

INFORME FINAL

De trabajos realizados para la
Concejalía de Ciudad de Mar del Ayto. De LPGC
-junio de 2019 a octubre de 2019-





TIPO DE DOCUMENTO:

Informe de fin de proyecto

TITULO DEL DOCUMENTO:

Informe final de trabajos realizados para la Concejalía de Ciudad de Mar del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria

AUTORÍA:

CREATÍVICA S.L.

FECHA:

10 de octubre de 2019

LUGAR:

Las Palmas de Gran Canaria. Islas Canarias.

CLIENTE:

Concejalía de Ciudad de Mar. Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

INTRODUCCIÓN

La empresa CREATÍVICA ha llevado a cabo desde principios de junio de 2019 a principios de octubre de 2019 la gestión y la dinamización de los contenidos en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y Youtube), así como la elaboración de diferentes piezas audiovisuales sobre temáticas relacionados con la campaña y la creación de una gran variedad de diseños gráficos –logo, banners, post, gifs animados, flyers, etc.

Además, se ha prestado apoyo al gabinete de comunicación de la Concejalía de Ciudad de Mar en la producción de la rueda de prensa de presentación de la campaña o facilitando datos e información sobre las acciones realizadas durante la campaña, así como en la elaboración de borradores de convocatorias y notas de prensa.

Dentro de la estrategia de comunicación se ha incluido la **creación y la actualización de las diferentes redes sociales, la generación de notas de prensa y convocatorias, el diseño gráfico, la producción audiovisual** y la producción de actos como la presentación de la campaña y el acto de entrega de premios del concurso ‘Cuida tu playa’.

Después de cuatro años, la campaña se ha consolidado como una herramienta de visibilización eficaz de todas las acciones que lleva a cabo la corporación insular para sensibilizar a la ciudadanía sobre el cuidado del entorno y el uso respetuoso de los recursos y los espacios públicos. Se observa cómo la población de la ciudad va tomando conciencia de este reto que a todos nos atañe.

En esta edición hemos querido **visibilizar la mejoría en los hábitos mostrando las buenas prácticas de la ciudadanía**, los comercios, los colectivos y la propia Concejalía, además de promover la consolidación de estas prácticas para que pasen a ser hábitos. Hemos querido dar a conocer los servicios que desde la propia Concejalía se coordinan y dinamizan en torno al litoral con el objetivo de dar a conocer el gran esfuerzo de coordinación que requiere mantener un entorno saludable desde de la Concejalía

Durante el periodo de contratación, el equipo ha realizado los siguientes productos:

- ✓ Vídeos
- ✓ *Community Management*. Gestión de redes sociales
- ✓ Diseño - Fotomontajes
- ✓ Apoyo al gabinete de prensa - Fotografías
- ✓ Concurso “Cuida tu playa” - Noche de San Juan
- ✓ Organización de eventos

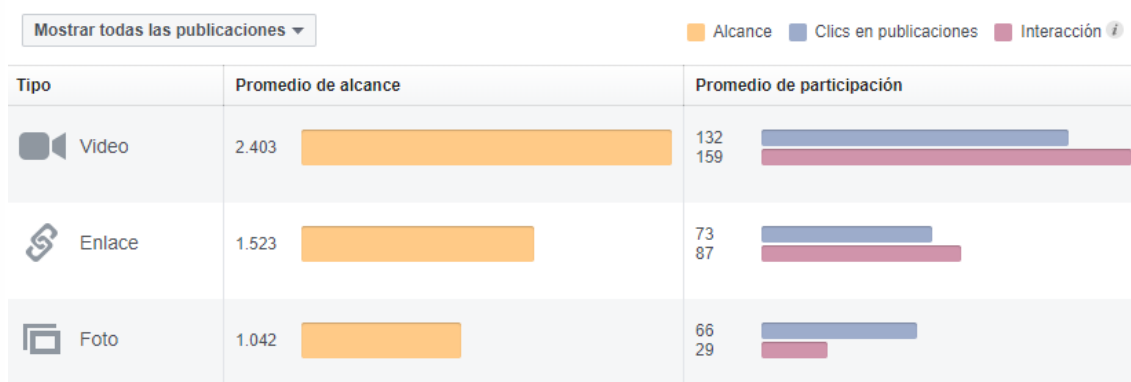


CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

VÍDEOS

Los **vídeos** realizados a lo largo de la campaña Disfruta-Respeta de la Concejalía de Ciudad de Mar del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria han supuesto una pieza esencial un año más, teniendo un **gran impacto entre la ciudadanía usuaria de las redes sociales**.

Estas piezas audiovisuales, en los que se utiliza un **lenguaje sencillo y muy directo**, son productos que tienen una alta probabilidad de ser compartidos por el público, tal y como se ha demostrado en esta ocasión también, cuyo **impacto ha superado todas las expectativas** siendo una de las publicaciones que más alcance ha tenido en las redes sociales, tal y como se observa en esta gráfica¹.



Los vídeos se han compartido de forma semanal y han tenido como guías a diferentes reporteros/as que han estado a pie de playa interactuando con la ciudadanía cada semana, ayudando **a transmitir valores de sostenibilidad y respeto por el entorno**.

Rafa del Pino se ha centrado en profundizar en las acciones cotidianas que cada persona ha asumido como hábito saludable y en realizar entrevistas a profesionales y expertos relacionados con las playas de la ciudad.

Además, esta edición hemos contado con la colaboración de la ex deportista **Melodie Bohny**, que ha sido la encargada de visibilizar las acciones de nuevos protagonistas playeros, y de **Esther Díaz**, que se ha encargado de entrevistar a personalidades, principalmente del ámbito de la música, para apoyar la campaña y ayudar en la concienciación y la sensibilización hacia el cuidado del medio ambiente.

¹ Estadística de Facebook de Ciudad de Mar.



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

Además, esta edición hemos conseguido cerrar la **colaboración del cómic canario Jorge Bolaños** que se unió a la campaña adaptando el reto internacional #trahstagchallenge, un reto viral que buscaba eliminar la basura del medioambiente, con su reto para la Noche de San Juan #recogebailando.

Este año, **como valor añadido, se ha querido dar a conocer algunos de los servicios que se coordinan y se dinamizan desde la propia Concejalía en torno al litoral** con el objetivo de acercar a la ciudadanía el gran esfuerzo de coordinación que requiere mantener un entorno natural saludable y en buenas condiciones, fomentando siempre la participación de la población usuaria de las playas de la capital.

Durante este periodo se han realizado **un total de 29 vídeos** que han conseguido un **alcance total de 149.701 personas**, en las 4 redes en las que se han publicado. Las temáticas de las piezas audiovisuales se detallan a continuación:

- ✓ Rueda de Prensa
- ✓ Cristina Ramos
- ✓ Refuerzo del Reto Recoge Bailando
- ✓ Plásticos San Juan
- ✓ Trashtag Challenge en Las Canteras
- ✓ Aseres
- ✓ Promo Convocatoria Concurso "Cuida tu playa"
- ✓ Deporte en la playa de Las Alcaravaneras
- ✓ I-Land
- ✓ Selección Canaria de Fútbol Playa
- ✓ App Canlou
- ✓ Said Muti
- ✓ Red Natura 2000
- ✓ Micro Áreas Ecoturísticas
- ✓ Última Llave
- ✓ App Ciudad de Mar
- ✓ Talleres Infantiles en Las Canteras
- ✓ Making off vídeoclip Concurso
- ✓ Antonio Miguel Pérez
- ✓ Taller de la Cruz Roja
- ✓ Vídeo cuadrado yuxtaposiciones
- ✓ Nayaband



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

- ✓ Neopinto
- ✓ Recursos personas movilidad reducida Eduardo Martínez
- ✓ Mujercitas
- ✓ David Perdomo y Juan Antonio Cabrera Alemán
- ✓ Tomas Falsas
- ✓ Entrega de Premios Concurso Cuida tu playa
- ✓ Resumen campaña

Ciudad de Mar
@ciudademar

Inicio
Información
Publicaciones

Ca...

FOTO SUB 2019
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

PLAYA DE LAS CANTERAS
Del 17 al 20 de octubre

Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria
TODA UNA CIUDAD
CIUDAD DE MAR

Te gusta
Siguiendo
Compartir
Llamar

Disfruta Respeta 2019 - Resumen de campaña
270 reproducciones · Ayer

Disfruta Respeta. Entrega de premio Cuida Tu Playa
533 reproducciones · 9 de octubre

Disfruta Respeta. Tomas Falsas 2019
440 reproducciones · 3 de octubre

Estamos en la Playa de Las Canteras 🍹🍹 con David...
932 reproducciones · 2 de octubre

DisfrutaRespeta. Mujercitas
1,4 mil reproducciones · 27 de septiembre

Disfruta Respeta. PMR Eduardo Martínez
2,8 mil reproducciones · 23 de septiembre

Disfruta Respeta. Neopinto
1,3 mil reproducciones · 16 de septiembre

Disfruta Respeta. Nayaband
643 reproducciones · 13 de septiembre

CONCURSO CUIDA TU PLAYA - Popiclub
2,3 mil reproducciones · 10 de septiembre

CONCURSO CUIDA TU PLAYA. Embarriate Santa Brigida -...
1,1 mil reproducciones · 10 de septiembre

CONCURSO CUIDA TU PLAYA - Rocio Soria Aerotraining Fitness
302 reproducciones · 10 de septiembre

¡Síguenos en Instagram!
122 reproducciones · 6 de septiembre



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

agencia@creatividadcanaria.com

664 557 006

928 915 133

Canary Islands

Las Palmas de Gran Canaria

35002

Entreplanta Derecha

Avd. Primero de Mayo, 17

CREATIVICA S.L. B76224146



OCEAN FILM TOUR LAS PALMAS GC SEPTIEMBRE 2019
321 reproducciones · 5 de septiembre



¡Únete a la campaña!
#DisfrutaRespeta #CiudaddeMar
235 reproducciones · 3 de septiembre



Disfruta Respeta. Taller de la Cruz Roja
1,2 mil reproducciones · 2 de septiembre



Disfruta Respeta. Antonio Miguel Pérez
2,2 mil reproducciones · 30 de agosto



10.-Disfruta Respeta. Making Off VideoClip Concurso
5,9 mil reproducciones · 26 de agosto



Disfruta Respeta. Talleres Infantiles en Las Canteras
2,8 mil reproducciones · 19 de agosto



APP Ciudad de Mar
760 reproducciones · 12 de agosto



DISFRUTA RESPETA - Última Llave - Plásticos de un solo uso
2,7 mil reproducciones · 9 de agosto



DisfrutaRespeta - Micro Áreas Ecoturísticas
660 reproducciones · 5 de agosto



Disfruta Respeta - Red Natura 2000
1,9 mil reproducciones · 29 de julio



Disfruta Respeta. SAID MUTI
1,3 mil reproducciones · 26 de julio



Disfruta y Respeta. App Canlou
698 reproducciones · 22 de julio



Disfruta Respeta. Selección Canaria de Fútbol Playa
2 mil reproducciones · 15 de julio



I-LAND Con Ciudad de Mar
1,8 mil reproducciones · 12 de julio



Disfruta Respeta. Deporte en Las Alcaravanas
725 reproducciones · 8 de julio



04.-Spot de convocatoria concurso Cuida tu playa 2019
702 reproducciones · 2 de julio



Este fin de semana desde la #PlayadeLasCanteras Aseres...
5,4 mil reproducciones · 29 de junio



SOMOS MAR
Colaboremos todas por tener...
30 reproducciones · 26 de junio



Trashtag Challenge en Las Canteras. #Recogebailando en...
999 reproducciones · 24 de junio



Disfruta Respeta. Pla?sticos San Juan
2,7 mil reproducciones · 20 de junio



RETO #RECOGEBAILANDO
1,6 mil reproducciones · 17 de junio



CRISTINA RAMOS colabora con la campaña...
1,3 mil reproducciones · 14 de junio



Disfruta Respeta 2019
815 reproducciones · 14 de junio



Presentación de la CAMPAÑA Disfruta&Respeta 2019
7,5 mil reproducciones · 13 de junio



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

REDES SOCIALES

Durante el periodo comprendido entre junio y octubre, hemos dinamizado las redes sociales del Ciudad de Mar -Facebook, Twitter, YouTube e Instagram-, que se han trabajado prácticamente de forma orgánica realizando de forma habitual **3 publicaciones semanales**: un vídeo, una publicación compartida y una yuxtaposición/vídeo vip.

Además, **se ha aumentado el número de publicaciones referentes a hechos concretos tales como la presentación de la campaña, la Noche de San Juan o el fin de campaña** con la intención de mantener a las personas usuarias de las redes informadas de las novedades o con el objetivo de complementar y afianzar la información aportada.

La dinamización de dichas redes ha incluido:

- mensajes con información de interés
- fotomontajes para dinamizar las cabeceras (yuxtaposiciones)
- galerías de fotos
- enlaces a contenidos propios
- enlaces a contenidos externos (web o redes)
- hashtags, menciones y etiquetas

En total, durante estos seis meses se han realizado **más de 60 publicaciones** durante los 4 meses en los que CREATÍVICA ha llevado las RRSS, así como **17 diseños de post -adaptando el formato a cada una de las redes-**, **8 fotomontajes de yuxtaposiciones** y 20 diseños para Instagram.

A continuación, se pasan a detallar las estadísticas de cada una de las redes gestionadas:

1. FACEBOOK

En el intervalo temporal establecido entre el 11 de junio y el 10 de octubre, la página de Facebook de **Ciudad de Mar ha pasado de tener 7.034 Me Gusta en el periodo anterior a los 7.507 de la actualidad**, un **aumento de casi 500 nuevos seguidores** conseguido en un periodo de cuatro meses.

En los cuatro meses anteriores (de marzo a junio) la red social siguió el curso normal de una red que tiene un recorrido y que, por lo tanto, va perdiendo esa capacidad de atraer una gran cantidad de seguidores en poco tiempo, generando poco más de 140 seguidores. Destacamos este dato porque significa que las campañas puntuales impactan no solo en los usuarios habituales de las redes de la Concejalía, sino también



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

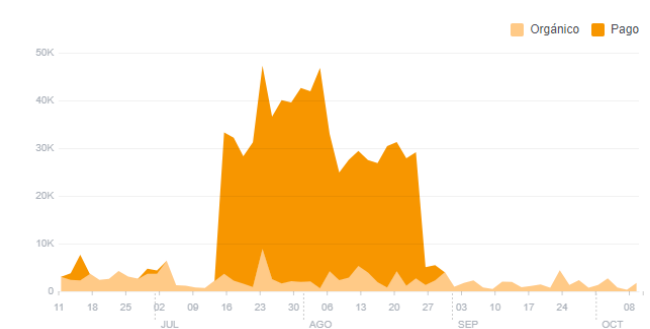
en aquellos usuarios que tienen relación con los nuevos protagonistas de la campaña, expandiendo el mensaje a un grupo mayor de la población.

Existe un **pico importante de seguimiento de 86 nuevos seguidores** en el periodo comprendido entre el 9 al 11 de septiembre, que **coincide directamente con las publicaciones orgánicas relacionadas con el concurso “Cuida tu playa”**.



Como se puede observar, el aumento de este parámetro es siempre ascendente teniendo picos de mayor actividad en diferentes periodos, como en el mes de julio (que no es muy apreciable), a mediados de agosto y a mediados de septiembre.

En cuanto al alcance de las publicaciones orgánicas en todo el período, debemos destacar que **gran parte de ellas supera las 2.000 personas**, llegando a superar en algunos periodos las **4.000 personas alcanzadas, llegando incluso a sobrepasar un alcance de 6.000 personas** con el vídeo de la Red Natura 2000, con el de la Selección Canaria de Fútbol Playa o con el de los talleres infantiles en la playa. Esto demuestra que el nivel de fidelización de los seguidores es constante y óptimo.





CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

En la siguiente gráfica se observa que **hemos conseguido duplicar el alcance de las publicaciones durante este periodo, pasando de 1.077 a 2.418 personas de media**. Este indicador es fundamental para entender que la constancia y la estrategia de comunicación desarrollada han dado sus frutos un año más.



Publicaciones destacadas

Ciudad de Mar
Publicado por SocialPilot [?] · 26 de agosto · 🌐

Nos encontramos con los más peques de POPICLUB 🍷 que están realizando un vídeo para el concurso audiovisual "Cuida Tu Playa". 🎥📺
Te recordamos que sigue abierta la participación en el concurso, 🙌 ver bases en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2KUvCpx> 📄
Únete a la campaña 🌱 0% Plástico - 100% Vida 🌍

Ciudad de Mar Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria ... Ver más

10.-Disfruta Respeta. Making Off VideoClip Concurso
00:57

16.092 Personas alcanzadas **363** Interacciones [Promocionar de nuevo](#)

Promocionada el 26 ago 2019 De Tanausu Acaymo Finalizada

Personas alcanzadas **13,9 mil** ThruPlays **1,6 mil** [Ver resultados](#)

👍👎🗨️ 71 5 comentarios 47 veces compartido

Rendimiento de tu publicación

16.092 Personas alcanzadas

5.979 Reproducciones de video de 3 segundos

168 Reacciones, comentarios y veces que se compartió ⓘ

91 Me gusta	69 En publicación	22 En contenido compartido
11 Me encanta	6 En publicación	5 En contenido compartido
1 Me entristece	1 En publicación	0 En contenido compartido
18 Comentarios	5 En publicación	13 En contenido compartido
47 Veces que se compartió	47 En publicación	0 En contenido compartido

195 Clics en publicaciones

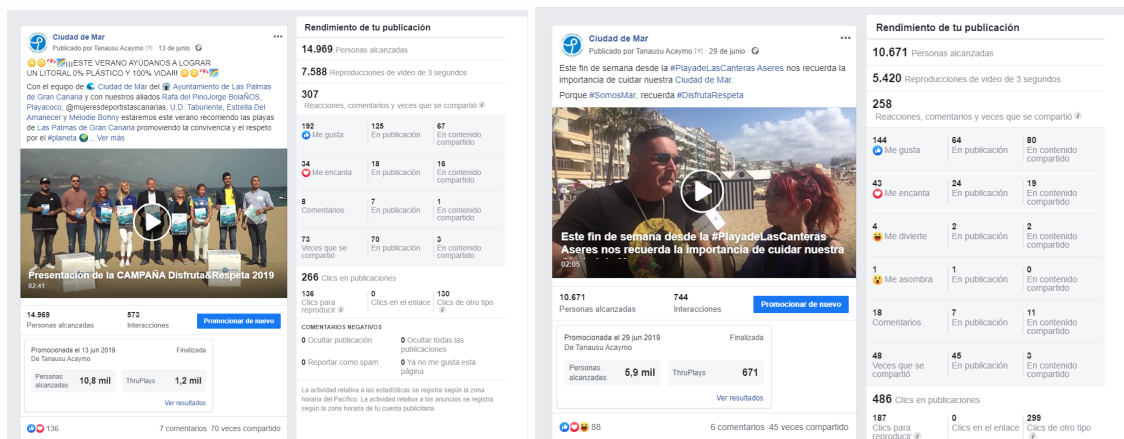
117 Clics para reproducir ⓘ	6 Clics en el enlace	72 Clics de otro tipo ⓘ
------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Reportar como spam	0 Ya no me gusta esta página



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria



Como podemos observar, con algunas de las publicaciones realizadas hemos conseguido llegar a **más de 5.000 personas de forma orgánica**. Además, la tasa de interacción, así como las reacciones han ido en aumento, lo que significa que las personas que pasan por las redes de la entidad encuentran contenido que les interesa. Esto, con el tiempo, permite cumplir el objetivo de crear comunidad.

Durante este cuatrimestre ha habido un **crecimiento constante tanto en minutos reproducidos como en reproducciones de vídeo de 3 segundos, 24.478 minutos reproducidos y 66.248 respectivamente**, comparándolo con el cuatrimestre anterior.

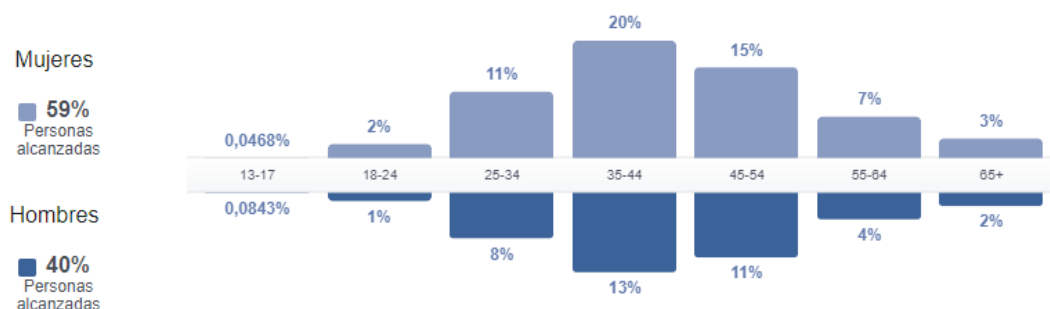




CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

Tanto los vídeos de producción propia como los vídeos compartidos apuntan en una dirección de generación de contenidos que favorece de manera positiva en la progresión de la página.

En la siguiente gráfica podemos observar que **el 59% de las personas alcanzadas con el contenido compartido en esta red social son mujeres**, la mayoría con una edad comprendida entre los 35 y los 54 años. El perfil de personas usuarias seguidoras se localiza fundamentalmente en España, destacando Las Palmas de Gran Canaria (13.823) y Santa Cruz de Tenerife (1.197) como las provincias en donde más personas consumen la información.



2. TWITTER

Durante este cuatrimestre hemos gestionado la cuenta de Twitter de Ciudad de Mar, que cuenta con **1.824 seguidores conseguidos de manera orgánica**. Hemos conseguido un promedio de 3 me gusta al día en este periodo, lo que implica un crecimiento constante y estable de seguidores, y un total de **69.000 personas alcanzadas**.

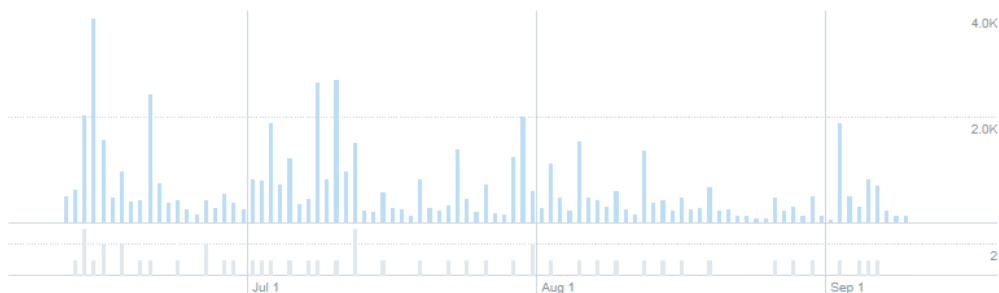
Durante este cuatrimestre se observa un crecimiento considerable en las estadísticas de impresiones, consiguiendo en algunas de las publicaciones compartidas casi 3.000 impresiones orgánicas en diferentes periodos.

En las gráficas anteriores (divididas en dos periodos: del 11 junio al 6 de septiembre y del 6 de septiembre al 10 de octubre) se observa que **hemos conseguido un total de 72.300 impresiones de tweets**.

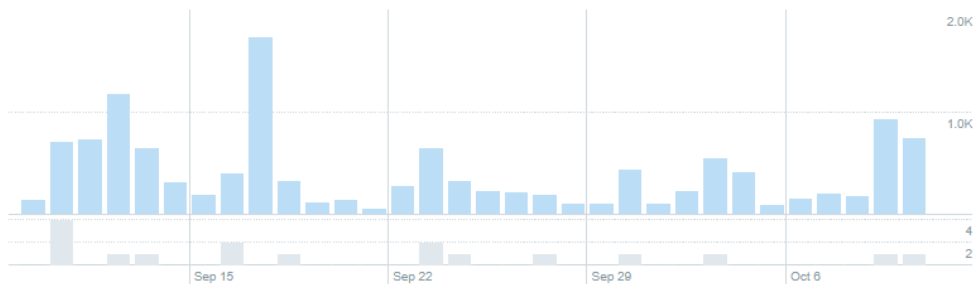


CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

Sus Tweets consiguieron **59.6K impresiones** en este período de **91 días**



Sus Tweets consiguieron **12.7K impresiones** en este período de **32 días**



Tweets destacados

Entre los tweets que han tenido **mayor presencia en la red social**, se encuentra el de la publicación compartiendo la repercusión de la presentación de la campaña en los medios de comunicación **publicada el 14 de junio** en el que compartimos la **noticia de la rueda de prensa de presentación de la que se hizo eco La Provincia**, que **consiguió 4.875 impresiones y 46 interacciones**.

A lo largo de este periodo destacan también otros tweets como una **publicación compartida del Canarias 7 sobre un reportaje de 'El Viajero'**, un suplemento de El País, que consiguió alcanzar las **3.721 impresiones y un total de 155 interacciones**, o la publicación del **vídeo realizado a las Mujeres Deportistas Canarias y a los Amigos del Fútbol Playa**, que consiguió superar las **3.500 impresiones, 566 visualizaciones y un total de 65 interacciones**.



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

agencia@creatividadcanaria.com

664 557 006

928 915 133

Canary Islands

Las Palmas de Gran Canaria

35002

Entreplanta Derecha

Avd. Primero de Mayo, 17

CREATIVICA S.L. B76224146

Ciudad de Mar @ciudademar · 14 jun.

Noticias en @laprovincia_es de la rueda de prensa de Disfruta y Respeta con la nueva Campaña "Cero plástico, cien por cien vida" ☀️ @AyuntamientoLPA #DISFRUTAYRESPETA #ciudademar



Campaña 'Cero plástico, cien por cien vida' en la capital
Se centra en la problemática del plástico en los mares | Busca concienciar a la población
laprovincia.es

3 2 10

Ciudad de Mar @ciudademar

La playa de Las Canteras 🏖️ es considerado uno de los mejores modelos de convivencia 🌊 bit.ly/2Lb3Ru4, por ello hay que hacer un esfuerzo todos los días entre todos para mantenerlas limpias, libres de plásticos y llenas de vida 🌻. #DisfrutaRespeta @canarias7



12:22 p. m. · 10 jul. 2019 · SocialPilot.co

Ver actividad del Tweet

8 Retweets 23 Me gusta

Ciudad de Mar @ciudademar

Las playas de @ciudademar 🏖️ dan para mucho, para relajarse, para refrescarse y como no.. ¡para hacer deporte! Nos hemos desplazado a la playa de las Alcaravaneras donde hemos jugado al fútbol ⚽ con las asociaciones @MujeresDePorCan y Amigos del Fútbol Playa #DisfrutaRespeta



1:34 p. m. · 8 jul. 2019 · SocialPilot.co

Ver actividad del Tweet

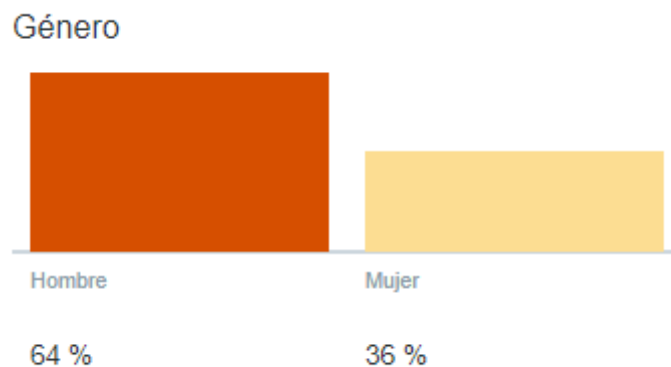
10 Retweets 12 Me gusta

Durante este cuatrimestre En estos seis meses ha habido casi **164 retweets y más de 1.000 interacciones**. Aunque las publicaciones más destacadas se correspondan con contenido compartido, normalmente **las publicaciones que más seguimiento tienen son las de contenido propio** (tanto los vídeos como los fottomontajes), en las que además de los mensajes positivos, interactúan protagonistas que hablan en primera persona.



La participación de las personas usuarias indica que el contenido se adapta, la mayor parte de las veces, a lo que les interesa por lo que se continúa fortaleciendo la estrategia de comunicación establecida. Esto tiene como consecuencia que se cumplan el objetivo de ofrecer contenido relevante y de interés para los usuarios que nos siguen en esta red, así como fortalecer la marca entre los seguidores.

Como vemos en la siguiente gráfica **el 64% de las personas que siguen esta red social son hombres**, variando la tendencia seguida en la página de Facebook que cuenta con más seguidoras, de los que **el 93% vive en España**. El contenido que compartimos en este canal se visualiza principalmente en las Islas Canarias (39%) y en la provincia de Las Palmas.



3. INSTAGRAM

Instagram se presenta como una herramienta importante para **llegar a las personas más jóvenes**, un público que difícilmente atraen otras redes sociales como Facebook, por ejemplo. El **uso de imágenes potentes y de vídeos de 1 minuto** que se adaptan perfectamente a esta red social, así como la utilización de hashtags y menciones, han sido dos factores determinantes para poder aumentar la cantidad de seguidores y la de reacciones.





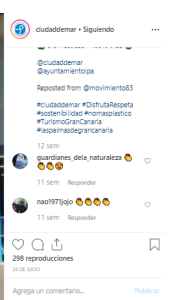
CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

Actualmente la red social cuenta con **288 publicaciones compartidas** y con **1.479 seguidores**. Durante este periodo, hemos conseguido un alcance de 32.447 personas con nuestras publicaciones.

Durante el periodo de contratación **se han realizado 56 publicaciones** en esta red, la mayoría relacionadas con actos, eventos y actividades que tienen alguna relación con la campaña, destacando 6 publicaciones creadas específicamente para la campaña Especial Noche de San Juan y otras seis para el Concurso Cuida tu playa. En menor medida se han compartido otro tipo de informaciones relacionadas con otras acciones, entidades o campañas directamente relacionadas con la temática de la campaña *0% Plástico, 100% Vida*.

Hemos usado **hashtags, etiquetas y menciones** relacionadas tanto con las personas, como con las entidades o los medios de comunicación a los que hemos hecho referencia en la publicación. Además, hemos hecho *repost* de algunas de las publicaciones que hemos compartido en otras redes sociales, con la intención crear sinergias, atraer a más público y afianzar poco a poco la marca de la institución.

Hemos conseguido una **interacción total de 5.072 "Me gusta"**, siendo la **publicación destacada** del cuatrimestre una publicación compartida sobre una campaña de reducción de residuos al hacer la compra que tiene **298 "Me gusta"**, siguiéndole de cerca el post del vídeo de la Selección Canaria de Fútbol Playa con 277 Me gusta.



Tanto en esta red como en Facebook las piezas audiovisuales normalmente son las que mejor funcionan, aunque el resto de las publicaciones mantiene un índice de interacción en general bastante alto y constante.

Durante esta edición hemos usado **"Instagram Stories"**, una nueva función que nos da la posibilidad de **publicar contenido** que dura 24 horas y que llega al público objetivo **de una manera más creativa, más informal y directa**, consiguiendo atraer usuarios/as que consumen este tipo de información.

DISEÑO ²

Durante este cuatrimestre se han realizado diferentes **diseños dinámicos y llamativos** con el objetivo de complementar y reforzar las informaciones compartidas en las redes sociales. Los diseños, que incluyen información muy sintetizada en la que se da importancia a las **palabras clave o a los hitos más importantes del mensaje**, son una manera muy efectiva de captar la atención de todas las personas y son mucho más fáciles de quedarse en la memoria de los usuarios, además de que son **susceptibles de ser compartidos**, por lo que tienen una característica expansiva que ayuda en la difusión de la campaña.

A continuación, se detallan los **diseños que se han realizado durante la campaña para las redes sociales**:

- x1 Logo: "Ciudad de Mar - Las Palmas de Gran Canaria"
- x8 diseños yuxtaposición
- x1 diseño estructura de posts
- x14 posts diseñados
- x3 banners Campaña general (Instagram, Twitter, Facebook)
- x3 banners San Juan
- x3 banners Concurso Cuida tu playa
- x2 banners La Provincia
- x2 banners Canarias 7
- x8 banners JFT (Publicidad)
- x2 stickers "Somos Mar"
- x5 GIFS animados
- +20 diseños de historias en Instagram

Además, **se ha diseñado el material corporativo de esta edición**:

- x1 pegatina de micro
- x1 toalla
- x1 camisa
- x1 cubo cartón
- x1 hoja corporativa
- x1 carpeta
- x1 cheque regalo
- x1 Folleto
- x1 Roll-up
- x2 Carteles (Cartel general y cartel concurso)

² Ver Anexo 1. Overview diseños

APOYO A GABINETE DE PRENSA Y FOTOGRAFÍAS

Durante el periodo de la campaña, se ha llevado a cabo un apoyo al Gabinete de Prensa de la Concejalía de Ciudad de Mar, redactando un total de **5 borradores de notas de prensa** que, a continuación, se detallan:

- ✓ Presentación de campaña 13/06/2019
- ✓ Acciones de la campaña en la Noche de San Juan 19/06/2019
- ✓ Concurso Cuida tu playa 01/07/2019
- ✓ Ecuador campaña 29/08/2019
- ✓ Fin de campaña – entrega de premios concurso 7/10/2019

Además, se ha realizado una **cobertura fotográfica de los eventos** realizados en relación con la campaña, tales como la presentación y la entrega de premios, principalmente para acompañar las notas de prensa enviadas a medios con el objetivo de **facilitar a los medios de comunicación una cobertura completa de la noticia**, tanto desde el punto de vista del contenido como audiovisual.

Noticias de Las Palmas de Gran Canaria

Campaña 'Cero plástico, cien por cien vida' en la capital

Se centra en la problemática del plástico en los mares | Busca concienciar a la población

Sara Sarmiento | 13.06.2019 | 14:02

Ciudad de Mar del ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria inicia la campaña de sensibilización Disfruta – Respeta que cada verano incide en la necesidad de conservar los valores ambientales y servicios públicos de las playas y el litoral de la ciudad. La iniciativa insistirá, en 2019, en la contaminación por plásticos del mar y animará a la población a reducir el consumo de este material sintético, responsable de la catástrofe ambiental que sufren los océanos, con el lema *0% plástico, 100% vida*.



José Eduardo Ramírez, en el centro, ayer en la presentación de la campaña contra el plástico. LP/DLP

Noticias de Las Palmas de Gran Canaria

El proyecto 'Embárriate' recibe el premio del concurso '0% Plástico, 100% Vida'

Ciudad de Mar finaliza la campaña de sensibilización veraniega 'Disfruta-Respeta'

La Noche de... | 07.10.2019 | 21:30

La campaña de sensibilización ambiental Disfruta-Respeta de la Concejalía de Ciudad de Mar del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria cerró ayer su edición 2019 con la entrega de premios del concurso 0% Plástico, 100% Vida a las niñas y niños del colectivo Embárrate.

El concejal de Ciudad de Mar, José Eduardo Ramírez, entregó, en la playa de La Alcazarras, el premio a los ganadores, un cheque de 150 euros para material escolar o deportivo. El vídeo de Embárrate recibe y viene sobre la aparición de un nuevo continente de plástico debido a los desechos que están provocando una auténtica alerta ambiental en los océanos.



El concejal José Eduardo Ramírez (2.º de la izquierda) entrega el premio a los miembros del colectivo Embárrate.



Edición Impresa Qué! Qué! Radio

La campaña '0% plástico, 100% vida' de Ciudad de Mar suma la complicidad de músicos y deportistas

Por Pepe Rodríguez - 20 agosto 2019

compartir







Organización de eventos

Hemos organizado una serie de **actos** relacionadas con las diferentes acciones realizadas durante la campaña con el objetivo de **ofrecer una mayor repercusión mediática más allá del espacio digital de las redes sociales**.

Entre los eventos cabe destacar la presentación de la campaña Disfruta Respeta, que se celebró en la Plaza Saulo Torón, situada en la playa de Las Canteras y a la que fueron invitados tanto los representantes de la Concejalía, como los reporteros y las reporteras de la campaña, como las personalidades que de algún modo iban a estar relacionadas directamente con la campaña. Este acto, que tuvo una gran acogida y repercusión, sirvió, además, para atraer a usuarios/as de la playa y para reunir a todos los agentes de la campaña en un espacio único.

Además, para finalizar la campaña organizamos un pequeño encuentro con el grupo ganador del concurso en la playa de Las Alcaravaneras, dinamizado por Rafa del Pino, en el que además de hacer entrega del premio, se repartieron toallas con el nombre de la campaña.

Concurso *Cuida tu playa*

Este **concurso**, que nació en el año 2017, se ideó con la idea de que la **sensibilización medioambiental llegara a un público mucho mayor**, sobre todo a la infancia y a la juventud canaria.

Esta edición se decidió abrir el concurso a todas las personas, por ello se contempló la participación de **cualquier grupo que estuviera formado por 6 o más de 6 personas**. Los grupos participantes en el concurso fueron el colectivo Embárriate Santa Brígida, el centro infantil Popi y el grupo de mujeres de Rocío Aerotraining Fitness, **implicándose un total de aproximadamente 60 personas**.

Para llevarlo a cabo se redactaron unas bases, se diseñaron unos fotomontajes atractivos, se editó un vídeo con la letra de la canción de la campaña, se llevaron a cabo las gestiones de recepción, publicación y selección de los mejores productos recibidos y, finalmente, se organizó el acto de entrega de premios. Esto conllevó avisar a ganadores, realizar el diseño y la impresión del premio, redactar una nota de prensa, grabar y editar un vídeo resumen, realizar de cobertura fotográfica y, finalmente, publicar el material generado en redes sociales.



Conclusiones

El resultado de este cuatrimestre de trabajo en las redes sociales de Ciudad de Mar ha sido positivo en todos los aspectos.

Durante el periodo de contratación hemos apostado por **organizar y planificar las publicaciones con el objetivo de crear orden, regularidad y estabilidad para fidelizar a la audiencia**. Por ello hemos decidido publicar los lunes, los miércoles y los viernes semanalmente, en función de los gustos de los usuarios de las distintas redes, empezando los lunes con un vídeo más informativo, los miércoles con una publicación compartida y los viernes alternando entre fotomontaje/yuxtaposición y vídeo de personalidades. Esto ha implicado que **la participación de las personas que nos siguen ha ido creciendo de manera exponencial y constante**.

Al mismo tiempo hemos procurado ser flexibles para adaptarnos y poder responder, de este modo, a las demandas de la propia institución, por ejemplo, **umentando las publicaciones en momentos especiales** como durante el inicio de la campaña, la Noche de San Juan, la promoción del concurso o el final de campaña.

Gracias a una estrategia de comunicación organizada y constante, **hemos conseguido mejorar todos los índices y parámetros de las redes sociales**, tanto en materia de alcance como de interacciones.

Hemos mantenido una estrategia de comunicación basada en **potenciar todas las acciones, actos y actividades de la Concejalía de Ciudad de Mar del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria**, así como en dar cobertura a los actos y actividades de otras entidades, instituciones, asociaciones y medios de comunicación que tuvieran alguna relación con las necesidades e intereses de las personas usuarias que nos siguen.

De esta forma hemos creado una serie de **redes y sinergias que ha permitido incrementar notablemente** los seguidores de las diferentes redes sociales, siendo Twitter la red que quizás cuesta más a la hora de fomentar la interacción con los usuarios.

El contenido creado exclusivamente para la campaña para **mostrar el esfuerzo que la Concejalía** por acercar a la ciudadanía el grave problema de plástico que afecta a la riqueza medioambiental, ha tenido una gran aceptación por el público, **superando los impactos de ediciones anteriores con un alcance total de 431.495 personas**, siendo Facebook la red más destacada con 330 mil personas alcanzadas.



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

Tanto la campaña Disfruta-Respeta como la identidad de la propia institución empieza a cobrar relevancia en la mente de los usuarios y las usuarias de las redes sociales, algo que se ha conseguido, además de por lo anteriormente comentado, **gracias a la labor de los reporteros y las reporteras que han estado cada semana a pie de playa para involucrar a la ciudadanía** en el objetivo a conseguir por la corporación municipal.

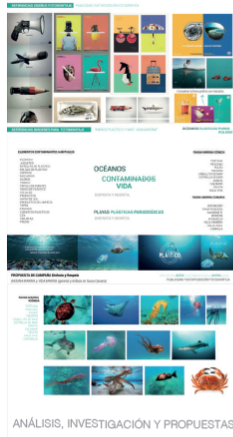
Es importante destacar que en esta edición **hemos conseguido, además, involucrar a un más de 40 personalidades del mundo del deporte, la cultura, la música, la comunicación, la investigación y el entorno académico** que se han sumado a la campaña, consiguiendo atraer a un público que antes quizás quedaba más alejado.

A través de reportajes audiovisuales y de contenido relacionado con contaminación, ahorro de agua, separación de residuos o reducción en el uso de plásticos, la campaña ha **conseguido el objetivo de generar una complicidad colectiva en torno a la sensibilización medioambiental.**



CREATIVICA
agencia de creatividad canaria

DISEÑOS YXUPTAPOSICIONES CREATIVAS PARA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL 2019



ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN Y PROPUESTAS



DISEÑO DE ESTRUCTURA POSTS RRSS



DISEÑO DE VARIOS GIFS ANIMADOS (publicidad)



DISEÑO VISUALES DE HISTORIAS PARA LA RED SOCIAL INSTAGRAM (publicidad creativa)



OVERVIEW | REGISTRO DE DISEÑO | PRODUCCIÓN Y COMUNICACIÓN