación institucional en una herramienta para el desarrollo sostenible. A través de una comunicación transparente, efectiva y responsable, los gobiernos locales pueden contribuir al logro de los objetivos globales y generar un impacto positivo en la vida de las personas.

11. Evaluación

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026 ha sido concebido como un instrumento estratégico orientado a mejorar la planificación, coordinación y eficacia de las acciones comunicativas de la institución.

Durante su elaboración se ha llevado a cabo un análisis de las necesidades comunicativas del Ayuntamiento, la definición de objetivos claros y la estructuración de estrategias adaptadas a los distintos ámbitos de actuación municipal, sentando así las bases para una comunicación institucional más ordenada, coherente y eficaz.

Uno de los principales valores del Plan es su enfoque integral, que contempla el uso combinado de canales de comunicación propios y externos, tales como comunicados de prensa, redes sociales, medios digitales, radio, prensa escrita y otros soportes publicitarios. Este planteamiento permite adaptarse a los distintos hábitos de consumo informativo de la ciudadanía y ampliar el alcance de los mensajes institucionales.

Asimismo, el Plan facilita la identificación de áreas de mejora en la comunicación municipal, contribuyendo a reforzar la imagen pública del Ayuntamiento, la transparencia de la gestión y la relación con la ciudadanía. La definición de tipologías de campañas, criterios de planificación y objetivos medibles permitirá evaluar de manera continua el grado de cumplimiento de las acciones previstas.

La evaluación del Plan se concibe como un proceso dinámico y flexible, que permitirá introducir ajustes y mejoras a lo largo de su ejecución en función de la evolución de las necesidades comunicativas, los recursos disponibles y los resultados obtenidos, garantizando así su utilidad y vigencia.

12. Conclusiones

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026 se consolida como una herramienta estratégica fundamental para la gestión de la comunicación pública municipal, orientada a garantizar una difusión eficaz, coherente y transparente de la información institucional.

A través de este Plan se establecen criterios comunes, objetivos claros y líneas de actuación que permiten ordenar y optimizar las acciones de comunicación y publicidad institucional, reforzando la visibilidad de las iniciativas municipales y facilitando el acceso de la ciudadanía a la información de interés público.

El Plan apuesta por una comunicación cercana, accesible y adaptada a los diferentes públicos, promoviendo la participación ciudadana, la transparencia en la gestión y el fortalecimiento de la imagen institucional del Ayuntamiento como administración útil, eficiente y comprometida con el interés general.

Asimismo, este documento constituye una referencia común para las distintas áreas municipales implicadas en la comunicación, favoreciendo la coordinación interna, la coherencia de los mensajes y el cumplimiento de la identidad corporativa y las directrices establecidas.

En definitiva, el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2026 se presenta como un marco de trabajo sólido y flexible que contribuirá a mejorar la calidad de la comunicación municipal, a reforzar la confianza de la ciudadanía y a acompañar el desarrollo social, cultural y económico del municipio.

ANEXOS 1 – RELACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El anexo adjunto presenta una relación de los medios de comunicación de referencia en el municipio y la isla. Esta herramienta resultará esencial para asegurar que, en futuras adquisiciones de espacios publicitarios, se otorgue prioridad a los medios de comunicación locales.

El objetivo del Ayuntamiento de Puerto del Rosario es promover una asignación equitativa de los recursos publicitarios municipales, considerando no solo la audiencia y la cobertura de cada medio, sino también su contribución al fortalecimiento de la comunidad local.

Dicha distribución se verá reflejada en una remuneración ajustada y justa, reconociendo el valor que cada medio aporta a nuestra estrategia de comunicación municipal y al desarrollo territorial.

Es relevante destacar que este listado será objeto de actualización periódica en consonancia con la implementación de diversas campañas de comunicación municipal. De este modo, se brindará la oportunidad a nuevos medios de comunicación debidamente acreditados, surgidos con posterioridad a la elaboración de este documento, de participar en el **Plan de Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Puerto del Rosario 2026** y contribuir al intercambio de información y al fortalecimiento de la cohesión social local.

Relación de medios¹:

1. Prensa escrita: Canarias 7, La Provincia, El Enfoque, Diario de Fuerteventura.
2. Radios: Radio Sintonía, Onda Fuerteventura, Radio Insular Fuerteventura, Fuerteventura FM, Dunas FM, Dos FM Radio.
3. Televisión: Fuerteventura Televisión.
4. Prensa digital: Fuerteventura Digital, Noticias de Fuerteventura y La Voz de Fuerteventura.

¹ Los datos aportados por los propios medios están actualizados a marzo de 2024.

**TABLA 1: AUDIENCIA Y COBERTURA MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN
PUERTO DEL ROSARIO**

MEDIO	TIPO	AUDIENCIA	COBERTURA GEOGRÁFICA	TIRADA(PRENSA)
CANARIAS 7	PRENSA ESCRITA	6.230.585 visitas mensuales	Regional	41.000 lectores de media diaria
LA PROVINCIA	PRENSA ESCRITA	8.656.241 visitas mensuales (media)	Regional	
EL ENFOQUE	PRENSA ESCRITA		Fuerteventura	20.000/mes (9.000 en Puerto del Rosario)
DIARIO DE FUERTEVENTURA	PRENSA ESCRITA		Fuerteventura	8.000/mes

MEDIO	TIPO	SHARE	AUDIENCIA	COBERTURA GEOGRÁFICA	TIEMPO MEDIO DE ESCUCHA
RADIO SINTONÍA	RADIO	8,3% Share	65.951 personas	Fuerteventura y sur de Lanzarote	7 minutos/día población general
ONDA FUERTEVENTURA	RADIO	15,7% Share	54.778 personas	Fuerteventura	12,7 minutos/día población general
RADIO INSULAR FUERTEVENTURA	RADIO	6,4% Share	45.656 personas	Fuerteventura	5,3 minutos/día población general
FUERTEVENTURA FM	RADIO		14.000 personas	Fuerteventura (80%)	
DUNAS FM	RADIO	10,3% Share	42.316 personas	Fuerteventura y sur de Lanzarote	8 minutos/día población general
DOS FM RADIO	RADIO			Puerto del Rosario, Antigua, Betancuria, Tuineje y La Oliva	
COPE FUERTEVENTURA	RADIO		9.000 oyentes diarios	Fuerteventura	

MEDIO	TIPO	SHARE	AUDIENCIA	COBERTURA GEOGRÁFICA	TIEMPO MEDIO DE VISIONADO
FUERTEVENTURA TELEVISIÓN	TELEVISIÓN	3,9% Share	40.992 personas	Fuerteventura	6,9 minutos/día

MEDIO	TIPO	COBERTURA GEOGRÁFICA	TIEMPO DE ESCUCHA POR SESIÓN	TIEMPO MEDIO DE LECTURA
FUERTEVENTURA DIGITAL	DIGITAL	Fuerteventura		
NOTICIAS DE FUERTEVENTURA	DIGITAL	Fuerteventura		01:48 minuto
LA VOZ DE FUERTEVENTURA	DIGITAL	Fuerteventura		07:09 minutos
PUERTO RADIO	DIGITAL	Fuerteventura	25-45 minutos	

Los datos han sido facilitados por los propios medios o proceden de estudios de audiencia disponibles en el momento de elaboración del Plan.

**TABLA 2: PERSONAL, ANTIGÜEDAD, VISITAS WEB Y SEGUIDORES EN REDE
SOCIALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PUERTO DEL ROSARIO**

MEDIO	PERSONAL	ANTIGÜEDAD	VISITAS WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE	TIKTOK
CANARIAS 7		1983	249.314/día					
LA PROVINCIA			279.233/media día					
EL ENFOQUE		2008						
DIARIO DE FUERTEVENTURA		2016	237.727/mes					

MEDIO	PERSONAL	ANTIGÜEDAD	VISITAS WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE	TIKTOK
RADIO SINTONÍA	15 personas entre periodistas, técnicos de sonido, redactores y personal administrativo	1995	467.704 usuarios en el último año	55.674 seguidores	5.573 seguidores	2.120 seguidores		
ONDA FUERTEVENTURA	7 personas contratadas, incluyendo profesionales titulados y 12 colaboradores	2014	1.170.000 sesiones a lo largo de 6 meses	92.011 seguidores	13.300 seguidores	4.922 seguidores	5.600 suscriptores	
RADIO INSULAR FUERTEVENTURA	9 personas 2 tituladas	2020		42.000 seguidores	9.548 seguidores	1.416 seguidores	941 suscriptores	
FUERTEVENTURA FM	4 personas, 3 tituladas	2014						
DUNAS FM		2010		22.000 seguidores	6.603 seguidores	1.093 seguidores	174 suscriptores	1.008 seguidores
DOS FM RADIO	2 personas contratadas, 9 colaboradores	2022	16.357 visitas	12.000 seguidores	9.548 seguidores			
COPE FUERTEVENTURA								

MEDIO	PERSONAL	ANTIGÜEDAD	VISITAS WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE	TIKTOK
FUERTEVENTURA TELEVISIÓN		18 meses (proyecto derivado del anterior con 14 años en antena)		1.400 seguidores	848 seguidores	135 seguidores	494 suscriptores	2.056 seguidores

MEDIO	PERSONAL	ANTIGÜEDAD	VISITAS WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE	TIKTOK
FUERTEVENTURA DIGITAL		2000	83.215/mes	7.008 seguidores	981 seguidores	2.848 seguidores	20 suscriptores (8059 visualizaciones)	
NOTICIAS FUERTEVENTURA	2 personas contratadas + 1 administrativo+1 comercial	2016	240.000/mes	56.000 seguidores		1.615 seguidores		
LA VOZ DE FUERTEVENTURA		2020	126.150/mes	5.848 seguidores	275 seguidores			

TABLA 3: PORCENTAJE DEL VALOR ESTIMADO DEL TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN CON RESPECTO A LA TOTALIDAD DE LA CAMPAÑA.

TIPO DE MEDIO	% VALOR ESTIMADO	IMPORTE €
DIGITAL	9	23.394,89 €
PUBLICACIÓN INSTITUCIONAL	5,36	13.932,96 €
PRENSA ESCRITA DE ÁMBITO LOCAL	10	25.994,32 €
RADIOS+ REDES PROPIAS RADIOS DE MAYOR AUDIENCIA	40	103.977,29 €
RADIOS+ REDES PROPIAS RADIO DE MENOR AUDIENCIA	15	40.655,12 €
PRENSA LOCAL DIGITAL	10	25.994,32 €
TELEVISIÓN LOCAL	10	25.994,32 €
	100	259.943,23 €

ANEXO 2 - ÍNDICE DE CAMPAÑAS POR CONCEJALÍAS

CÓDIGO	CONCEJALÍA	NOMBRE DE LA CAMPAÑA	TIPO DE CAMPAÑA
CP/26/001	Alcaldía	PUBLICACIONES INSTITUCIONALES	Grande
CP/26/002	Servicios Sociales	CAMPAÑA ACTIVIDADES CIUDAD AMIGA DE LA INFANCIA	Pequeña
CP/26/003	Servicios Sociales	CAMPAÑA "PREVENCIÓN, SENSIBILIZACIÓN E INTERVENCIÓN EN EL ÁMBITO COMUNITARIO, EDUCATIVO Y POBLACIÓN MAYOR"	Pequeña
CP/26/004	Cultura	ACONTRA CULTURA	Pequeña
CP/26/005	Cultura	SIMPOSIUM DE ESCULTURAS	Pequeña
CP/26/006	Cultura	AGENDA CULTURAL	Grande
CP/26/007	Deportes	CAMPAÑA "TRIATLÓN PUERTO DEL ROSARIO"	Pequeña
CP/26/008	Deportes	SUBVENCIONES DEPORTIVAS-FOMENTO AL DEPORTE	Pequeña
CP/26/009	Deportes	CAMPAÑA "SOL Y LUNA"	Pequeña
CP/26/010	Comercio	CAMPAÑA DE NAVIDAD	Mediana
CP/26/011	Bienestar Animal	CAMPAÑA VACUNACIÓN ANTIRRÁBICA	Pequeña
CP/26/012	Festejos	CARNAVALES DE PUERTO DEL ROSARIO	Mediana
CP/26/013	Festejos	FIESTAS PUERTO DEL ROSARIO 2026	Mediana
CP/26/014	Economía y Hacienda	CAMPAÑA "DINAMIZACIÓN ECONÓMICA"	Mediana
CP/26/015	Educación, Playas, Vivienda, Accesibilidad, Movilidad	CAMPAÑA ACTUACIONES PLAYAS DEL MUNICIPIO	Pequeña
CP/26/016	Educación, Playas, Vivienda, Accesibilidad, Movilidad	AYUDAS AL ALQUILER	Pequeña
CP/26/017	Educación, Playas, Vivienda, Accesibilidad, Movilidad	CAMPAÑA "ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD PUERTO DEL ROSARIO"	Pequeña
CP/26/018	Obras, Urbanismo, Planeamiento	DIFUSIÓN INFORMATIVA DE LA CONCEJALÍA DE OBRAS, URBANISMO Y PLANEAMIENTO	Pequeña

CP/26/019	Obras, Urbanismo, Planeamiento	ACTUACIONES DE PLANEAMIENTO (PLANES PARCIALES, SUNCU, PUBLICACIÓN INSTITUCIONAL)	Pequeña
CP/26/020	Turismo	NOCHES DE LUNA LLENA	Pequeña
CP/26/021	Turismo	FERIAS DE TURISMO (FITUR)	Grande
CP/26/022	Turismo	CAMPAÑAS DINAMIZACIÓN TURÍSTICA CENTROS DE INTERPRETACIÓN	Pequeña
CP/26/023	Juventud	DINAMIZACIÓN DEL PLAN MUNICIPAL DE JUVENTUD (PUERTO JOVEN)	Pequeña
CP/26/024	Juventud	SEMANA DE LA JUVENTUD	Pequeña
CP/26/025	Participación Ciudadana	CAMPAÑA "SEMBRANDO COLOR"	Pequeña
CP/26/026	Servicios Municipales	CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LIMPIEZA.	Mediana
CP/26/027	Servicios Municipales	CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE SANEAMIENTO.	Pequeña
CP/26/028	Patrimonio Histórico	CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE PATRIMONIO HISTÓRICO.	Pequeña
CP/26/029	Sector Primario	FEAGA 2026	Pequeña
CP/26/030	Empleo	CAMPAÑA PLANES DE EMPLEO Y BOLSA DE EMPLEO MUNICIPAL	Mediana
CP/26/031	Parques y Jardines	CAMPAÑA DE LIMPIEZA DE PARQUES Y JARDINES.	Mediana
CP/26/032	Cementerios	CAMPAÑA "DÍA DE LOS DIFUNTOS"	Pequeña
CP/26/033	Personal	CAMPAÑA "PUBLICACIONES CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO"	Grande

ANEXO 3 – CAMPAÑAS (FICHAS)

CAMPAÑA GRANDE	
CONCEJALÍA: Ayuntamiento Puerto del Rosario	
CAMPAÑA Nº: CP/26/001	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: PUBLICACIONES INSTITUCIONALES
<p>OBJETIVO: Difundir información oficial del Ayuntamiento de Puerto del Rosario, como bandos, ordenanzas y cualquier información relevante para los ciudadanos.</p> <p>Mantener informada a la ciudadanía sobre regulaciones, cambios en los servicios municipales y otras noticias relevantes para la comunidad.</p> <p>Promover la transparencia y el acceso a la información pública, facilitando el conocimiento de los derechos y deberes de los ciudadanos en relación con la administración municipal.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario, con el fin de llegar a todos los residentes y garantizar que estén informados sobre las decisiones y acciones del Ayuntamiento que puedan afectarles.	

CAMPAÑA GRANDE	
CONCEJALÍA: Cultura	
CAMPAÑA Nº: CP/26/006	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: AGENDA CULTURAL MUNICIPAL
<p>OBJETIVO: Difundir y poner en valor la programación cultural municipal a través de una Agenda Cultural unificada, clara y accesible, que permita a la ciudadanía conocer de forma ordenada y atractiva todas las actividades culturales que se desarrollan en el municipio.</p> <p>Favorecer la participación activa de la población en la vida cultural local, facilitando el acceso a la información sobre eventos, talleres, exposiciones, espectáculos y actividades culturales dirigidas a públicos diversos.</p> <p>Reforzar la imagen del municipio como un espacio dinámico y comprometido con la cultura, visibilizando el trabajo de artistas, colectivos culturales, asociaciones y entidades que forman parte del tejido cultural local.</p> <p>Contribuir a la descentralización de la oferta cultural, dando protagonismo a distintos espacios y barrios del municipio, y fomentando una cultura cercana, cotidiana y compartida.</p> <p>Apoyar el desarrollo cultural y creativo del municipio como motor de cohesión social, identidad colectiva y bienestar ciudadano.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, con especial atención a personas residentes interesadas en la oferta cultural del municipio.</p> <p>Familias, infancia y juventud, como público prioritario para el fomento de hábitos culturales desde edades tempranas.</p> <p>Personas mayores y colectivos específicos, garantizando una programación diversa, inclusiva y adaptada a distintos intereses y capacidades.</p> <p>Artistas, creadores, asociaciones culturales y colectivos locales, como agentes activos en la generación y difusión de la actividad cultural.</p> <p>Visitantes y turistas que deseen complementar su estancia con actividades culturales y conocer la vida cultural del municipio.</p>	

CAMPAÑA GRANDE	
CONCEJALÍA: Turismo	
CAMPAÑA Nº: CP/26/021	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: FERIAS DE TURISMO (FITUR).
<p>OBJETIVO: Promover Puerto del Rosario como un destino turístico atractivo participando en ferias especializadas en turismo.</p> <p>Informar a posibles visitantes y turistas sobre las características, atractivos y servicios turísticos destacados del municipio.</p> <p>Crear conexiones comerciales y fomentar oportunidades de negocio con expertos del sector turístico en las ferias de turismo.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario con interés en conocer las novedades y oportunidades relacionadas con el turismo.</p> <p>Se dirige a personas de todas las edades y perfiles, incluyendo a residentes locales interesados en el desarrollo turístico del municipio, así como a potenciales visitantes y turistas que deseen conocer más sobre Puerto del Rosario como destino vacacional.</p> <p>Es importante involucrar tanto a los residentes locales como a los visitantes para promover la imagen del municipio como un destino turístico diverso y atractivo, así como para impulsar la economía local a través del turismo.</p>	

CAMPAÑA GRANDE	
CONCEJALÍA: Personal	
CAMPAÑA Nº: CP/26/033	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: PUBLICACIONES CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO.
<p>OBJETIVO: Garantizar la difusión clara, accesible y transparente de las convocatorias de empleo público del Ayuntamiento, facilitando a la ciudadanía el acceso a la información necesaria para participar en los procesos selectivos.</p> <p>Informar de manera ordenada y comprensible sobre ofertas de empleo público, bolsas de empleo, procesos de estabilización, promociones internas y otras convocatorias relacionadas con el acceso a la función pública municipal. Favorecer la igualdad de oportunidades en el acceso al empleo público, asegurando que la información llegue al mayor número posible de personas interesadas, con especial atención a los principios de publicidad, mérito y capacidad.</p> <p>Reforzar la confianza de la ciudadanía en la gestión municipal, poniendo en valor el compromiso del Ayuntamiento con la transparencia, la legalidad y la correcta gestión de los recursos humanos.</p> <p>Contribuir a la planificación y renovación de la plantilla municipal, apoyando los procesos de incorporación de personal necesarios para la mejora de los servicios públicos.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE):	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Personas desempleadas o en búsqueda activa de empleo interesadas en acceder a la función pública. Aspirantes a procesos selectivos de empleo público, tanto de nuevo ingreso como de promoción interna. Personal municipal interesado en procesos de provisión, movilidad o promoción profesional. Personas jóvenes y recién tituladas que contemplan el empleo público como una opción de desarrollo profesional estable. Ciudadanía en general, como destinataria de una información de interés público que refuerza la transparencia y el buen gobierno.</p>	
CAMPAÑA MEDIANA	
CONCEJALÍA: Festejos	
CAMPAÑA Nº: CP/26/010	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: NAVIDAD (CABALGATA DE REYES Y FIN DE AÑO).
<p>OBJETIVO: Fomentar la celebración de la Navidad, como la Cabalgata de Reyes y los eventos de Fin de Año, como momentos especiales para la ciudadanía.</p> <p>Comunicar detalles sobre las actividades, eventos festivos y tradiciones planificadas antes y durante las fiestas navideñas.</p>	

Incentivar la participación activa de los ciudadanos en las festividades y eventos navideños, promoviendo un ambiente de alegría y convivencia.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Noviembre-Enero

POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario con especial interés en aquellos residentes y visitantes que deseen participar en las celebraciones navideñas.

Se dirige a personas de todas las edades y perfiles, desde niños hasta adultos mayores, que puedan disfrutar de las actividades festivas y tradicionales propias de la Navidad.

Es importante involucrar tanto a los residentes locales como a los turistas que visitan la zona durante esta época del año, con el objetivo de promover el espíritu navideño y la dinamización económica del municipio.

CAMPAÑA MEDIANA

CONCEJALÍA: Festejos

CAMPAÑA N°: **CP/26/012**

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CARNAVALES DE PUERTO DEL ROSARIO.

OBJETIVO: Impulsar los Carnavales de Puerto del Rosario como una festividad destacada en el municipio y en la Isla.

Compartir detalles sobre las actividades, eventos y espectáculos planificados antes y durante los carnavales.

Fomentar la participación activa de los habitantes en los desfiles, cabalgatas, concursos, fiestas y otras celebraciones vinculadas al Carnaval.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): 06 febrero-22 febrero

POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario, visitantes, turistas.

Se dirige a personas de todas las edades y perfiles, desde niños hasta adultos mayores, que puedan disfrutar de las diferentes actividades y eventos organizados durante los Carnavales.

Es importante involucrar tanto a los residentes locales como a los turistas que visitan la zona durante esta época del año, con el objetivo de promover el turismo y la dinamización económica del municipio.

CAMPAÑA MEDIANA

CONCEJALÍA: Festejos

CAMPAÑA N°: **CP/26/013**

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: FIESTAS DEL ROSARIO.

OBJETIVO: Promover las Fiestas del Rosario como una celebración significativa en el municipio de Puerto del Rosario, en honor a la patrona de la capital.

Informar sobre las actividades, eventos religiosos, culturales y festivos que se llevarán a cabo antes y durante las fiestas.

Fomentar la participación activa de los ciudadanos en las diversas actividades y eventos en honor a la patrona del Rosario.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Septiembre-octubre

POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario y con especial interés en aquellos residentes y visitantes que deseen participar en las celebraciones de las Fiestas del Rosario.

Se dirige a personas de todas las edades y perfiles, desde niños hasta adultos mayores, que puedan disfrutar de las actividades religiosas, culturales y festivas organizadas durante las fiestas.

Es importante involucrar tanto a los residentes locales como a los turistas que visitan la zona durante este período, con el objetivo de promover el turismo y la identidad cultural del municipio.

CAMPAÑA MEDIANA	
CONCEJALÍA: Economía y Hacienda	
CAMPAÑA N°: CP/26/014	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN ECONÓMICA LOCAL
<p>OBJETIVO: Impulsar la actividad económica del municipio mediante acciones de dinamización dirigidas al tejido empresarial local, fomentando el consumo de proximidad, el emprendimiento y la generación de actividad económica sostenible.</p> <p>Visibilizar y poner en valor a las pequeñas y medianas empresas, comercios, autónomos y profesionales del municipio, destacando su papel fundamental en la creación de empleo y en la cohesión social y económica del territorio.</p> <p>Informar y difundir las iniciativas municipales en materia económica y fiscal, ayudas, incentivos, campañas de apoyo al comercio local y acciones de promoción económica impulsadas desde la Concejalía de Economía y Hacienda.</p> <p>Fomentar la colaboración entre la administración local y el tejido económico del municipio, creando espacios de encuentro, participación y coordinación con empresarios, asociaciones comerciales y agentes económicos.</p> <p>Contribuir al fortalecimiento de la economía local, favoreciendo un modelo económico más diversificado, resiliente y adaptado a las necesidades reales del municipio.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Comercios locales, pequeñas y medianas empresas, autónomos y profesionales del municipio.</p> <p>Personas emprendedoras y proyectos empresariales en fase de creación o consolidación.</p> <p>Asociaciones empresariales y comerciales, como agentes clave en la dinamización económica local.</p> <p>Ciudadanía en general, como consumidora de bienes y servicios locales y parte activa del desarrollo económico del municipio.</p> <p>Entidades públicas y privadas vinculadas al desarrollo económico, el empleo y el emprendimiento, susceptibles de colaborar en las acciones de dinamización.</p>	

CAMPAÑA MEDIANA	
CONCEJALÍA: Servicios Municipales	
CAMPAÑA N°: CP/26/026	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LIMPIEZA.
<p>OBJETIVO: Promover la concienciación ciudadana acerca de la importancia de mantener limpios los espacios públicos y el medio ambiente.</p> <p>Ofrecer educación a la población sobre prácticas responsables de gestión de residuos y reciclaje.</p> <p>Estimular la participación activa de los ciudadanos en actividades de limpieza y preservación del entorno.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario.</p> <p>Dirigido en personas de todas las edades y perfiles, con el fin de promover una cultura de limpieza y responsabilidad ambiental desde la infancia hasta la edad adulta.</p> <p>Sensibilizar especialmente a aquellos sectores de la población que puedan tener un impacto significativo en la limpieza de los espacios públicos, como jóvenes, comerciantes locales y residentes de áreas densamente pobladas.</p>	

CAMPAÑA MEDIANA	
CONCEJALÍA: Empleo	
CAMPAÑA N°: CP/26/030	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA PLANES DE EMPLEO Y BOLSA DE EMPLEO MUNICIPAL
<p>OBJETIVO: Informar a la ciudadanía sobre los diferentes planes de empleo disponibles en el municipio, así como sobre los programas y recursos ofrecidos por la Bolsa de Empleo Municipal.</p> <p>Promover la participación activa de los ciudadanos en los planes de empleo y en la bolsa de empleo municipal, incentivando la inscripción y la búsqueda de oportunidades laborales.</p> <p>Dar a conocer los requisitos, procedimientos y plazos de solicitud para acceder a los planes de empleo y para registrarse en la bolsa de empleo municipal.</p> <p>Destacar los beneficios y oportunidades que ofrecen los planes de empleo en términos de inserción laboral, formación profesional, y desarrollo de habilidades y competencias.</p> <p>Facilitar el acceso a información actualizada sobre ofertas de empleo, oportunidades de formación y actividades de orientación laboral disponibles a través de la bolsa de empleo municipal.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, incluyendo a personas en situación de desempleo, jóvenes en búsqueda de su primer empleo, trabajadores en activo interesados en nuevas oportunidades laborales, y personas en proceso de reinserción laboral.</p> <p>Empresas y empleadores del municipio que puedan beneficiarse de los servicios de intermediación laboral ofrecidos por la bolsa de empleo municipal.</p> <p>Instituciones educativas, centros de formación, y organizaciones sociales involucradas en la capacitación y empleabilidad de los ciudadanos.</p> <p>Entidades colaboradoras, asociaciones empresariales y sindicatos interesados en promover la empleabilidad y el desarrollo económico local.</p>	

CAMPAÑA MEDIANA	
CONCEJALÍA: Parques y Zonas Verdes	
CAMPAÑA N°: CP/26/031	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA DE LIMPIEZA DE PARQUES Y JARDINES.
<p>OBJETIVO: Informar a la ciudadanía sobre las acciones de limpieza programadas en los parques y jardines del municipio.</p> <p>Sensibilizar a la población sobre la importancia de mantener limpios y cuidados los espacios verdes públicos.</p> <p>Fomentar la participación ciudadana en las actividades de limpieza, promoviendo la colaboración voluntaria de los vecinos en la conservación del entorno.</p> <p>Educar sobre la correcta disposición de residuos y la importancia de reciclar para preservar el medio ambiente.</p> <p>Mejorar la imagen y la calidad de vida en el municipio mediante la conservación y el embellecimiento de los espacios verdes.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, incluyendo a residentes, visitantes y usuarios habituales de los parques y jardines del municipio.</p> <p>Grupos vecinales, asociaciones y organizaciones comunitarias interesadas en contribuir al cuidado del medio ambiente y la mejora del entorno urbano.</p> <p>Instituciones educativas, centros de formación y colectivos juveniles que puedan participar en actividades de concienciación ambiental y limpieza.</p> <p>Empresas y entidades colaboradoras que deseen apoyar la iniciativa mediante patrocinios, donaciones de material o voluntariado corporativo.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Servicios Sociales	
CAMPAÑA N°: CP/26/002	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CIUDAD AMIGA DE LA INFANCIA.
<p>OBJETIVO: Promover la participación social de la población infantojuvenil en Puerto del Rosario. Implementar medidas y políticas que protejan los derechos y el bienestar de los niños y adolescentes. Crear conciencia en la comunidad sobre la importancia de establecer un entorno seguro, inclusivo y participativo para los jóvenes, donde se reconozcan y consideren sus opiniones y necesidades. Es importante crear espacios de diálogo, participación y colaboración que permitan a los jóvenes expresar sus opiniones, contribuir a la toma de decisiones y ser agentes de cambio en su comunidad.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario, con especial atención en niños, niñas y adolescentes. Se dirige a familias, educadores, autoridades locales y miembros de la comunidad en general, con el objetivo de involucrar a todos los sectores en la construcción de una Ciudad Amiga de la Infancia.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Servicios Sociales	
CAMPAÑA N°: CP/26/003	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: PREVENCIÓN, SENSIBILIZACIÓN E INTERVENCIÓN EN EL ÁMBITO COMUNITARIO, EDUCATIVO Y POBLACIÓN MAYOR.
<p>OBJETIVO: Fomentar acciones de prevención contra el absentismo, las adicciones y la soledad no deseada en la población adulta mayor. Crear conciencia en la comunidad sobre la relevancia de abordar el absentismo escolar, las adicciones y la soledad en la población adulta mayor. Proporcionar información y recursos para promover estilos de vida saludables y hábitos positivos en todas las etapas, desde la infancia hasta la tercera edad. Brindar herramientas de intervención y apoyo a quienes puedan estar en situaciones de vulnerabilidad social en cualquier momento de sus vidas.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Población en general del municipio de Puerto del Rosario, incluyendo a la infancia, adolescencia, juventud y mayores. Enfoque especial en la población adulto-mayor para abordar, entre otros, la soledad no deseada. Inclusión de todas las etapas de la vida para fomentar la prevención y concienciación sobre temas sociales importantes.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Cultura	
CAMPAÑA N°: CP/26/004	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: ACONTRA CULTURA
<p>OBJETIVO: Promover y visibilizar el proyecto A Contracultura como una iniciativa cultural innovadora que impulsa la creación contemporánea, la diversidad artística y las nuevas formas de expresión cultural en el municipio. Fomentar la participación cultural, especialmente entre la juventud y el público joven-adulto, a través de propuestas culturales alternativas, cercanas y adaptadas a los lenguajes actuales. Dar espacio y proyección a artistas locales y emergentes, así como a colectivos culturales independientes, favoreciendo la creación, la experimentación y el intercambio artístico. Convertir los espacios culturales y urbanos del municipio en lugares vivos de encuentro, reflexión y expresión, acercando la cultura a la calle y a nuevos públicos. Reforzar la imagen del municipio como un territorio abierto a la creatividad, la innovación cultural y las expresiones artísticas contemporáneas, ampliando y diversificando la oferta cultural municipal.</p>	

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Mayo-Junio
POBLACIÓN OBJETO: Población joven y joven-adulta interesada en propuestas culturales contemporáneas y alternativas. Artistas, creadores y colectivos culturales locales y emergentes, como protagonistas y agentes activos del proyecto. Ciudadanía en general, con especial atención a nuevos públicos que no suelen participar en la programación cultural convencional. Comunidad educativa, asociaciones juveniles y culturales interesadas en iniciativas culturales innovadoras. Visitantes y turistas que buscan experiencias culturales diferentes y vinculadas a la creatividad local.

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Cultura	
CAMPAÑA N°: CP/26/005	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: SIMPOSIUM DE ESCULTURAS
<p>OBJETIVO: Promover el Simposium de Esculturas como una iniciativa cultural de referencia que combina creación artística, participación ciudadana y puesta en valor del espacio público del municipio. Fomentar la creación escultórica contemporánea mediante la invitación a artistas y creadores, favoreciendo el intercambio cultural y el diálogo entre el arte, el territorio y la ciudadanía. Acercar el proceso creativo a la población, permitiendo que vecinos y visitantes conozcan de primera mano el trabajo de los artistas, los materiales y las técnicas empleadas, convirtiendo el Simposium en una experiencia cultural abierta y participativa. Enriquecer el patrimonio artístico municipal con nuevas obras escultóricas que permanezcan en el espacio público como legado cultural y elemento identitario del municipio. Reforzar la imagen del municipio como un entorno comprometido con el arte, la cultura y la integración del lenguaje artístico en la vida cotidiana y en el paisaje urbano.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Septiembre-Diciembre	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, interesada en el arte y la cultura contemporánea. Artistas y creadores del ámbito de la escultura, tanto locales como nacionales e internacionales. Comunidad educativa, centros formativos y estudiantes vinculados al arte, el diseño y la creación artística. Visitantes y turistas que valoran la oferta cultural y artística como complemento a su experiencia en el municipio. Agentes culturales, instituciones y colectivos relacionados con las artes plásticas y visuales.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Deportes	
CAMPAÑA N°: CP/26/007	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: TRIATLÓN PUERTO DEL ROSARIO
<p>OBJETIVO: Promover el evento "Triatlón Puerto del Rosario" entre la población. Divulgar información relevante sobre horarios, modalidades de competición y proceso de inscripción. Incentivar la participación de deportistas y entusiastas del triatlón en el evento. Fomentar un estilo de vida saludable y la práctica de actividades deportivas en el municipio. Realzar la importancia del triatlón como disciplina deportiva y su impacto en la sociedad.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Junio - Diciembre	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general interesada en el triatlón y el deporte. Deportistas aficionados y profesionales que deseen participar en el Triatlón Puerto del Rosario. Residentes y visitantes del municipio que busquen eventos deportivos y oportunidades de participación activa.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Deportes	
CAMPAÑA N°: CP/26/008	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: SUBVENCIONES DEPORTIVAS – FOMENTO AL DEPORTE
<p>OBJETIVO: Difundir las convocatorias de subvenciones deportivas municipales destinadas al fomento de la práctica deportiva en el municipio, garantizando una información clara, accesible y transparente para clubes, entidades y deportistas.</p> <p>Apoyar la labor de los clubes deportivos, asociaciones y entidades sin ánimo de lucro que desarrollan su actividad en el ámbito del deporte, reconociendo su papel fundamental en la promoción de hábitos de vida saludables y valores como el esfuerzo, el compañerismo y la inclusión.</p> <p>Fomentar el acceso a la práctica deportiva en todas las edades, impulsando especialmente el deporte base, la formación deportiva y la participación de la infancia y la juventud.</p> <p>Contribuir a la igualdad de oportunidades en el acceso al deporte, favoreciendo la participación de colectivos con mayores dificultades y promoviendo un deporte inclusivo, diverso y accesible.</p> <p>Reforzar el compromiso municipal con el deporte como herramienta de cohesión social, bienestar y mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Junio- Diciembre	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Clubes deportivos y asociaciones sin ánimo de lucro del municipio.</p> <p>Entidades y colectivos que promueven la práctica deportiva y la actividad física en sus distintas modalidades.</p> <p>Deportistas y personas practicantes de deporte, especialmente en categorías de base y formación.</p> <p>Familias, infancia y juventud, como público prioritario en las políticas de fomento del deporte.</p> <p>Ciudadanía en general, como beneficiaria indirecta de una oferta deportiva diversa, accesible y de calidad.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Deportes	
CAMPAÑA N°: CP/26/009	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: SOL Y LUNA
<p>OBJETIVO: Informar a la ciudadanía sobre el evento "Sol y Luna", proporcionando detalles sobre el programa, inscripciones, espectáculos y todas las actividades relacionadas.</p> <p>Facilitar el acceso a la información relevante para que los ciudadanos puedan participar y disfrutar plenamente del evento.</p> <p>Promover la asistencia y la participación activa del público en las diversas actividades ofrecidas durante el evento "Sol y Luna".</p> <p>Es importante comunicar de manera efectiva los detalles del evento y sus actividades para garantizar una amplia participación y una experiencia satisfactoria para todos los asistentes.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Junio-Agosto	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario y áreas circundantes, con interés en eventos culturales y de entretenimiento al aire libre.</p> <p>Se busca alcanzar a todas las personas interesadas en participar en actividades recreativas y culturales durante el evento, independientemente de su edad o intereses específicos.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Bienestar animal	
CAMPAÑA N°: CP/26/011	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA DE VACUNACIÓN ANTIRRÁBICA
<p>OBJETIVO: Garantizar que todos los perros del municipio estén debidamente identificados y vacunados contra la rabia, cumpliendo así con la normativa vigente en materia de bienestar animal y salud pública.</p> <p>Sensibilizar a los propietarios de perros sobre la importancia de la identificación y vacunación de sus mascotas para prevenir la propagación de enfermedades como la rabia y promover la convivencia</p>	

responsable con las mascotas en la comunidad.
Reducir el riesgo de transmisión de la rabia entre animales y seres humanos, contribuyendo así a la protección de la salud pública.
Se invita especialmente a los propietarios de perros a participar en la campaña de vacunación e identificación canina, asegurando así el cumplimiento de la normativa y el bienestar de sus mascotas, así como la protección de la salud pública en general.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE):

POBLACIÓN OBJETO: Todo ciudadano propietario de uno o varios perros en el municipio de Puerto del Rosario.

CAMPAÑA PEQUEÑA

CONCEJALÍA: Playas

CAMPAÑA N°: **CP/26/015**

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA ACTUACIONES
PLAYAS DEL MUNICIPIO

OBJETIVO: Informar y difundir las actuaciones municipales que se desarrollan en las playas del municipio, orientadas a la mejora, mantenimiento y conservación del litoral como espacio público de uso ciudadano y recurso turístico de primer orden.

Poner en valor los trabajos de limpieza, acondicionamiento, accesibilidad, seguridad y mejora de los servicios e infraestructuras de las playas, garantizando entornos seguros, cuidados y accesibles para todas las personas.

Reforzar la imagen del municipio como un destino comprometido con la calidad ambiental, la sostenibilidad y la protección del entorno natural costero.

Favorecer el uso responsable y respetuoso de las playas, promoviendo buenas prácticas ambientales y la convivencia entre residentes y visitantes.

Contribuir al bienestar de la ciudadanía y a la experiencia de quienes visitan el municipio, asegurando playas en condiciones óptimas durante todo el año.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Enero-Diciembre

POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, usuaria habitual de las playas del municipio.

Residentes de las zonas costeras y núcleos cercanos al litoral.

Visitantes y turistas que utilizan las playas como espacio de ocio y disfrute durante su estancia.

Empresas y profesionales vinculados a servicios turísticos y actividades en el litoral.

Colectivos y entidades relacionadas con la protección del medio ambiente y el uso sostenible del litoral.

CAMPAÑA PEQUEÑA

CONCEJALÍA: Vivienda

CAMPAÑA N°: **CP/26/016**

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: AYUDAS AL ALQUILER

OBJETIVO: Notificar a la población acerca del cierre de las convocatorias de ayuda al alquiler y el inicio de los procesos de pago respectivos.

Facilitar el acceso a información relevante sobre los trámites y requisitos necesarios para solicitar y recibir estas ayudas.

Garantizar que los beneficiarios estén al tanto de los plazos y las acciones a seguir para obtener y gestionar adecuadamente las subvenciones de alquiler.

Comunicar de forma clara y oportuna los detalles sobre el cierre de las convocatorias y el comienzo de los pagos, para que los beneficiarios puedan recibir el apoyo necesario a tiempo.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Junio - Diciembre

POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario, especialmente aquellos que se encuentran en situación de necesidad de vivienda y podrían beneficiarse de estas ayudas.

Se busca llegar a aquellos individuos y familias que cumplen con los requisitos establecidos para acceder a las ayudas al alquiler, asegurando que estén informados y puedan aprovechar esta oportunidad.

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Accesibilidad/Movilidad	
CAMPAÑA N°: CP/26/017	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD
<p>OBJETIVO: Mantener a los vecinos informados de forma regular sobre el progreso de las obras realizadas en el área de Accesibilidad/Movilidad para superar las barreras que afectan la movilidad y obstaculizan la accesibilidad universal.</p> <p>Fomentar la transparencia y la participación ciudadana al comunicar las acciones concretas que se están implementando para mejorar la accesibilidad en Puerto del Rosario.</p> <p>Crear conciencia sobre la necesidad de eliminar las barreras arquitectónicas y mejorar la movilidad para garantizar la inclusión y el acceso equitativo a los espacios públicos.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Enero - Diciembre	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario.</p> <p>Se dirige a todos los residentes que pueden verse afectados o beneficiados por las obras de accesibilidad y movilidad, incluyendo a personas con movilidad reducida, personas mayores, padres con cochecitos de bebé y ciudadanos en general.</p> <p>Se busca informar a la población en su conjunto para promover una mayor conciencia sobre la importancia de la accesibilidad universal y la movilidad inclusiva.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Urbanismo y planeamiento	
CAMPAÑA N°: CP/26/018	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: DIFUSIÓN INFORMATIVA DE LA CONCEJALÍA DE OBRAS, URBANISMO Y PLANEAMIENTO
<p>OBJETIVO: Informar a los ciudadanos sobre las acciones planeadas para las modificaciones en el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de Puerto del Rosario.</p> <p>Comunicar de forma clara y transparente las propuestas y proyectos vinculados al urbanismo del municipio.</p> <p>Impulsar la participación ciudadana en la planificación y desarrollo urbano, fomentando el debate y conocimiento sobre las futuras intervenciones en la ciudad.</p> <p>Es importante garantizar la transparencia y la participación ciudadana en los procesos de planificación urbana, asegurando que las acciones propuestas respondan a las necesidades y aspiraciones de la población local.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario, especialmente en aquellos residentes interesados en el desarrollo urbanístico y las transformaciones de su entorno.</p> <p>Se busca llegar a todos los sectores de la población, con el objetivo de involucrar a los ciudadanos en la toma de decisiones y en la construcción de su propio futuro urbano.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Urbanismo y planeamiento	
CAMPAÑA N°: CP/26/019	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: ACTUACIONES DE PLANEAMIENTO (PLANES PARCIALES, SUNCU, PUBLICACIÓN INSTITUCIONAL)
<p>OBJETIVO: Garantizar la difusión pública y transparente de las actuaciones municipales en materia de planeamiento urbanístico, incluyendo Planes Parciales, actuaciones en Suelo Urbano No Consolidado (SUNCU) y demás instrumentos de ordenación del territorio.</p> <p>Informar a la ciudadanía de forma clara y accesible sobre los procesos de tramitación, aprobación y publicación de los instrumentos de planeamiento, facilitando la comprensión de su alcance, objetivos y efectos sobre el desarrollo urbano del municipio.</p> <p>Reforzar la seguridad jurídica y la confianza ciudadana en la gestión urbanística municipal, asegurando el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y participación pública.</p> <p>Poner en valor el planeamiento como herramienta fundamental para el crecimiento ordenado, sostenible</p>	

y equilibrado del municipio, atendiendo a las necesidades actuales y futuras de la población.
Contribuir a una mejor comunicación institucional en materia urbanística, evitando desinformación y favoreciendo un conocimiento riguroso de las actuaciones que afectan al territorio.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual

POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, especialmente personas residentes afectadas por actuaciones de planeamiento urbanístico.

Propietarios de suelo, promotores y profesionales vinculados al ámbito urbanístico y de la edificación.

Técnicos, arquitectos, ingenieros y operadores jurídicos relacionados con el planeamiento y la ordenación del territorio.

Empresas y agentes económicos interesados en el desarrollo urbanístico del municipio.

Administraciones públicas y entidades que intervienen o colaboran en los procesos de planeamiento.

CAMPAÑA PEQUEÑA

CONCEJALÍA: Turismo

CAMPAÑA Nº: CP/26/020

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: NOCHES DE LUNA LLENA.

OBJETIVO: Impulsar y animar el barrio de El Charco de Puerto del Rosario mediante las actividades planificadas durante las Noches de Luna Llena.

Estimular la asistencia de los residentes a las diferentes ediciones de este evento cultural, recreativo y turístico que se lleva a cabo durante estas noches especiales.

Mejorar la oferta turística del municipio resaltando los atractivos naturales y culturales que se pueden disfrutar.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Julio, Septiembre y Octubre

POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario con interés en participar en actividades culturales y turísticas.

Se dirige a personas de todas las edades y perfiles, incluyendo a residentes locales, visitantes y turistas, que deseen disfrutar de las actividades culturales y recreativas ofrecidas durante las Noches de Luna Llena.

Es importante involucrar tanto a los residentes locales como a los visitantes para promover el turismo sostenible y el disfrute responsable del entorno natural y cultural del municipio.

CAMPAÑA PEQUEÑA

CONCEJALÍA: Turismo

CAMPAÑA Nº: CP/26/022

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑAS DINAMIZACIÓN TURÍSTICA CENTROS DE INTERPRETACIÓN

OBJETIVO: Impulsar la dinamización turística del municipio a través de los distintos Centros de Interpretación, concebidos como espacios vivos de divulgación, experiencia y encuentro con la identidad local.

Poner en valor el patrimonio histórico, cultural y etnográfico del municipio, reforzando el papel de los Centros de Interpretación como herramientas clave para la transmisión de la memoria colectiva y la singularidad del territorio.

Fomentar el conocimiento y la apreciación del patrimonio local entre la ciudadanía y las personas visitantes, acercando la historia, las tradiciones y los recursos culturales de manera accesible, didáctica y atractiva.

Desarrollar una programación continuada de actividades culturales, educativas y turísticas (visitas guiadas, talleres, exposiciones temporales, jornadas temáticas o acciones divulgativas) que contribuya a incrementar la afluencia de público y la participación social.

Contribuir al desarrollo económico local mediante la promoción del turismo cultural, el apoyo a la economía vinculada al sector turístico y cultural, y la generación de sinergias con empresas, profesionales y colectivos del municipio.

PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual
POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, con especial atención a la población residente interesada en conocer y redescubrir el patrimonio histórico y cultural del municipio. Turistas nacionales e internacionales que buscan experiencias auténticas, sostenibles y vinculadas a la identidad local durante su estancia. Grupos escolares, docentes y comunidad educativa, como público estratégico para el aprendizaje y la sensibilización en torno al patrimonio y la historia del municipio. Empresas turísticas, guías, operadores y agentes del sector que puedan integrar los Centros de Interpretación en rutas, productos y experiencias turísticas. Administraciones públicas, entidades culturales y agentes sociales relacionados con el turismo y la cultura, como aliados para la coordinación, promoción y desarrollo conjunto de las acciones de dinamización.

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Juventud	
CAMPAÑA Nº: CP/26/023	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: DINAMIZACIÓN DEL PLAN MUNICIPAL DE JUVENTUD
OBJETIVO: Promover la participación activa de los jóvenes en las actividades y programas del Plan Municipal de Juventud. Incrementar el conocimiento y la conciencia sobre los recursos y servicios disponibles para los jóvenes en Puerto del Rosario. Establecer espacios de encuentro y participación que fomenten el crecimiento personal, la inclusión social y el empoderamiento de la juventud.	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Junio - Agosto	
POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario y otros municipios, especialmente el segmento juvenil. Se dirige a jóvenes de todas las edades, géneros y niveles educativos que puedan beneficiarse de las actividades y servicios ofrecidos por el Plan Municipal de Juventud. Además, se busca involucrar a padres, educadores y otros actores relevantes para apoyar y facilitar la participación de los jóvenes en las iniciativas del plan.	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Juventud	
CAMPAÑA Nº: CP/26/024	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: SEMANA DE LA JUVENTUD
OBJETIVO: Promover la Semana de la Juventud como un espacio de encuentro, participación y expresión dirigido a la población joven del municipio, a través de una programación diversa de actividades culturales, formativas, deportivas y de ocio. Fomentar la participación activa de la juventud en la vida social y cultural del municipio, favoreciendo espacios de convivencia, creatividad y desarrollo personal. Dar visibilidad al talento joven local, apoyando iniciativas juveniles, proyectos creativos y propuestas impulsadas por la propia juventud. Impulsar valores como la igualdad, la inclusión, la convivencia, la participación y el bienestar emocional entre la población joven. Reforzar el compromiso municipal con las políticas de juventud, situando a las personas jóvenes como protagonistas y agentes activos del presente y futuro del municipio.	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Abril-Septiembre	
POBLACIÓN OBJETO: Población joven del municipio, especialmente adolescentes y jóvenes. Asociaciones juveniles, colectivos y entidades vinculadas al ámbito de la juventud. Centros educativos y comunidad educativa en general. Familias, como entorno de apoyo a la participación juvenil. Ciudadanía en general, como público de las actividades abiertas incluidas en la programación.	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Servicios Municipales	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Participación Ciudadana	
CAMPAÑA N°: CP/26/025	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: SEMBRANDO COLOR.
<p>OBJETIVO: Promover y fortalecer el tejido asociativo en el municipio de Puerto del Rosario. Fomentar la participación activa de la ciudadanía en actividades comunitarias y proyectos colaborativos. Crear espacios de encuentro y cooperación entre diferentes colectivos y asociaciones locales. La campaña está dirigida a promover la colaboración y el trabajo en equipo entre diferentes actores sociales para el beneficio común y el fortalecimiento del entramado social del municipio.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): 13 de septiembre	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario, con especial atención en aquellas personas interesadas en participar en iniciativas comunitarias y asociativas. Se busca involucrar a personas de todas las edades y ámbitos sociales en la vida asociativa y en la construcción de una comunidad participativa y solidaria.</p>	
CAMPAÑA N°: CP/26/027	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE SANEAMIENTO.
<p>OBJETIVO: Concienciar a la población sobre la importancia del saneamiento adecuado para la salud pública y el bienestar de la ciudadanía. Educar sobre la higiene personal, el mantenimiento del hogar y la gestión correcta de residuos para prevenir enfermedades y mejorar la calidad de vida. Dar prioridad a la sensibilización en los colegios para alcanzar a niños, adolescentes, padres y profesores, fomentando hábitos saludables desde temprana edad.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario. Especial hincapié en los centros educativos, incluyendo alumnos, profesores, personal administrativo y familias, como agentes clave para la promoción del saneamiento y la higiene. Se busca involucrar a todos los grupos de edad para garantizar una cobertura amplia y efectiva de la campaña.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Patrimonio histórico	
CAMPAÑA N°: CP/26/028	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE PATRIMONIO HISTÓRICO.
<p>OBJETIVO: Crear conciencia en la población sobre la importancia de apreciar y proteger el patrimonio cultural e histórico de Puerto del Rosario. Impulsar la comprensión y valoración del legado histórico y cultural del municipio entre residentes y visitantes. Estimular la participación activa en la protección, conservación y divulgación del patrimonio histórico, involucrando a diversos sectores de la comunidad.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general del municipio de Puerto del Rosario, con especial atención a los centros educativos para llegar a niños, adolescentes y jóvenes. Se busca sensibilizar a todas las edades y perfiles, desde niños hasta personas mayores, con el objetivo de generar un mayor sentido de pertenencia y responsabilidad hacia el patrimonio cultural compartido. Es esencial involucrar a la comunidad en la protección y valoración del patrimonio histórico, destacando su importancia como elemento identitario y motor de desarrollo cultural y turístico del municipio.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Sector Primario	
CAMPAÑA Nº: CP/26/029	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: FEAGA.
<p>OBJETIVO: Promover y difundir la participación del municipio de Puerto del Rosario en la Feria de FEAGA (Feria Agrícola, Ganadera y Pesquera de Canarias). Fomentar la participación activa de los profesionales y actores vinculados al sector primario del municipio en la feria, como agricultores, ganaderos, pescadores, empresas agroalimentarias, entre otros. Dar a conocer las actividades, exposiciones, demostraciones y eventos que se llevarán a cabo en el stand o espacio dedicado a Puerto del Rosario en la Feria de FEAGA. Resaltar la importancia del sector primario en la economía local y regional, así como su contribución al desarrollo sostenible y la preservación de las tradiciones agrícolas, ganaderas y pesqueras.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN (TRIMESTRE): Anual	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general interesada en la agricultura, ganadería y pesca, así como en la Feria de FEAGA. Profesionales y actores vinculados al sector primario del municipio, incluyendo agricultores, ganaderos, pescadores, cooperativas agrícolas, empresas agroalimentarias, entre otros. Visitantes de la Feria de FEAGA interesados en conocer las propuestas y productos de Puerto del Rosario. Medios de comunicación y organizaciones relacionadas con el sector primario y la promoción agrícola, ganadera y pesquera.</p>	

CAMPAÑA PEQUEÑA	
CONCEJALÍA: Parques y Zonas Verdes	
CAMPAÑA Nº: CP/26/032	NOMBRE DE LA CAMPAÑA: DÍA DE LOS DIFUNTOS.
<p>OBJETIVO: Informar a la ciudadanía sobre las acciones y preparativos realizados en los cementerios del municipio para conmemorar el Día de los Difuntos. Difundir los servicios disponibles en los cementerios, como horarios de visitas, normativas de uso, y actividades conmemorativas programadas para la ocasión. Sensibilizar sobre la importancia de mantener los cementerios en condiciones óptimas y dignas, garantizando un espacio adecuado para el recuerdo y el homenaje a los seres queridos fallecidos. Promover el respeto y la reflexión sobre la memoria histórica y cultural asociada al Día de los Difuntos, destacando su significado y valor en la tradición local y nacional. Facilitar información útil para los ciudadanos que deseen realizar visitas al cementerio durante esta fecha, incluyendo recomendaciones de seguridad y comportamiento respetuoso.</p>	
PERÍODO DE EJECUCIÓN: Octubre y Noviembre	
<p>POBLACIÓN OBJETO: Ciudadanía en general, especialmente aquella que tiene familiares enterrados en los cementerios municipales y que tradicionalmente visita estos lugares durante el Día de los Difuntos. Grupos religiosos, asociaciones culturales y entidades comunitarias interesadas en preservar y promover las tradiciones relacionadas con el culto a los difuntos. Visitantes y turistas que puedan estar interesados en conocer las costumbres y prácticas asociadas al Día de los Difuntos en el municipio. Autoridades locales y personal encargado de la gestión de los cementerios, así como empleados municipales y voluntarios que colaboran en la organización de eventos y servicios para esta fecha.</p>	

ANEXO 4-TABLA DE REPARTO DE MEDIOS

MEDIOS DIFUSIÓN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS					
GRANDES CAMPAÑAS					
	Prensa escrita regional	Prensa escrita local	Radio	Televisión local	Medios digitales (prensa digital+spot)
CP/26/001 PUBLICACIONES INSTITUCIONALES	X	X	X		X
CP/26/006 AGENDA CULTURAL MUNICIPAL		X	X		X
CP/26/021 FERIAS DE TURISMO (FITUR).		X	X		X
CP/26/033 PUBLICACIONES CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO.		X	X		X

CAMPAÑAS MEDIANAS					
	Prensa escrita regional	Prensa escrita local	Radio	Televisión local	Medios digitales (prensa digital+spot)
CP/26/010 NAVIDAD (CABALGATA DE REYES Y FIN DE AÑO)		X	X		X
CP/26/012 CARNAVALES DE PUERTO DEL ROSARIO		X	X		X
CP/26/013 FIESTAS DEL ROSARIO		X	X		X
CP/26/014 CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN ECONÓMICA LOCAL		X	X		X
CP/26/026 CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LIMPIEZA		X	X		X

CP/26/030 CAMPAÑA PLANES DE EMPLEO Y BOLSA DE EMPLEO MUNICIPAL		X	X		X
CP/26/031 CAMPAÑA DE LIMPIEZA DE PARQUES Y JARDINES		X	X		X

CAMPAÑAS PEQUEÑAS					
	Prensa escrita regional	Prensa escrita local	Radio	Televisión local	Medios digitales (prensa digital+spot)
CP/26/002 CIUDAD AMIGA DE LA INFANCIA	X				
CP/26/003 PREVENCIÓN, SENSIBILIZACIÓN E INTERVENCIÓN EN EL ÁMBITO COMUNITARIO, EDUCATIVO Y POBLACIÓN MAYOR			X		X
CP/26/004 ACONTRA CULTURA			X		X
CP/26/005 SIMPOSIUM DE ESCULTURAS			X		X
CP/26/007 TRIATLÓN PUERTO DEL ROSARIO			X		X
CP/26/008 SUBVENCIONES DEPORTIVAS – FOMENTO AL DEPORTE			X		X
CP/26/009 SOL Y LUNA			X		X
CP/26/011 CAMPAÑA DE VACUNACIÓN ANTIRRÁBICA			X		X
CP/26/015 CAMPAÑA ACTUACIONES PLAYAS DEL MUNICIPIO			X		X
CP/26/016 AYUDAS AL ALQUILER			X		X
CP/26/017 ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD			X		X
CP/26/018 DIFUSIÓN INFORMATIVA DE			X		X

LA CONCEJALÍA DE OBRAS, URBANISMO Y PLANEAMIENTO					
CP/26/019 ACTUACIONES DE PLANEAMIENTO (PLANES PARCIALES, SUNCU, PUBLICACIÓN INSTITUCIONAL)			X		X
CP/26/020 NOCHES DE LUNA LLENA			X		X
CP/26/022 CAMPAÑAS DINAMIZACIÓN TURÍSTICA CENTROS DE INTERPRETACIÓN			X		X
CP/26/023 DINAMIZACIÓN DEL PLAN MUNICIPAL DE JUVENTUD			X		X
CP/26/024 SEMANA DE LA JUVENTUD			X		X
CP/26/025 SEMBRANDO COLOR			X		X
CP/26/027 CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE SANEAMIENTO			X		X
CP/26/028 CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE PATRIMONIO HISTÓRICO			X		X
CP/26/029 FEAGA			X		X
CP/26/032 DÍA DE LOS DIFUNTOS			X		X

CONCEJALÍA	CÓDIGO CAMPAÑA	NOMBRE DE LA CAMPAÑA	TIPO DE CAMPAÑA	FECHA PREVISTA	IMPORTE
Alcaldía David de Vera 630738378 cvera@puertodelrosario.org, alcaldia@puertodelrosario.org	CP/26/001	PUBLICACIONES INSTITUCIONALES	Grande	Enero-Diciembre	13.943,23 €
Servicios Sociales David de Vera 630738378 cvera@puertodelrosario.org r.castan@puertodelrosario.org	CP/26/002	CAMPAÑA ACTIVIDADES CIUDAD AMIGA DE LA INFANCIA	Pequeña	Enero-Diciembre	6.000,00 €
	CP/26/003	CAMPAÑA "PREVENCIÓN, SENSIBILIZACIÓN E INTERVENCIÓN EN EL ÁMBITO COMUNITARIO, EDUCATIVO Y POBLACIÓN MAYOR"	Pequeña	Junio-Diciembre	6.000,00 €
Cultura Juan Manuel Verdugo verdugoculturaypolitica@gmail.com mc.cabrera@puertodelrosario.org	CP/26/004	ACONTRA CULTURA	Pequeña	Mayo-Junio	6.000,00 €
	CP/26/005	SIMPOSIUM DE ESCULTURAS	Pequeña	Septiembre- Diciembre	6.000,00 €
	CP/26/006	AGENDA CULTURAL	Grande	Anual	15.000,00 €
Transporte, Deportes, Industria, Energía Luis Chacón l.chacon@puertodelrosario.org Desiree Saavedra d.saavedra@puertodelrosario.org	CP/26/007	CAMPAÑA "TRIATLÓN PUERTO DEL ROSARIO"	Pequeña	Junio-Diciembre	6.000,00 €
	CP/26/008	SUBVENCIONES DEPORTIVAS-FOMENTO AL DEPORTE	Pequeña	Junio-Diciembre	6.000,00 €
	CP/26/009	CAMPAÑA "SOL Y LUNA"	Pequeña	Junio-Agosto	6.000,00 €
Educación, Comercio, Festejos, Bienestar Animal , LGTBI Tacoremi Gutierrez t.gutierrez@puertodelrosario.org y.moro@puertodelrosario.org igualdad@puertodelrosario.org	CP/26/010	CAMPAÑA DE NAVIDAD	Mediana	Noviembre-Enero	10.000,00 €
	CP/26/011	CAMPAÑA VACUNACIÓN ANTIRRABICA	Pequeña		5.000,00 €
	CP/26/012	CARNAVALES DE PUERTO DEL ROSARIO	Mediana	06 Febrero-22 Febrero 2026	10.000,00 €
	CP/26/013	FIESTAS PUERTO DEL ROSARIO 2026	Mediana	15 Septiembre-07 Octubre	10.000,00 €
Economía y Hacienda Juan Manuel Verdugo verdugoculturaypolitica@gmail.com Javier Moreno grupodegobiernopsoe@puertodelrosario.org	CP/26/014	CAMPAÑA "DINAMIZACIÓN ECONÓMICA"	Mediana	Junio-Diciembre	10.000,00 €
Playas, Vivienda, Accesibilidad, Movilidad Toñi Fernández tonifermandezaragon@gmail.com Javier Moreno grupodegobiernopsoe@puertodelrosario.org	CP/26/015	CAMPAÑA ACTUACIONES PLAYAS DEL MUNICIPIO	Pequeña	Enero-Diciembre	6.000,00 €
	CP/26/016	AYUDAS AL ALQUILER	Pequeña	Junio-Diciembre	6.000,00 €
	CP/26/017	CAMPAÑA "ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD PUERTO DEL ROSARIO"	Pequeña	Enero-Diciembre	6.000,00 €
Obras, Urbanismo, Planeamiento Ana Hernández a.hernandez@puertodelrosario.org Romina grupodegobiernocc@puertodelrosario.org	CP/26/018	DIFUSIÓN INFORMATIVA DE LA CONCEJALÍA DE OBRAS, URBANISMO Y PLANEAMIENTO	Pequeña	Enero-Diciembre	6.000,00 €
	CP/26/019	ACTUACIONES DE PLANEAMIENTO (PLANES PARCIALES, SUNCU, PUBLICACIÓN INSTITUCIONAL)	Pequeña	Enero-Diciembre	6.000,00 €
Turismo Rosa Rodriguez Fuentes r.rodriguez@puertodelrosario.org jpress@yahoo.es	CP/26/020	NOCHES DE LUNA LLENA	Pequeña	Julio, Septiembre y Octubre	6.000,00 €
	CP/26/021	FERIAS DE TURISMO (FITUR)	Grande	Ene-27	15.000,00 €
	CP/26/022	CAMPAÑAS DINAMIZACIÓN TURÍSTICA CENTROS DE INTERPRETACIÓN	Pequeña	Anual	6.000,00 €
Juventud Jénifer Pérez <j.perez@puertodelrosario.org> Lola Dominguez c.dominguez@puertodelrosario.org	CP/26/023	DINAMIZACIÓN DEL PLAN MUNICIPAL DE JUVENTUD (PUERTO JOVEN)	Pequeña	Junio-Agosto	6.000,00 €
	CP/26/024	SEMANA DE LA JUVENTUD	Pequeña	Abril-Septiembre	6.000,00 €
Participación Ciudadana Jénifer Pérez <j.perez@puertodelrosario.org> Lola Dominguez c.dominguez@puertodelrosario.org	CP/26/025	CAMPAÑA "SEMBRANDO COLOR"	Pequeña	13 Septiembre	6.000,00 €
Servicios Municipales David de León d.deleon@puertodelrosario.org jc.alonso@puertodelrosario.org	CP/26/026	CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LIMPIEZA.	Mediana	Anual	10.000,00 €
	CP/26/027	CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE SANEAMIENTO.	Pequeña	Anual	6.000,00 €
Patrimonio Histórico David de León d.deleon@puertodelrosario.org Romina grupodegobiernocc@puertodelrosario.org	CP/26/028	CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE PATRIMONIO HISTÓRICO.	Pequeña	Anual	6.000,00 €
Sector Primario David de León d.deleon@puertodelrosario.org Romina grupodegobiernocc@puertodelrosario.org	CP/26/029	FEAGA 2026	Pequeña	Anual	6.000,00 €
Empleo Erica González Pérez e.gonzalez@puertodelrosario.org I.arnas@puertodelrosario.org	CP/26/030	CAMPAÑA PLANES DE EMPLEO Y BOLSA DE EMPLEO MUNICIPAL	Mediana	Anual	10.000,00 €
Parques y Jardines Erica González Pérez e.gonzalez@puertodelrosario.org	CP/26/031	CAMPAÑA DE LIMPIEZA DE PARQUES Y JARDINES.	Mediana	Anual	10.000,00 €

f.dominguez@puertodelrosario.org					
Cementerios Erica González Pérez e.gonzalez@puertodelrosario.org Romina grupodegobiernocc@puertodelrosario.org	CP/26/032	CAMPAÑA "DÍA DE LOS DIFUNTOS"	Pequeña	Octubre Noviembre	6.000,00 €
Personal m.franco@puertodelrosario.org Romina grupodegobiernocc@puertodelrosario.org	CP/26/033	CAMPAÑA "PUBLICACIONES CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO"	Grande		15.000,00 €
				Total	259.943,23 €
				Importe Licitado	259.943,23 €
				Diferencia	- €

SEGUNDO.- Dar traslado del presente acuerdo a la Concejalía de Prensa y Comunicación, así como a los departamentos de Secretaría e Intervención municipal para su conocimiento y efectos oportunos.

Y para que así conste y surta efectos donde proceda, se extiende la presente certificación que se extrae del borrador del Acta por lo que se efectúa con la reserva establecida por el artículo 206 del Real Decreto 2568/86, de 28 de Noviembre, visada y sellada en Puerto del Rosario a la fecha de su firma electrónica.

Vº Bº