

IV EDICIÓN PREMIOS

INNOVAGLOC

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA: Las
Redes Sociales como servicio
público municipal.

PREMIO A LA
CORPORACIÓN.

Memoria del proyecto: Las redes sociales como servicio público municipal

*Se han insertado hipervínculos en las palabras subrayadas en el texto.

El 14 de junio de 2024 supuso un punto de inflexión en cuanto a la estrategia de comunicación del Ayuntamiento de Málaga. Desde el Área de Comunicación se tenía claro que era necesario reforzar o rediseñar la estrategia en las redes sociales, especialmente en la era de la sobreinformación donde no solo el bombardeo informativo es constante, sino que además la proliferación de las *fake news* es cada vez mayor. En este escenario, se consideraba que una institución pública, como es el Ayuntamiento de Málaga, tiene la responsabilidad de hacer llegar la gestión a sus ciudadanos con el único objetivo de ser un servicio público de calidad. Las redes sociales ofrecían y ofrecen esa posibilidad, ¿cómo aprovecharla?

Una encuesta encargada a la consultoría Dialoga Consultores, en la que se realizaron 400 entrevistas mediante muestreo aleatorio estratificado a personas mayores de edad empadronadas en el municipio de Málaga, reflejaba que, antes del inicio de la estrategia, los canales oficiales del Ayuntamiento solo servían como canal de información al 20,47% de la población encuestada. Pero esto no significaba que las redes sociales no funcionaran o interesaran para este contenido; al revés, el 22,59% se consumía información municipal en redes a través de perfiles no municipales. Estos datos se convierten automáticamente en un reto: mejorar la difusión de información pública en los canales oficiales para llegar a la ciudadanía malagueña.

Respuesta	%
Prensa en papel	6,70%
Prensa digital	32,15%
Radio	11,32%
Televisión	20,50%
Página web del Ayuntamiento (malaga.eu)	7,73%
X (antes Twitter) del Ayuntamiento	2,62%
Facebook del Ayuntamiento	4,45%
LinkedIn del Ayuntamiento	0,41%
YouTube del Ayuntamiento	0,65%
Instagram del Ayuntamiento	5,67%
Tik Tok del Ayuntamiento	0,81%
Redes sociales, en perfiles que no son del Ayuntamiento	22,59%



RED DE ENTIDADES LOCALES
POR LA TRANSPARENCIA Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Ciudad
de Málaga

Figura 1: ¿A través de qué canales recibe habitualmente información relacionada con el Ayuntamiento de Málaga?

Las redes sociales son, sobre todo, innovación y creatividad. ¿Cómo contar lo de siempre, desde un perfil institucional, de manera que llegue a los nuevos públicos y sin perder la credibilidad y respeto propios de una institución? La estrategia se desarrolló a base de ensayo-error, en un entorno controlado, es decir, no se tomaban grandes riesgos a la hora de crear el material, y sin olvidar que se trata de una institución pública que no puede seguir la lógica y tendencias de las redes sin filtro ni reflexión: no todo vale. A ello hay que sumarle la dificultad extra que supone la rapidez casi imperceptible con la que cambian los algoritmos en estas plataformas, lo que dificulta la definición de la estrategia.

En septiembre de 2023 se incorpora a la plantilla del Área de Comunicación un perfil que, con 22 años, sería la responsable, junto con la Dirección, de la imagen audiovisual del Consistorio. Crear este puesto, que nunca antes había existido en Málaga y casi en ninguna ciudad de España (ahora, 2 años después, está proliferando en todo el territorio nacional), fue el primer paso de lo que se convertiría en una gran estrategia audiovisual que engloba en la actualidad a todas las áreas representadas por el equipo de Gobierno. Se destaca la edad porque se considera un rasgo imprescindible a la hora de desarrollar un proyecto como este, pues las personas de la generación Z hablan y entienden mejor que nadie el lenguaje de las redes. Además, no es habitual en las instituciones públicas que se incorpore, con responsabilidad y capacidad de toma de decisiones, alguien de esa edad. Hay que tener en cuenta que el alcalde es alcalde desde antes de que ella naciera (Francisco de la Torre tomó posesión por primera vez el 4 de mayo de 2000; ella nació el 1 de diciembre de 2000).

En ese momento, como en la actualidad, existía una empresa subcontratada que, de manera complementaria, respondía a las necesidades de la agenda municipal.

DESCRIPCION DE SERVICIOS

TIPO A	Reportajes fotográficos de actos institucionales de duración 1 hora y 30 minutos (10 fotografías)
TIPO B	Reportajes fotográficos de actividades principales de la ciudad (disponibilidad toda la jornada) (30 fotografías)
TIPO C	Reportajes videográficos de actos institucionales (duración del video 1 hora y 30 minutos. Video editado para difusión en redes sociales)
TIPO D	Fotografías puntuales de momentos y lugares.
TIPO E	Videos informativos bajo petición expresa de un máximo de 5 minutos sin necesidad de edición

Figura 2: Descripción de los servicios del pliego del servicio externo de fotografía y vídeo.

	TIPO A	TIPO B	TIPO C	Tipo D	TIPO E	Jornada	Coste total
	MOCA	FRANCIS	MOCA	FRANCIS	MOCA	FRANCIS	
01-dic	Pompidou, Dia mundial discapacidad, Mupam, Leadingiris, Foto mapping, Libro Unicaja, Caja Blanca, Video horizontal mapping, video vertical mapping	7		2			142,12 227,16
02-dic	Belen Catedral, Windsurf, Alcazabilla, Jardín botánico	4					97,48 97,48
03-dic							0 0
04-dic	MUPAM Teresa, MUPAM Paco, Belén, Exposición Mariana	4					97,48 97,48
05-dic	Salón Abierto, Premios económicos, Mupam, Mupam, Mupam-Málaga cantante, Torre, Asociación Corredores, Gala Málaga Botánica	4	4				142,12 142,12
06-dic	Pelí al Parral, Luces Guadalmedina	1			1		24,37 33,44
07-dic	Exposición Mariana, Belén Edad, Paseo el Paseo, Belén la Magia	2	2				97,48 97,48
08-dic							0 0
09-dic	Residencia Las Palmeras, Saludo maratón Pompidou, Federación de Peñas (4 horas)	4					97,48 97,48
10-dic	Maratón (8-12), Mundialito sin fronteras, Casetas los Prados	2		1			48,74 152,49
11-dic	Foro Turismo, Junta seguridad, Lona pesquera, Navidad Palmilla, Cudeca, Ofrenda Torrijos, Premios COPE, Premios 090, gala Málaga Cantaoira	1	8				142,12 142,12
12-dic	Parque Malaga, Expo Mupam, RDP Liquidación convenios, pleno presupuestario, Patronato Círculos, Premio APOM, Gala Málaga Hoy	1	6				142,12 142,12
13-dic	Obra Clavero, Eulen, Premio Poesía, RDP San Silvestre, Teatro en familia, RDP Plan de inspección	3	3				142,12 142,12
14-dic	Salón Espejos, Reconocimientos Deporte, RDP Calendario Botánico, Campaña bolitas Atarazanas, Cultura en vena, Elena Laverón	2	4				142,12 142,12
15-dic	Rvno Congreso, Mupam, Albeniza, Corralón, Teatro Cervantes (2h), Fotografías Alamos y Carreteras	6					142,12 142,12
16-dic	Seminario, NH, IES	3					73,11 73,11
17-dic	Cervantes, Mangas Verdes, Martires	3					73,11 73,11
18-dic	Migrantes, Palma Palmilla, MUPAM, Soho, Premios de Ensayo, Premios IMAE, Guadalmedina, Talleres de Mayores Cervantes, Premios Sur (2,5h)	4	6				142,12 142,12
19-dic	Archivo municipal, Ballen, Mupam, mural Teatinos, Saval	3	2				121,85 121,85
20-dic	Tabacalera, Mupam bolón, Coordinador Urbano, Salado TAG, Observatorio marino, Bonobos desempeños, Foto campaña juguetes Autobuses, reunión de respuestas a crisis, Torneo de debate (2h)	2	7				142,12 142,12
21-dic	Río, Cerveza Victoria, Cóctel prensa	2	1				73,11 73,11
22-dic	Coral Atendis (con video), Toma posesión Bomberos, firma protocolos, Presentación protocolos con colegios profesionales, RDP JGL, Aniversario la Cónsula,	1	5		1		142,12 184,64
23-dic							0 0
24-dic	Visita CME, Visita albergue		2				48,74 48,74
25-dic							0 0
26-dic	RDP ZBL, Visita Parque Chiquito		2				48,74 48,74
27-dic	Acelite, Accesibilidad María Paz, Actuación Panda Comares, Jornada fotos Navidad	1	2	1			73,11 176,86
28-dic	Mupam Edusi, Obras Churriana	1	1				48,74 48,74
29-dic	Director general Medio ambiente e innovación, Visita SEAP, saludo bomberos, Mister Málaga, Comida corrales		5				121,85 121,85
30-dic	Mensaje Alcalde		1				24,37 24,37
31-dic	San Silvestre, CME		2				48,74 48,74
01-ene							0 0
02-ene	Desfile reyes Teresa, alcaldesa Alcibendas, nombramiento RIRMM, trajes RIRMM, Mapping CDH	1	4				121,85 121,85
03-ene	CEIP, Emisario real, Memorial Santiago Pastor,	1	2				73,11 73,11
04-ene	Video salón espejos, Cabalgatas distritos		1	1			0 146,27
05-ene	Cabalgata		1				0 103,75
06-ene							0 0
07-ene	Balonmano		1				24,37 24,37
08-ene	Ayto Bea González, Pascua Militar, Hospital Noble		3				73,11 73,11
09-ene	Consejo ESSA, Papeleras selectivas		2				48,74 48,74
10-ene	Colagio mapia, Polideportivo El Palo,		2				48,74 48,74
11-ene	Hotel AC, Cartel Semana Santa	1	1				48,74 48,74
12-ene	Mupam, Ayo, Minuto silencio, Flamenco lo serás tú, Hermanos Madrid, Corte Inglés Ciencia	2	3		1		121,85 130,92
13-ene	Víctimas Guerra Civil, Izado bandera CNP, Casetas Los Prados (+90)		4				97,48 97,48
15-ene	Foro Turismo, Graduados sociales, Málaga Crea gastro, Sorteo Copa del Mundo	2	2				97,48 97,48
16-ene	Cine Albeniza 7:11 Cuarzo		1				24,37 24,37
17-ene	Presentación Carnava, Oposición bomberos		2				48,74 48,74
18-ene	Reunión trabajo Burgos (suspuesta), balance Fycma, Consejo social		3				73,11 73,11
19-ene	Día Mediación Colegio abogados		1				24,37 24,37
20-ene	Medalla Oro Atencia	2					48,74 48,74
21-ene	Jornadas		4,8				512,28 512,28

mōca
MOCA AGENCIA DIGITAL S.L.
B-67775544
C/Decano Juan José Delclás 18, 29013 Málaga

Código Seguro De Verificación	U5Z30LyTEzAQAA6LJokV1/A==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Patricia García-Fuentes Fernández	Firmado	18/03/2024 12:55:21
Observaciones		Página	1/1
Url De Verificación	https://valida.malaga.eu/verifirma/code/U5Z30LyTEzAQAA6LJokV1/A==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		



Figura 3: Descripción de los servicios prestados en los meses de diciembre de 2023 y enero de 2024.

En las facturas de esos meses, se observa como el encargo de vídeo es prácticamente inexistente: tres vídeos en dos meses (tipo C). (En el anexo 11 se adjunta una factura de diciembre de 2024 donde se ve el incremento: 18 vídeos). En esas primeras semanas, empiezan a realizarse peticiones de vídeo de

manera esporádica y con malos resultados. La producción propia era prácticamente escasa y de los generados por la empresa subcontratada, el contenido no estaba definido (por parte del Área) y la conexión con la audiencia era muy baja. Con la perspectiva temporal se puede decir que servía, principalmente, para ir aprendiendo de esos datos. Ahí empieza la prueba-error. Se hacían pequeñas variaciones para intentar conseguir un impacto mayor, como la fragmentación del contenido, introduciendo el vertical en redes como Instagram y TikTok y dejando el horizontal en X, Facebook, Linkedin y YouTube. Se percibía una pequeña mejoría, pero los datos continuaban siendo escasos para el público objetivo potencial de una entidad como el Ayuntamiento de Málaga.

Desde el Área comenzaron a estudiarse perfiles políticos y de otros ámbitos para ver cómo desarrollaban su estrategia. Interesaban principalmente los políticos, pero son pocas las instituciones que todavía, a día de hoy, llevan a cabo un plan audiovisual definido con el conectar con sus ciudadanos y rendir cuentas de su gestión pública. Los referentes eran más internacionales por la falta de ejemplos en España (Justin Trudeau, Comisión Europea, Emmanuel Macron...). Debido, entre otras cosas, a esta escasez de referencias, también se tenían en cuenta aspectos de otros perfiles que, a priori, no están directamente relacionados con una actividad municipal, pero que tenían conocimiento que aportar: cuánto tiempo estaban en cámara, cuánto en off, si utilizaban música o no, si se insertaban subtítulos o no, el tipo de lenguaje empleado... Es decir, se analizaban los vídeos de otros perfiles intentando desgranar la receta que hacía que conectaran con su audiencia y, además, siguieran creciendo entre el público objetivo. Entre los perfiles observados de otros ámbitos, también se buscaban referencias locales, ya que aquí sí había más variedad (María Speaks English o Clara y Jose de malagadictos).



Figura 3: Perfiles de Instagram de Justin Trudeau, Comisión Europea en España y Emmanuel Macron).

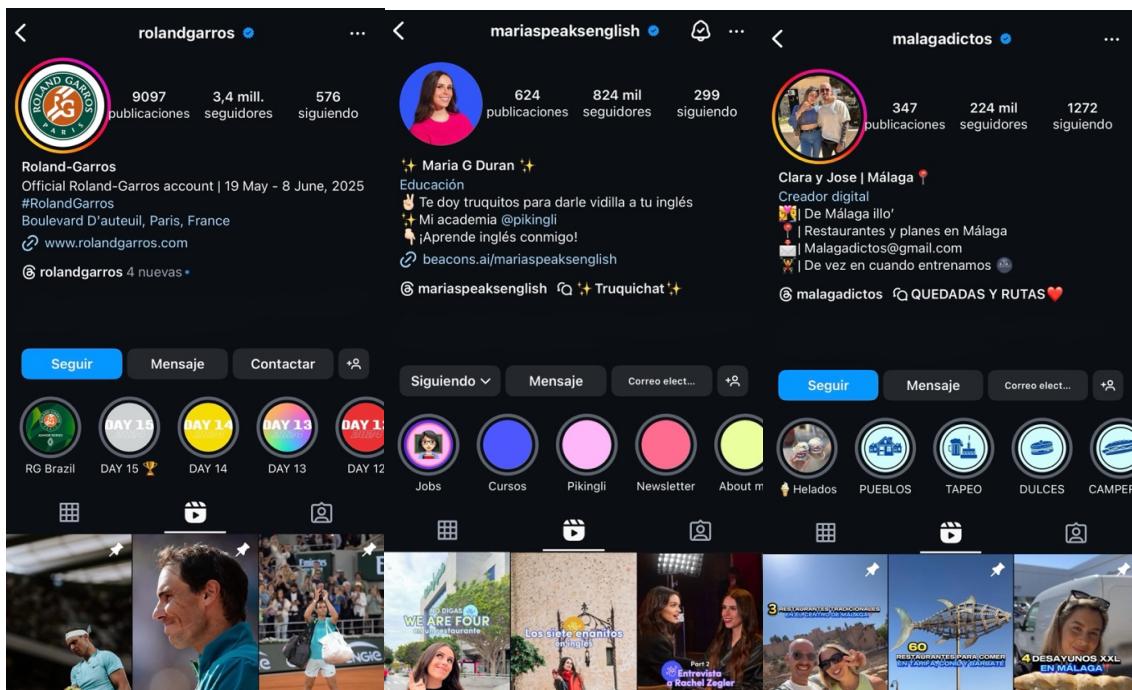


Figura 4: Perfiles de Instagram de Roland Garros, María Speaks English y Malagadictos).

A partir de este análisis, se decide hacer una prueba el día de la inauguración de la Incubadora de Alta Tecnología en Metaverso. Fue el propio alcalde el que contó a cámara, mezclado con voz en off, en vertical y con subtítulos la puesta en marcha de este equipamiento municipal. Para ello, la persona encargada de elaborar la nota de prensa, desarrolló también un texto abreviado adaptando, en lo posible, la lógica de los vídeos analizados.

Vídeo - 14 de junio de 2024: Málaga suma a su ecosistema innovador la Incubadora de Alta Tecnología en Metaverso, pionera en Europa y con capacidad para más de 50 proyectos 'Deep Tech'.

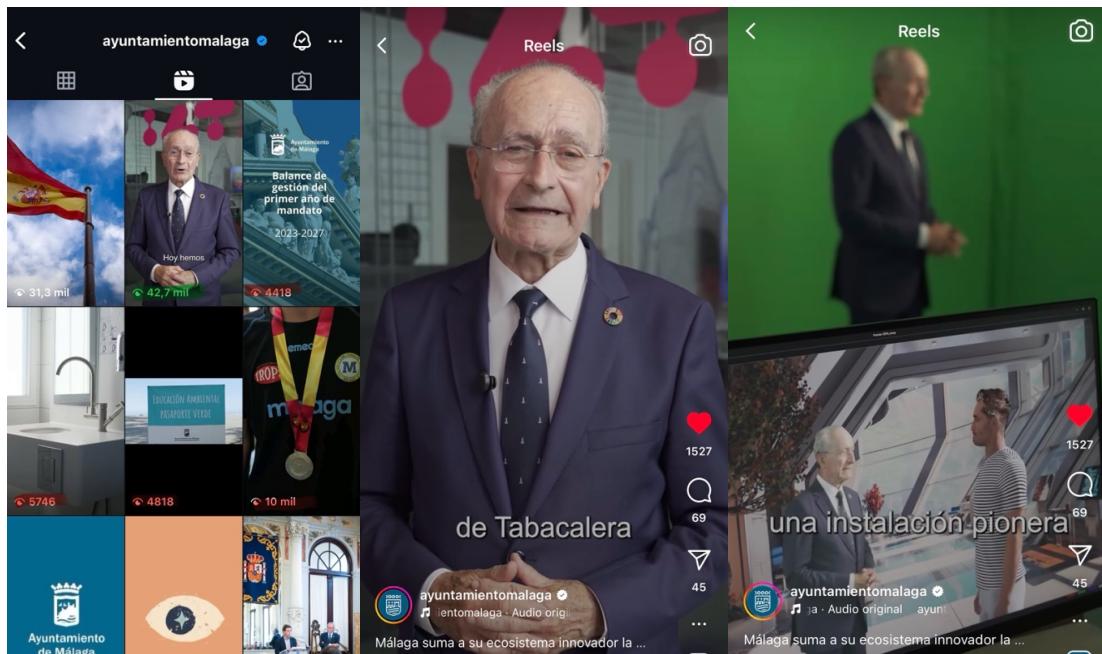


Figura 5: Muestras del vídeo de la incubadora en el perfil de Instagram.

Que la estrategia comenzara con el alcalde no es casualidad. No solo se tuvo en cuenta por el impacto o la sorpresa que puede generar que una persona que lleva 25 años siendo alcalde y tiene 82 comience a hacer *reels* para redes sociales, sino también que sirviera como ejemplo para el resto de los concejales. El carácter innovador y arriesgado de la estrategia podía conllevar reticencias por parte de algunos concejales, que tendrían menos argumentos al constatar que el alcalde es el primero que se ha lanzado a la piscina.

En ese momento no se contaba con una estrategia sistematizada. Se fueron introduciendo cada vez más vídeos, ya todos en vertical y con estabilizador (factor clave para el placer visual). Vídeos de recursos montados que anteriormente no habían funcionado, como una recepción a un equipo deportivo, ahora comenzaban a despegar, pues se había conseguido *hablar* el lenguaje que las redes requieren. El siguiente vídeo “guionizado” para explicar un servicio público también lo hizo el alcalde, diez días después. Entre medias y post vídeo del metaverso, ya estaban funcionando la mayoría de los vídeos.

Vídeo - 24 de junio de 2024: Málaga inaugura el cementerio municipal de animales de compañía, junto al cementerio de San Gabriel. Se trata del primero público de estas características en España.

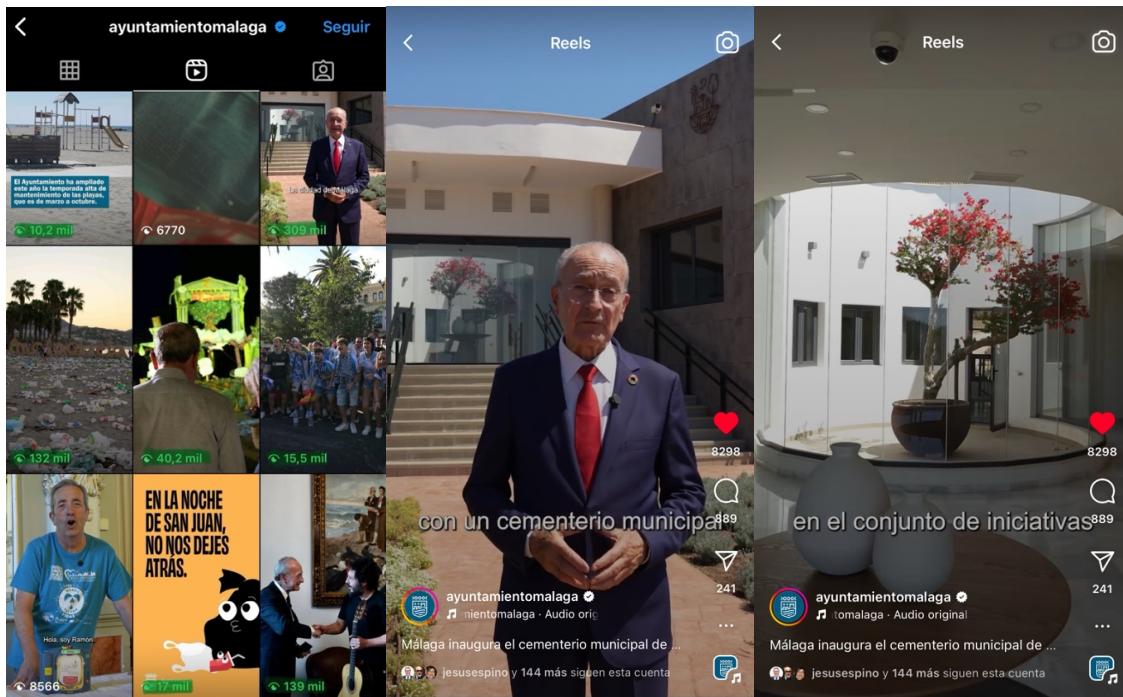


Figura 6: Muestras del vídeo del cementerio de animales de compañía en el perfil de Instagram.

Sabiendo que esa fórmula de vídeo funciona, y que la verticalidad y la estabilización son claves, se prueban otros dos esquemas más (vistos sobre todo en políticos y periódicos) para comprobar su impacto y utilidad futura:

1. Reutilización de vídeos de ruedas de prensa: se extrae el minuto más significativo de la rueda, se adapta a vertical y se subtítula.
2. Vídeos con cajas de texto: se graban y montan en vertical las imágenes que irán apoyadas por un texto explicativo, extraído de la nota, que complementa la información.

Pese a que tanto su reproducción como su desarrollo es mucho más sencillo (no hay que preparar guion, ni buscar el hueco en las agendas de los políticos, ni preparar los recursos del off para montar con las partes a cámara...), se descartó su uso salvo excepciones al detectar, tras varias pruebas, un alcance menor en comparación con la fórmula del vídeo del metaverso.

A partir de ese momento, se sistematiza la producción de vídeo y la estrategia audiovisual, y se decide publicar, al menos, tres vídeos por semana. Esto trae consigo cambios que afectan a casi toda la estructura municipal así como, en ese momento, a la empresa subcontratada:

1. Los compañeros redactores del Área de Comunicación incorporan una nueva tarea a su desempeño diario: la elaboración de guiones para

alcalde, concejales y otros intervinientes. Muchos de ellos se realizan a la vez que la nota de prensa, cuya información simplificada y con un lenguaje adaptado permite el desarrollo del texto. Pero también se crean vídeos de aspectos estructurales del Ayuntamiento o temas que se contaron en ruedas de prensa anteriores a la puesta en marcha de la estrategia. Para estos últimos, tienen una nueva tarea específica: conseguir esa información para poder desgranarla y volcarla en un vídeo. La preparación y el esfuerzo, además de ser extra, es similar al que ya hacían para las ruedas de prensa, pero ahora de forma más frecuente.

2. Ante la necesidad de almacenar vídeos con el objetivo de no tener que producir todos sobre la marcha para el mismo día, los compañeros redactores, en colaboración con las áreas, hacen un *brainstorming* de todos los temas que a la ciudadanía les puede interesar de cada una de sus concejalías (desfibriladores, registro de demandantes de VPO, parques caninos, aplicación Málaga Funciona para registrar incidencias...). Todas estas ideas se volcaron en una lista inicial de más de 100 vídeos en los que participan todas las áreas.
3. Tras más de 40 años redactando notas de prensa, los compañeros del Área de Comunicación deben cambiar el chip, para esta tarea en concreto, y adecuar su lenguaje a un nuevo público, sobre todo joven. La frase inicial del vídeo es determinante para que una persona, al otro lado de la pantalla, decida quedarse o no. Por ello, desde el principio la responsable audiovisual, avalada por su edad, volcó en un decálogo las ideas principales a tener en cuenta a la hora de redactar el texto para que el vídeo funcione. Además, se creó un grupo específico de redacción de vídeo en el que los redactores envían todos los guiones y la responsable los devuelve adaptados al lenguaje de las redes (abrevia todo lo posible, introduce un gancho al inicio, incluye siempre la palabra Málaga, acaba con una llamada a la acción...). Cada tres meses aproximadamente se ha repetido la reunión de redacción con el objetivo de actualizar el decálogo tras lo aprendido y los cambios de algoritmo. En la última, se desarrolló un cuestionario de autoevaluación para que los compañeros redactores pudieran hacer ese ejercicio práctico cuando realizaran sus guiones.
4. También aparece la tarea de la preproducción: la responsable audiovisual es la encargada de agendar los vídeos en la agenda de alcalde y concejales, que, además, tiene que cuadrar con la disponibilidad para grabar vídeo por parte del área. Los compañeros redactores gestionan con las áreas la grabación de recursos, así como el acceso a la localización (ejemplo: grabación dentro de una instalación).

5. A todas las grabaciones va también el redactor encargado del texto, por si surgiera alguna duda, además de para asegurar que se hace y dice de la manera correcta.
6. Cada concejal, durante la grabación de algunos de sus vídeos, sobre todo al principio, ha sido acompañado también por la persona responsable para aprender a proyectar un correcto lenguaje corporal. Ahora solo se refuerza a los concejales que lo necesitan. Los gestos y la expresión facial también influyen a la hora de comunicar. Ejemplo de ello es la evolución de la concejala de Urbanismo, Carmen Casero, tras prestar atención a este aspecto

Vídeo – 23 octubre del 2024: *El Ayuntamiento prohíbe la implantación de nuevas viviendas turísticas en 43 barrios de Málaga. No podrán darse de alta más viviendas turísticas en aquellos barrios donde más de un 8% del total de viviendas sean turísticas. #vivienda #viviendaturística #málaga #barrios.*

Vídeo – 9 de enero del 2025: *El Ayuntamiento licitará en próximos días la obra para la renovación integral del Paseo Marítimo de Pedregalejo. #Málaga*

7. La empresa subcontratada empieza a recibir muchos más encargos en materia de vídeo. Cuando el volumen de producción alcanza un ritmo considerable, se compra desde el Área el material necesario para que la persona responsable también pueda contribuir produciendo vídeo. El ritmo continúa creciendo y se decide incorporar a otro compañero gráfico a la plantilla del Área para mantener e incrementar el nivel de producción.
8. Paralelamente, se ha hecho una inversión en material audiovisual de 6.000 euros, aprobada en los presupuestos, con la que se pretende cubrir todas las necesidades que esta estrategia ha desarrollado.
9. Las personas encargadas de las redes sociales reciben todas las semanas una programación a través del calendario compartido con los vídeos que se publican cada día, la hora, el copy (texto que acompaña al vídeo), cuentas con las que tiene que colaborar y el enlace de descarga.
10. El compañero del Área que se dedicaba al archivo de fotografía asume también la tarea del archivo de vídeo. Se realiza por áreas y se vuelca en un Excel los datos de cada uno (tema, área, concejal, persona externa, fecha de grabación, fecha de emisión...).
11. Todos los lunes se realiza una reunión semanal en la que está convocada la dirección y el equipo audiovisual. En esta, la persona responsable comunica las ideas nuevas que han propuesto sus

compañeros redactores, las grabaciones previstas para esa semana, la programación de publicación para los próximos días, las ideas propias del equipo audiovisual y los datos obtenidos en el informe semanal. En la reunión se debate sobre el contenido, la dirección decide qué vídeos se aprueban (además de resolver dudas e incorporar propuestas) y se comentan las necesidades de la estrategia, que evoluciona casi a diario.

12. Una vez realizada la reunión, la persona responsable comenta los nuevos vídeos con los compañeros y la rueda vuelve a empezar.

La implementación firme de la estrategia audiovisual trajo consigo un nuevo esquema de responsabilidades en el que tanto el equipo de Gobierno como las áreas están implicados:

ESQUEMA DE RESPONSABILIDADES

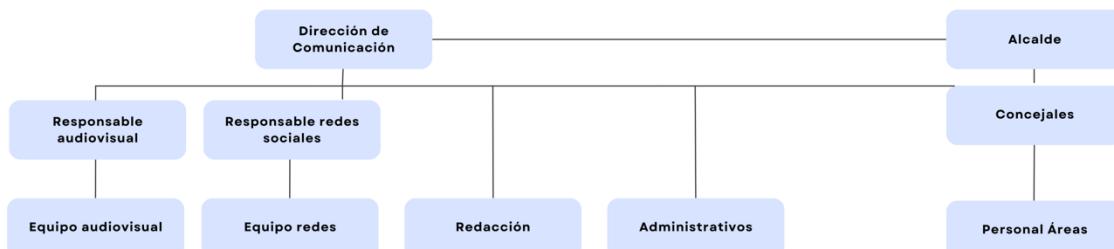


Figura 7: Esquema de responsabilidades dentro de la estrategia de vídeo.

- Dirección: propone vídeos, valora las propuestas, supervisa la programación de grabación y publicación, elabora y supervisa guiones y asiste a las reuniones semanales y trimestrales.
- Alcalde y concejales: proponen vídeos, aportan a los guiones, se aprenden los textos, dedican tiempo de sus agendas y graban los vídeos.
- Responsable audiovisual: desarrolla la estrategia, supervisa el proceso completo, agenda vídeos, propone ideas, recoge propuestas, distribuye y agenda la grabación, realiza la programación de publicaciones, corrige guiones, guía a los concejales con el lenguaje corporal y la entonación, graba y monta vídeos, corrige vídeos, gestiona el encargo de equipo material, coordina a la empresa subcontratada, analiza los informes semanales de las publicaciones asiste a la reunión semanal y trimestral y comunica a los compañeros los guiones aprobados.
- Responsable de redes sociales: gestiona con el equipo de redes el cumplimiento de la programación, está pendiente del proceso de publicación, gestiona los destacados de Instagram, resuelve sus dudas y les facilita los copy o enlaces que les faltan.
- Equipo audiovisual: propone ideas, corrige guiones, graba y monta vídeos y asiste a la reunión semanal y trimestral.

- Equipo de redes: publican el contenido en todas las redes de manera simultánea, lo comparten en historias, se ocupan de los destacados y realizan los informes semanales de las publicaciones.
- Redacción: propone ideas, recopila información, elabora guiones, se comunica con las áreas, gestiona la grabación de recursos, elabora los copy's, supervisa y ayuda a los concejales durante la grabación del vídeo y asiste a las reuniones trimestrales.
- Administrativos: realizan el archivo de los vídeos, el Excel con toda la información de cada uno de ellos, realizan la compra de material y gestionan el pago de las empresas subcontratadas.
- Personal de las áreas: facilitan la información, proponen temas, buscan localizaciones y piden accesos.

La transversalidad es uno de los puntos más positivos del proyecto. Todos los vídeos se preparan en consenso con las áreas específicas y con la aprobación de los concejales. El trabajo en equipo es total. Desde el nacimiento de la idea hasta la culminación de esta, son muchas las manos que aportan su conocimiento al proyecto. La idea de que sea el propio equipo de Gobierno el que cuente a la ciudadanía la gestión que realizan y cómo afecta a la ciudad posibilita el acercamiento, tan necesario, de los políticos a la ciudadanía. Se podría decir que dan la cara. Explican de manera sencilla temas en los que ellos son los máximos responsables, se implican al leer los comentarios de los ciudadanos, tienen capacidad de respuesta sobre cuestiones concretas que pueden surgir a raíz de su anuncio... Además, de esta forma la ciudadanía puede familiarizarse con ellos y aumentar así la posibilidad de establecer una conversación en la calle o de desembocar en una gestión política directa (pedir una cita con ellos, organizar una reunión...). Cabe destacar que, pese a las reticencias iniciales por parte de algunos concejales, la implicación del equipo de Gobierno es, en la actualidad, total. Están volcados al 100% con la estrategia, creen en ella y en lo que genera; además, colaboran proponiendo ideas e implicándose en el perfeccionamiento del texto, facilitan todo el proceso con iniciativa. En resumen, son proactivos con una nueva forma de hacer política que les motiva.

Se adjunta como ejemplo la planificación de una semana de estrategia. Las cajas "G." moradas hacen referencia a la grabación de vídeo y las "P." verdes a la publicación. Se publica en el calendario compartido con los compañeros del Área para una mayor organización y previsión (acompañamientos, publicaciones, preparación de copy's...).

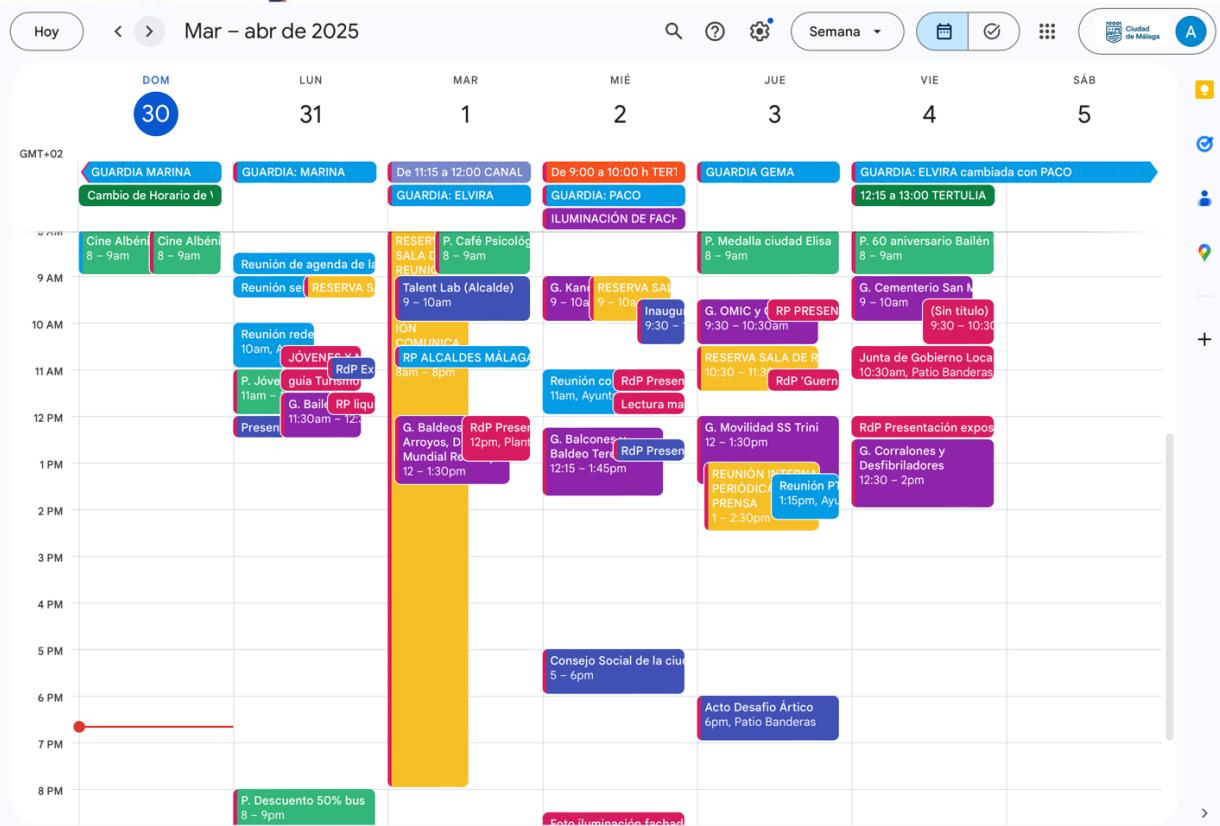


Figura 8: Muestra real de una semana de programación del calendario compartido del Área de Comunicación.

En cuanto a la hora de publicación, se estuvo probando durante 2 semanas cuál era el mejor horario. Tras varios análisis, se decidió que siempre que es posible se publica a las 7.55h por la mañana y a las 19.55h por la tarde. Se intenta aprovechar de esta forma los momentos que, según estudios de uso de redes, más personas utilizan el teléfono móvil (recién despertados, yendo al trabajo, en el autobús, descansando antes de cenar...). Existen otros vídeos, como los complementarios a ruedas de prensa (ejemplo: en el calendario se observa cómo el lunes 31 se publica el vídeo de jóvenes y naturaleza después de que la concejala de Juventud dé la rueda de prensa) o los que cubren una actividad ya programada (procesión de la patrona, fuegos de la feria...) que se publican en cuanto se graban y procesan.

El objetivo en la programación, en cualquier caso, es siempre el mayor alcance posible, aunque con un matiz: se está llevando a cabo un servicio público. Desde la dirección se tiene muy claro e intentan reflejarlo con un símil entendido por todos: somos como La 2 de TVE. La estrategia de comunicación y el propósito de innovar a diario en la forma de hacer llegar el contenido a los ciudadanos no supone perder de vista que se hace por y para ellos. Esto implica que también se crean y publican vídeos a sabiendas de que no van a tener el mismo alcance. No se puede comparar el impacto que generan los premios de las asociaciones ciudadanas más participativas de Málaga con la llegada de la Comic-Con a la

ciudad, pero la labor de la estrategia es también darles la misma importancia a ambos. Esto es, de igual forma, innovación. Muchas cuentas de redes sociales narran de una manera similar a la del Área aspectos como la Feria, un título deportivo o la construcción de nuevas VPO, pero pocas hablan del torneo infantil de ajedrez, de los talleres para adolescentes con problemas o del servicio de apoyo gratuito de lenguaje de signos. La única razón por la que las visualizaciones tienen interés en esta estrategia es porque se busca que el mayor número posible de malagueños conozca todo lo que su ciudad puede ofrecerle, pero no porque se rija por una lógica mercantilista que persigue monetizar los resultados. Esta situación se traduce en una herramienta poderosísima para la ciudadanía que permite lo extraordinario en el ecosistema de las redes sociales: desde las del Ayuntamiento se habla de todo y para todos. Por eso, cada vez con más frecuencia, se están incorporando otros personajes de la sociedad civil malagueña que tienen algo que aportar a los ciudadanos. Sus caras sirven, además, para popularizar la estrategia y conseguir que personas desconectadas de esta puedan seguirla y beneficiarse en el futuro de los servicios que se exponen en ese escaparate. Algunos de ellos son Salva Reina (actor), El Kanka (cantautor), María Torres (deportista), María Speaks English (*influencer* y divulgadora), Víctor Heredia (historiador y profesor), Pedrita Parker (artista), Fosforito (cantautor)... Personas malagueñas referentes y ejemplo en su desempeño y actividad con las que se innova mediante la co-creación.

Desde julio de 2024 se mide semanalmente la evolución de la estrategia a través de informes de redes sociales (se adjunta en el anexo uno correspondiente a julio de 2024 (9) y otro a marzo de 2025(10)). Incluyen visualizaciones en cada red social, impacto en los seguidores, realiza un análisis de sentimientos con los comentarios... Esto último es especialmente útil para las áreas, pues con esa información están realizando una escucha activa de las necesidades de los ciudadanos y de la evolución de sus servicios. Al principio, el análisis se llevaba a cabo por vídeo, en la actualidad se realiza por red social. De esta forma se pueden observar más claramente los datos de un mismo vídeo en cada plataforma, lo que permite extraer conclusiones con las que se realizan modificaciones de la estrategia.

Vídeo – 20 de febrero 2025: *El Ayuntamiento ofrece sesiones gratuitas de iniciación a la calistenia dirigidas por monitores especializados en los parques de Huelin, El Atabal, Baños del Carmen, El Limonar y Teatinos, hasta el 17 de mayo. (20 febrero)*

Instagram | 19:56h

- Reproducciones: 28.163
- Me gusta: 787
- Comentarios: 25
- Compartido: 17 veces
- Guardado: 132 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 18.015 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 61,9% seguidores y un 38,1% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 28.163. Por otro lado, se han conseguido **13 seguidores nuevos**. En algunos comentarios preguntan cómo o dónde hay que inscribirse, lo que se aclara en el vídeo, pero otros comentarios preguntan por el horario, por actividades de este tipo para mayores o piden la iniciativa en otros parques y zonas de Málaga como el centro o Churriana. También comentan que en la sesión en El Atabal no estuvo nadie del Ayuntamiento

Figura 10: Ejemplo real de análisis de un vídeo en Instagram.

En todas las redes sociales se ha aumentado la comunidad con respecto al año anterior. Desde diciembre de 2024 hasta hoy, los seguidores de los perfiles municipales crecen a diario, lo que se traduce en un mayor número de ciudadanos siendo partícipes de la gestión municipal y descubriendo servicios que quizás antes desconocían. Ejemplo de ello es el vídeo que el concejal de Vivienda realizó explicando cómo inscribirse en el registro de demandantes de VPO.

[Vídeo 4 de agosto 2024](#) – *En breve darán comienzo los sorteos de las 1.006 viviendas protegidas que está desarrollando el Ayuntamiento. Consulta los requisitos que debes cumplir para poder ser beneficiario de una VPO. #VPO #Vivienda #Málaga*

Con anterioridad a este se habían grabado y publicados varios hablando del Plan Municipal de Vivienda y de las promociones de vivienda protegida que se estaban llevando a cabo. Esto generó que en solo 2 meses (julio y agosto) 3.000 nuevos demandantes se sumaran al registro. Solo en TikTok, 190.000 personas vieron el vídeo. El concejal de Vivienda, Francisco Pomares, habló de los datos del registro en prensa: *Este aumento se debe, explica el concejal de Vivienda, Francisco Pomares, en conversación telefónica con este periódico, a los buenos resultados que está teniendo la campaña municipal en redes sociales con vídeos en TikTok o Instagram para llegar a los más jóvenes, "hemos conseguido llegar a un perfil que antes no teníamos, estamos muy contentos con los resultados", a la vez que señala que alguno de estos vídeos haya acumulado más de 300.000 visitas en redes. De ahí que en julio hayan recibido 853 solicitudes de ingreso y en agosto la friolera de 2.193; teniendo en cuenta que el*

registro llevaba **estancado los últimos años en torno a los 26.000 inscritos**. se muestra orgulloso de haber alcanzado este nuevo perfil de jóvenes al que no llegaban antes, "es gente que no consume las noticias de forma tradicional y que no se registraban por desconocimiento, pero sí está en TikTok o Instagram" (Málaga Hoy, 16 de septiembre de 2024). Después de estos resultados, otros concejales han demandado una estrategia específica de vídeo con algún tema concreto de su área, por ejemplo, el concejal de Economía, Carlos Conde. La campaña de bonificaciones fiscales a los ciudadanos por aspectos como la instalación de placas solares no estaba llegando a todo su público objetivo y se quedaba sin asignar en su totalidad. En consecuencia, se han preparado las llamadas "píldoras informativas": vídeos muy cortos y concretos en los que el concejal explica a los malagueños, de la forma más sencilla posible, cómo solicitar estas ayudas. Este es otro ejemplo de cómo el esfuerzo conjunto del equipo de Gobierno y el Área de Comunicación se traduce en un acercamiento de la información y administración pública a la ciudadanía, que normalmente no está muy próxima debido, sobre todo, a la desafección hacia la política, la jerga político-administrativa y la burocracia.

Destaca el crecimiento de Instagram y TikTok, cuyos algoritmos están especialmente diseñados para absorber estrategias de vídeo, lo que se refleja positivamente en el aumento de seguidores. Respecto a TikTok, crear comunidad en esta plataforma es mucho más complicado que en otras para una institución pública. Su algoritmo aleatorio y acelerado premia otro tipo de contenidos. Conscientes de su importancia al representar sobre todo a los más jóvenes, se ha encargado una auditoría y taller a [Resuelta Estudio](#), líderes en el sector.

Seguidores y ranking en redes:

La comunidad global del Ayuntamiento de Málaga en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y TikTok) asciende a los **370.074 seguidores** a finales del año 2023. Estos datos, que pertenecen a la comunidad global se dividen en:

FACEBOOK: 89.187 seguidores.

TWITTER: 177.385 seguidores.

INSTAGRAM: 64.161 seguidores.

LINKEDIN: 24.341 seguidores.

TIKTOK: 15.000 seguidores.

Figura 11: Datos extraídos del informe anual de redes sociales del Ayuntamiento en 2023.

La comunidad global del Ayuntamiento de Málaga en las principales redes sociales (Facebook, X, Instagram, LinkedIn y TikTok) asciende a los **410.752 seguidores** a finales del año 2024.

Estos datos, que pertenecen a la comunidad global se dividen en:

FACEBOOK: 93.528 seguidores.

X: 185.674 seguidores.

INSTAGRAM: 78.580 seguidores.

LINKEDIN: 27.954 seguidores.

TIKTOK: 25.016 seguidores.

La red actual con **mayor número de seguidores** sigue siendo X, por su marcado carácter informativo. También es la red más activa y actualizada.

Figura 12: Datos extraídos del informe anual de redes sociales del Ayuntamiento en 2024.

Instagram permite realizar historias destacadas, herramienta que desde el Ayuntamiento se ha utilizado para recopilar la información de cada área y que para los ciudadanos sea aún más sencillo acceder a ella.

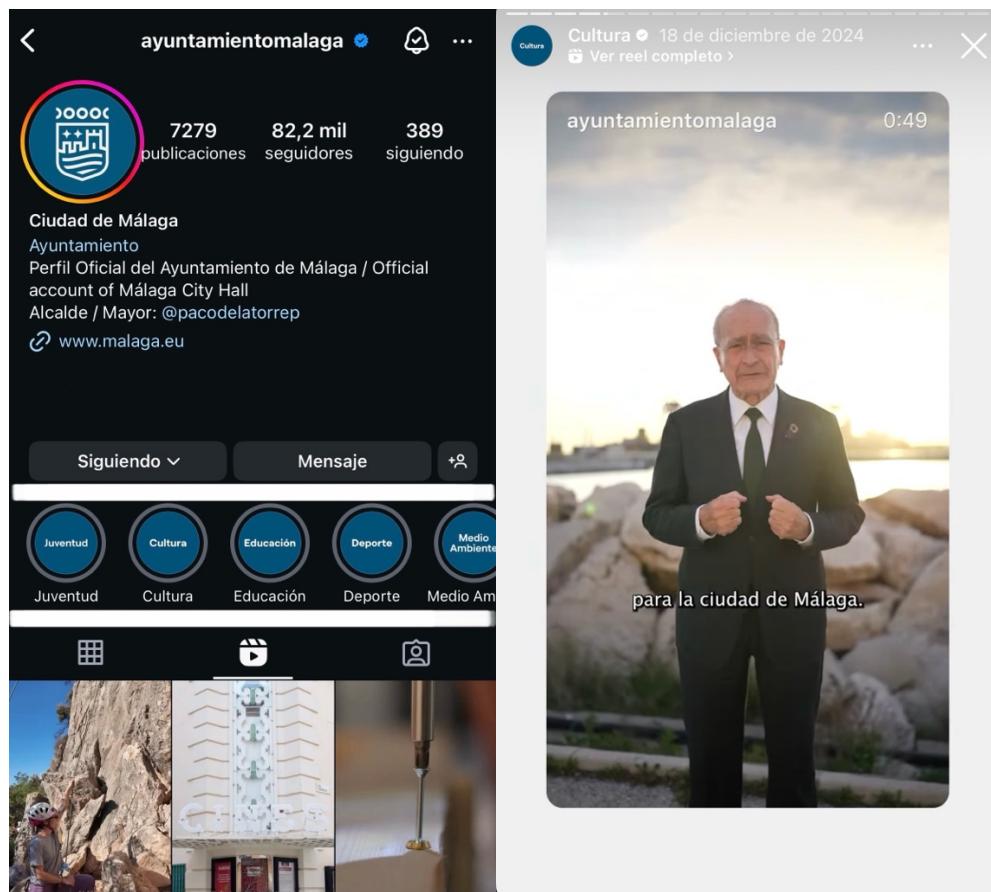


Figura 13: Muestra de las historias destacadas en Instagram.

El impacto de la estrategia se percibe no solo en el *feedback* de los malagueños a través de las propias redes. Otros ayuntamientos e instituciones están imitando el modelo, incorporando a personal que se asimile a la figura creada en 2023 de

responsable audiovisual, poniéndose en contacto con el Área para recibir claves... [Expertos en comunicación política](#) han hecho públicas sus felicitaciones y análisis de la estrategia, percibiendo el esfuerzo realizado para desarrollar una segmentación de audiencias eficaz.

Los medios también han recogido el cambio en la estrategia de comunicación. En varias ocasiones se ha generado una noticia a raíz de un vídeo pensado y elaborado desde el Ayuntamiento. Por ejemplo, en COPE Málaga utilizaron el vídeo de la concejala de Urbanismo, Carmen Casero, en el que hablaba de la remodelación del paseo marítimo de Pedregalejo como corte de audio para una noticia. Los vídeos municipales han servido incluso para desmentir bulos, y dichos desmentidos han acabado siendo recogidos por la prensa local, concretamente los diarios [Sur](#) y [El Español](#). El 23 de agosto de 2024 el Ayuntamiento desmintió que fuese a producirse un tiroteo y que se había producido un apuñalamiento durante la Feria. En vez de recurrir a una nota de prensa, se decidió utilizar la fuerza de la estrategia de innovación audiovisual para verificar información y hacer que esta llegue a los ciudadanos de una manera efectiva.



Figura 14: Captura de la noticia recogida por El Español y de un frame del video en TikTok.

Otro ejemplo es el [vídeo de la inauguración de un nuevo complejo deportivo](#) en el distrito Este. Solo entre Instagram y TikTok registró medio millón de visualizaciones, lo que consiguió que varios periódicos recogieran, no solo la noticia, sino la realización del vídeo como parte de esta.

El crecimiento es continuo, ya que la estrategia está completamente viva. El aprendizaje y el cambio forman parte de la misma, y engloba a todas las



RED DE ENTIDADES LOCALES
POR LA TRANSPARENCIA Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Ciudad
de Málaga

personas que forman parte del esquema de responsabilidades, más de 50. Evoluciona día a día en su desarrollo, pero mantiene su objetivo: utilizar la innovación como vía para prestar el mejor servicio público para los malagueños y las malagueñas.

ANEXO

1. Convocatoria de los foros de coordinación municipal dedicados a la comunicación en los que se trata la estrategia de vídeo:

1.1 FCM febrero 2024

JORNADA FCM

**“La importancia de la comunicación para que los ciudadanos
conozcan la gestión del Gobierno municipal”**

Datos organizativos:

Fecha: Viernes, 16 de febrero de 2024

Lugar: OMAU (Camino de la Desviación, s/n (frente al Parque del Morlaco)

Hora: 17:00 a 20:00h

Dirigido a: concejales, coordinadores generales, directores generales, gerentes y asesores

Orden de la jornada

17.00h	Bienvenida del alcalde, Francisco de la Torre.
17.05h.	Ponencia: “Claves de la información municipal y esbozo del plan de comunicación del Ayuntamiento para el mandato 2023/27”. Coordinador General de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga, Jesús Espino.
18.05h.	Pausa-café.
18.35h.	Ponencia: “Gestionar comunicando”. Eduardo G. Vega, consultor político, profesor de Comunicación Política, vicepresidente de Aleph.
19.35h.	Coloquio.
19.55h.	Conclusiones. Coordinador general de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga, Jesús Espino.
20.00h.	Cierre del alcalde, Francisco de la Torre.

1.2 FCM abril 2025

Estimados/as compañeros/as,

retomamos las sesiones del Foro de Coordinación Municipal (FCM).

En esta ocasión, el objetivo es ofrecer una sesión práctica en materia de **gestión de la comunicación institucional dirigida exclusivamente a concejales**. Seguiremos el siguiente orden:

17.00 h	Bienvenida y presentación “Plan de Comunicación del mandato 2023/2027. Grado de ejecución y principales hitos”. Coordinador general de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga, Jesús Espino González.
---------	--

17.30 h	Taller práctico de gestión de crisis. Coordinador general de Comunicación, Jesús Espino González, y directora general de Comunicación, María Fajardo Páez.
18.15 h	“Claves para evitar respuestas suicidas”. Directora general de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga, María Fajardo Páez.
18.45 h	Café
19.15 h	La importancia del audiovisual en la comunicación institucional. Asesora de Alcaldía para el Área de Comunicación (responsable audiovisual), Amparo García Aguilera.
19.45 h	Conclusiones. Coordinador general de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga, Jesús Espino González.
20.00 h	Fin de la jornada

Rogamos confirmación de asistencia.
Saludos cordiales,

Manuel Jiménez
Coordinador General Gerente del Ayuntamiento de Málaga

2. Composición del equipo de Gobierno (Grupo Municipal Popular)

<https://www.malaga.eu/el-ayuntamiento/el-pleno/funciones-y-composicion/>

3. Ficha responsable del Coordinador General de Comunicación

<https://www.malaga.eu/el-ayuntamiento/organizacion-municipal/personal-directivo/ficha-responsable/?idResponsable=51>

4. Ficha responsable de la Responsable Audiovisual (fotografía, edición gráfica y vídeo)

<https://www.malaga.eu/el-ayuntamiento/organizacion-municipal/personal-directivo/ficha-responsable/?idResponsable=402>

5. Ficha responsable del Asesor del Área de Comunicación para proyectos multimedia (refuerzo)

<https://www.malaga.eu/el-ayuntamiento/organizacion-municipal/personal-directivo/ficha-responsable/?idResponsable=518>

6. Redes sociales del Ayuntamiento de Málaga

<https://www.malaga.eu/informacion-general/redes-sociales/>

7. Ejemplos de vídeos de servicio público en Instagram:

Juventud:

<https://www.instagram.com/reel/DH26OFaMOiG/?igsh=eDR1Y2VxZHI6a213>

Cultura:

<https://www.instagram.com/reel/DH0AoEQtR4z/?igsh=MTBxdTNxajM3eDNzOA==>

Deporte:

<https://www.instagram.com/reel/DHsYnHiMwYe/?igsh=MTBiaG4xbmJqbjd2dA==>

Medioambiente:

<https://www.instagram.com/reel/DG-CQJTN8ZN/?igsh=NWw1M2s3a3VqNjlj>

Participación:

<https://www.instagram.com/reel/DBt6Ss1IE0K/?igsh=MW1wMWFpczdmZGN5dg==>

Limpieza:

<https://www.instagram.com/reel/DF5zTThMxry/?igsh=MWw2Nnlwa3R6NG9vNQ==>

Seguridad:

https://www.instagram.com/reel/C_Axzp_IQT6/?igsh=MTduajhpdTR4NzFOYg==

Economía:

<https://www.instagram.com/reel/DHVXhSIMKi/?igsh=MTdydHM0aXNsDG1icw==>

Movilidad:

https://www.instagram.com/reel/DC_HyP-oWCP/?igsh=Znl4cnlwODg5NDJp

Innovación:

<https://www.instagram.com/reel/DDXnYDGNZz1/?igsh=ZTFrODVwd2lMZHM=>

Derechos sociales:

<https://www.instagram.com/reel/C-hnFyHosM7/?igsh=MXZkYTVhNzAzbzdwbw==>

8. Noticia completa sobre el registro de demandantes de VPO y el impacto de la estrategia audiovisual: https://www.malahoy.es/malaga/malaga-demandantes-vivienda-protegida-vpo_0_2002375052.html
9. Informe de vídeo (julio 2024)

Informe vídeos RRSS - 22 julio

22 de julio
18:30 horas

X

17 julio - 'Vídeo del tradicional embarque en el mar de la Virgen del @carmenelpalo...'

- Reproducciones: 7,6 mil
- Me gusta: 93
- Comentarios: 0
- Retuits: 13
- Citas: 0
- Guardado: 7 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 7.619 impresiones. Esta cifra supone 615 interacciones, 28 ampliaciones en el detalle y 23 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (3.600), de las que se contabilizan 3.934 reproducciones.

17 julio - 'Vídeo del encuentro en el Pabellón Deportivo Queipo de Llano...'

- Reproducciones: 1,4 mil
- Me gusta: 1
- Comentarios: 0
- Retuits: 1
- Citas: 0
- Guardado: 0

Este vídeo ha alcanzado un total de 1.496 impresiones. Esta cifra supone 55 interacciones, 16 ampliaciones en el detalle y 1 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (577), de las que se contabilizan 639 reproducciones.

19 julio - 'El Ayuntamiento y Lagoom Living han comenzado las obras...'

- Reproducciones: 15 mil
- Me gusta: 33
- Comentarios: 23
- Retuits: 6
- Citas: 8
- Guardado: 6 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 15.049 impresiones. Esta cifra supone 695 interacciones, 114 ampliaciones en el detalle y 22 visitas del perfil. Por otro lado, se



RED DE ENTIDADES LOCALES
POR LA TRANSPARENCIA Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Ciudad
de Málaga

han conseguido **cuatro seguidores nuevos**. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (5.443), de las que se contabilizan 6.288 reproducciones.

En cuanto a los comentarios, tanto las respuestas al tweet como los citados, se encuentran críticas hacia la zona cercana en la que se encuentran las viviendas, Los Asperones, y el hecho de que se haya cedido gratis esos terrenos, a lo que los tuiteros expresan que ganarán dinero a costa de los malagueños vendiendo y alquilando pisos. Esos dos temas son en su mayoría los comentarios, pero también hablan de la aislación térmica que tendrán los pisos, preguntan por precios y condiciones e, incluso, insultan al concejal.

21 julio - 'La red de Cápsulas de Estudio del Ayuntamiento...'

- Reproducciones: 1,3 mil
- Me gusta: 3
- Comentarios: 0
- Retuits: 1
- Citas: 0
- Guardado: 1 vez

Este vídeo ha alcanzado un total de 1.346 impresiones. Esta cifra supone 38 interacciones, 2 ampliaciones en el detalle y 4 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (388), de las que se contabilizan 420 reproducciones.

Observaciones: X es una red social en la que las personas sobre todo la usan para criticar, de ahí a que el vídeo de vivienda sea el único que tiene comentarios y el de las Cápsulas de Estudio, siendo también institucional, no, ya que no trata de un tema tan polémico. Por otro lado, el vídeo de la Virgen del Carmen, comparándolo con vídeos similares, considero que, a pesar de tener reproducciones e interacciones, podría tener más y creo que se debe a la hora de publicación (00:44), ya que cuando entra la noche y, más aún, de madrugada, no se presta atención a esas publicaciones y al día siguiente hay a personas a las que no les aparece.

Instagram

17 julio - 'Vídeo del tradicional embarque en el mar de la Virgen del @carmenelpalo...'

- Reproducciones: 57,6 mil
- Me gusta: 1.975
- Comentarios: 25
- Guardado: 108 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 35.554 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 41,1% seguidores y un 58,9% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. Por otro lado, se han conseguido **28 seguidores nuevos**. Otros datos significativos son las reproducciones iniciales (41.197), de las que se contabilizan cerca de 16.331 de repeticiones.

En cuanto a los comentarios, la mayoría son positivos, con alabanzas hacia la Virgen del Carmen y hacia el vídeo. Solo hay un comentario negativo en el que habla de fanatismo.

17 julio - 'Vídeo del encuentro en el Pabellón Deportivo Queipo de Llano...'

- Reproducciones: 8 mil
- Me gusta: 105
- Comentarios: 2
- Guardado: 6 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 5.313 cuentas alcanzadas. Respecto a ese total, el 61,8% son seguidores y el 38,2% pertenece a cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 5.795 reproducciones iniciales y 2.062 repeticiones. Esta publicación ha conseguido **ocho seguidores nuevos**.

Los comentarios son positivos, con emoticonos, y siendo probable que sean familiares de los niños.

19 julio - 'El Ayuntamiento y Lagoom Living han comenzado las obras...'

- Reproducciones: 26,1 mil
- Me gusta: 527
- Comentarios: 38
- Guardado: 67 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 16.407 cuentas alcanzadas. Respecto a ese total, el 94,1% son seguidores y el 5,9% pertenece a cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 17.491 reproducciones iniciales y 8.589 repeticiones. Esta publicación ha conseguido **18 seguidores nuevos**.

En cuanto a los comentarios, en su mayoría son negativos y parecidos a los de X: quejas ante la zona y las condiciones para acceder a las viviendas, preguntas sobre precios y líneas de autobús que llegan a esa zona, suposiciones de a qué personas se les va a adjudicar... Por otro lado, los pocos positivos hacen referencia a las quejas de los demás.

21 julio - 'La red de Cápsulas de Estudio del Ayuntamiento...'

- Reproducciones: 16,6 mil



RED DE ENTIDADES LOCALES
POR LA TRANSPARENCIA Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Ciudad
de Málaga

- Me gusta: 482
- Comentarios: 11
- Guardado: 80 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 11.185 cuentas alcanzadas. Respecto a ese total, el 77,1% son seguidores y el 22,1% pertenece a cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 11.795 reproducciones iniciales y 4.847 repeticiones. Esta publicación ha conseguido **seis seguidores nuevos**.

La mayoría son positivos, excepto 3/11, de los que solo uno hace referencia al vídeo en sí, indicando que el sábado la Cápsula de Estudio de la Estación estaba cerrada a las 12 de la noche.

Observaciones: Se puede ver cómo los vídeo más llamativos como el de la Virgen del Carmen supone que más personas que no siguen la cuenta lleguen a ese vídeo, así como que se generen muchos más nuevos seguidores. Cabe decir, que pese a que los vídeos más institucionales tienen un carácter menos agradable frente a los de ocio, un vídeo como el del recibimiento al equipo de fútbol sala considero que ha tenido menos repercusión puesto que quizá solo interesa al círculo más directo del club y los niños.

Facebook

17 julio - 'Vídeo del tradicional embarque en el mar de la Virgen del @carmenelpalo...'

- Reproducciones: 2.609
- Me gusta: 109
- Comentarios: 10
- Compartido: 32 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 1.953 cuentas alcanzadas. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 2.301 reproducciones iniciales y 309 repeticiones. En cuanto a los comentarios, hay algunos que critican que se muestren actos religiosos y críticas hacia el alcalde.

17 julio - 'Vídeo del encuentro en el Pabellón Deportivo Queipo de Llano...'

- Reproducciones: 652
- Me gusta: 5
- Comentarios: 0

Esta publicación ha supuesto un total de 699 cuentas alcanzadas. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 624 reproducciones iniciales y 28 repeticiones.

19 julio - 'El Ayuntamiento y Lagoom Living han comenzado las obras...'

- Reproducciones: 533
- Me gusta: 5
- Comentarios: 0
- Compartido: 1 vez

Esta publicación ha supuesto un total de 445 cuentas alcanzadas. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 450 reproducciones iniciales y 83 repeticiones.

21 julio - 'La red de Cápsulas de Estudio del Ayuntamiento...'

- Reproducciones: 450
- Me gusta: 6
- Comentarios: 0
- Compartido: 2 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 425 cuentas alcanzadas. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 398 reproducciones iniciales y 52 repeticiones.

Observaciones: En esta red social se observa una menor interacción en comparación con otras redes sociales. El que más destaca es el Vídeo de la Virgen del Carmen, el cual se ha compartido gran cantidad de veces y tiene muchas más interacciones y visualizaciones que el resto.

TikTok

17 julio - 'Vídeo del tradicional embarque en el mar de la Virgen del @carmenelpalo...'

- Reproducciones: 43,8 mil
- Me gusta: 2.627
- Comentarios: 31
- Guardado: 148 veces
- Compartido: 336 veces

En esta publicación los comentarios corresponden a alabanzas a la Virgen del Carmen.

17 julio - 'Vídeo del encuentro en el Pabellón Deportivo Queipo de Llano...'

- Reproducciones: 858
- Me gusta: 26
- Comentarios: 2
- Guardado: 0
- Compartido: 0

Los dos comentarios de esta publicación son críticas hacia los sueldos en España y la vivienda, nada que tenga relación con el vídeo.

19 julio - 'El Ayuntamiento y Lagoon Living han comenzado las obras...'

- Reproducciones: 84,3 mil
- Me gusta: 931
- Comentarios: 100
- Compartido: 850 veces
- Guardado: 207 veces

Esta publicación tiene un total de 100 comentarios y la mayoría son críticas: quejas sobre la zona en la que se ubican, personas que alegan llevar 20 años inscritos sin haberlos llamado, otras que consideran que los pisos ya están adjudicado a marroquíes...

21 julio - 'La red de Cápsulas de Estudio del Ayuntamiento..."

- Reproducciones: 2.167
- Me gusta: 63
- Comentarios: 1
- Compartido: 14 veces
- Guardado: 15 veces

El único comentario propone una Cápsula de Estudio en el barrio de Ciudad Jardín.

Observaciones: Se puede ver cómo los vídeos de ocio o con más polémica son los que más resultados tienen, como son el de la Virgen del Carmen y el de vivienda. El recibimiento del equipo de fútbol sala vuelve a destacar en esta red social con números muy bajos.

[Linkedin](#)

17 julio - 'Vídeo del encuentro en el Pabellón Deportivo Queipo de Llano...'

- Reproducciones: 368
- Reacciones: 7
- Compartido: 1 vez

Esta publicación ha supuesto un total de 350 espectadores. En cuanto a las reproducciones, destacan 715 impresiones, de las que 567 son impresiones únicas.

19 julio - 'El Ayuntamiento y Lagoon Living han comenzado las obras...'

- Reproducciones: 2.923
- Reacciones: 60
- Comentarios: 1
- Compartido: 9 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 2.662 espectadores. En cuanto a las reproducciones, destacan 5.380 impresiones, de las que 3.714 son impresiones únicas. El único comentario de la publicación es una crítica haciendo referencia a los años que lleva esperando para que le adjudiquen una vivienda.

21 julio - 'La red de Cápsulas de Estudio del Ayuntamiento..."

- Reproducciones: 1.952
- Reacciones: 46
- Comentarios: 2
- Compartido: 4 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 1.816 espectadores. En cuanto a las reproducciones, destacan 3.855 impresiones, de las que 2.655 son impresiones únicas. Los dos comentarios que hay son positivos, alabando la buena iniciativa de las Cápsulas de Estudio.

Observaciones: Tras analizar el contenido publicado en la semana del 17 al 21 de julio, se coincide con la semana anterior que lo que genera un mejor resultado en cuanto a reproducciones e interacciones son aquellos vídeos relacionados con el ocio, mientras que aquellos que generan polémica actual como es el caso del vídeo de la vivienda, contienen un gran número de comentarios, lo cual no aparece en el resto de vídeos. También cabe destacar que el vídeo del recibimiento al club de fútbol sala tiene muy pocas interacciones de ningún tipo, ya que se trata algo más concreto, específico para un grupo de personas o un colectivo.

10. Informe de vídeo (marzo 2025)

Informe vídeos RRSS - 10 marzo

17 de marzo
16:05 horas

Ya es oficial: 'San Diego Comic-Con Málaga' se celebrará en nuestra ciudad del 25 al 28 de septiembre. Málaga será el epicentro de la cultura pop en Europa.
#cómic #culturapop #videojuegos #geek #cine #series. (10 marzo)

X | 13:38h

- Reproducciones: 29.352
- Me gusta: 674
- Comentarios: 19
- Retuits: 167
- Citas: 42
- Guardado: 53

Este vídeo ha alcanzado un total de 88.849 impresiones. Esta cifra supone 2.564 interacciones, 920 ampliaciones en el detalle y 168 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (24.492), de las que se contabilizan 29.352 reproducciones. Se han conseguido **4 nuevos seguidores**. Las respuestas al tweet son críticas sobre el turismo y la movilidad. Sin embargo, la mayoría de los citados son comentarios positivos sobre la iniciativa.

Instagram | 13:39h

- Reproducciones: 195.649
- Me gusta: 8,2 mil
- Comentarios: 366
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 605 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 146.114 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 26,8% seguidores y un 73,2% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 195.649. Por otro lado, se han conseguido **282 seguidores nuevos**. La mayoría de los comentarios son positivos, a excepción de críticas de algunos usuarios sobre la vivienda y el turismo.

Facebook | 13:40h

- Reproducciones: 2.081
- Me gusta: 101
- Comentarios: 19
- Compartido: 23 veces
- Guardado: 2 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 1.388 cuentas alcanzadas, siendo el 70% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 30% no seguidores. Los comentarios se diferencian en: spam, cuestiones de los usuarios sobre el precio de la entrada, críticas sobre la seguridad de la ciudad y comentarios positivos acerca de la iniciativa.

TikTok | 13:41h

- Reproducciones: 102.369
- Me gusta: 7.031
- Comentarios: 228
- Compartido: 2.489 veces
- Guardado: 681 veces

El vídeo ha alcanzado un total de 102.369 visualizaciones y se han conseguido **232 seguidores nuevos**. En esta red social, la mayoría de los comentarios son negativos sobre el turismo y la vivienda.

Linkedin | 13:42h

- Reproducciones: 3.160
- Reacciones: 111
- Comentarios: 3
- Compartido: 13 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 3.597 impresiones y 2.512 miembros alcanzados. Los comentarios coinciden en que esta iniciativa se trata de un “logro” para la ciudad.

Observaciones: La publicación ha tenido más repercusión en Instagram (195.649 reproducciones), en cuanto a visualizaciones, seguido de TikTok (102.369). En todos los canales analizados destaca la crítica a la vivienda y el turismo. Por otro lado, se registran bastantes comentarios positivos y sugerencias de los usuarios sobre el coste de la entrada. En otro orden de cosas, es reseñable la cifra de nuevos seguidores alcanzados en TikTok (232).

El Ayuntamiento ofrece ventajas e infraestructuras para los coches eléctricos: bonificaciones fiscales, red de recarga en la calle y 40 puntos en aparcamientos municipales. Informa la concejala de Innovación, Alicia Izquierdo. #CocheEléctrico #movilidadsostenible. (11 marzo)

X | 7:55h

- Reproducciones: 468
- Me gusta: 2
- Comentarios: 0
- Retuits: 0
- Citas: 0
- Guardado: 0

Este vídeo ha alcanzado un total de 1.201 impresiones. Esta cifra supone 17 interacciones, 0 ampliaciones en el detalle y 1 visita del perfil. Otros datos

significativos son las reproducciones únicas (404), de las que se contabilizan 468 reproducciones. No se ha conseguido ningún seguidor.

Instagram | 7:56h

- Reproducciones: 8.201
- Me gusta: 109
- Comentarios: 11
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 3 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 5.649 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 72,6% seguidores y un 27,4% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 8.201. Por otro lado, se ha conseguido **2 seguidores nuevos**. Los usuarios señalan en comentarios que faltan más ventajas a destacar. Por otro lado, califican la temática del vídeo como “engaño” y critican otros temas como la vivienda.

Facebook | 7:57h

- Reproducciones: 313
- Me gusta: 1
- Comentarios: 0
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 0 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 300 cuentas alcanzadas, siendo el 78% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 22% no seguidores.

TikTok | 7:58h

- Reproducciones: 1.721
- Me gusta: 55
- Comentarios: 9
- Compartido: 3 veces
- Guardado: 2 veces

El vídeo ha alcanzado un total de 1.721 visualizaciones y se han conseguido seguidores nuevos. Los usuarios reclaman más cargadores para este tipo de vehículos en los barrios. Por otra parte, otros comentarios califican el contenido de “vergonzoso”.

Linkedin | 7:59h

- Reproducciones: 2.428

- Reacciones: 128
- Comentarios: 6
- Compartido: 3 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 4.714 impresiones y 3.192 miembros alcanzados. Los comentarios son positivos.

Observaciones: Esta publicación ha tenido más repercusión en Instagram (8.201 visualizaciones), seguido de Tiktok (1.721). Esta publicación destaca por el sentimiento generado en los usuarios, ya que consigue lo contrario a lo que se pretendía transmitir. El vídeo aborda las ventajas de tener un coche eléctrico y la mayoría de los usuarios reciben este contenido con rechazo al calificarlo de “engañoso”, como se ha analizado anteriormente.

Los nacidos, empadronados o estudiantes de Málaga capital pueden desplazarse en bus por 14 euros al mes hasta el próximo 30 de junio. Consulta en emtmalaga.es cómo obtenerla. Lo cuenta la concejala de @movilidadmlg, Trinidad Hernández. #movilidadesostenible. (11 marzo)

X | 19:55h

- Reproducciones: 1.701
- Me gusta: 10
- Comentarios: 0
- Retuits: 3
- Citas: 0
- Guardado: 4 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 4.546 impresiones. Esta cifra supone 147 interacciones, 53 ampliación en el detalle y 1 visita del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (1.500), de las que se contabilizan 1.701 reproducciones. No se ha conseguido ningún nuevo seguidor.

Instagram | 19:56h

- Reproducciones: 23.325
- Me gusta: 424
- Comentarios: 10
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 78 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 15.294 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 70,9% seguidores y un 29,1% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se

destacan un total de 23.325. Por otro lado, se han conseguido **4 seguidores nuevos**. Los usuarios reclaman que esta ayuda debe ser gratuita para los jóvenes.

Facebook | 19:57h

- Reproducciones: 2.488
- Me gusta: 24
- Comentarios: 1
- Compartido: 7 veces
- Guardado: 1 vez

Esta publicación ha supuesto un total de 1.933 cuentas alcanzadas, siendo el 89% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 11% no seguidores.

TikTok | 19:58h

- Reproducciones: 22.665
- Me gusta: 531
- Comentarios: 10
- Compartido: 290 veces
- Guardado: 146 veces

El vídeo ha alcanzado un total 22.665 visualizaciones y se han conseguido **7 seguidores nuevos**. La mayoría de los comentarios corresponden a spam.

Linkedin | 19:59h

- Reproducciones: 1.723
- Reacciones: 33
- Comentarios: 0
- Compartido: 4 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 3.343 impresiones y 2.363 miembros alcanzados.

Observaciones: La publicación ha tenido más repercusión en Instagram (23.325 reproducciones), seguido de Tiktok (22.665). En otro orden de cosas, los comentarios sugieren que este beneficio adquiera carácter gratuito. También, se registra spam, pero en menor medida en comparación a otras semanas analizadas.

El Ayuntamiento cuenta con un plan estratégico de subvenciones 2025 que prevé conceder más de 43 millones de euros. Se destina a acciones sociales, fomento del empleo, alquiler de vivienda y actividades deportivas y culturales, entre otras.
#subvenciones #ayudas. (13 marzo)

X | 7:55h

- Reproducciones: 371
- Me gusta: 2
- Comentarios: 0
- Retuits: 2
- Citas: 0
- Guardado: 0 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 1.019 impresiones. Esta cifra supone 14 interacciones, 1 ampliación en el detalle y 3 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (352), de las que se contabilizan 371 reproducciones. No se han conseguido nuevos seguidores.

Instagram | 7:56h

- Reproducciones: 29.837
- Me gusta: 752
- Comentarios: 34
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 167 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 19.673 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 68,1% seguidores y un 31,9% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 29.837. Por otro lado, se han conseguido **60 seguidores nuevos**. Los usuarios en su mayoría coinciden que las ayudas “llegan tarde”. Por otro lado, destacan cuestiones de los usuarios sobre otro tipo de ayudas como ‘Málaga Conduce’.

Facebook | 7:57h

- Reproducciones: 882
- Me gusta: 13
- Comentarios: 3
- Compartido: 2 veces
- Guardado: 0 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 858 cuentas alcanzadas, siendo el 90% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 10% no seguidores. Los comentarios son diversos ya que un usuario señala “basta de corrupción”, otro celebra la gestión del PP en Málaga y por último, reclama la resolución de “su caso” (adjunta imagen de una acera de la ciudad en mal estado, sin ampliar más detalles).

TikTok | 7:58h

- Reproducciones: 15.120
- Me gusta: 396
- Comentarios: 34
- Compartido: 167 veces
- Guardado: 92 veces

El vídeo ha alcanzado un total de 15.120 visualizaciones y se han conseguido **39 seguidores nuevos**. En este canal, los usuarios muestran un sentimiento negativo en el que califican al Ayuntamiento de “basura”. Por otro lado, se registran otro tipo de quejas como la subida en el precio del billete de la EMT.

Linkedin | 7:59h

- Reproducciones: 892
- Reacciones: 22
- Comentarios: 1
- Compartido: 4 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 1.669 impresiones y 1.217 miembros alcanzados. El único comentario que se registra es positivo.

Observaciones: Esta publicación ha tenido más repercusión en Instagram (29.837 visualizaciones), seguido de TikTok (15.120 visualizaciones) y X (371). Otro dato a destacar son los nuevos seguidores conseguidos en Instagram (60), superando a TikTok (39). Este último dato es reseñable ya que normalmente, gran parte de los nuevos seguidores se consiguen por TikTok, a excepción de esta publicación. En rasgos generales, los usuarios realizan reclamaciones sobre otro tipo de medidas (como la subida de precio en el billete de la EMT) y la subvención MálagaConduce. Con todo ello, el sentimiento que prevalece es negativo.

Hoy comienza el @festivalmalaga. La alfombra roja se vuelve a desplegar en la ciudad para ver y disfrutar del mejor cine en español hasta el próximo 23 de marzo. @salvareinachuki da la bienvenida al festival. #festivaldecine #cultura #malaga. (14 marzo)

X | 7:55h

- Reproducciones: 1.419
- Me gusta: 20
- Comentarios: 2
- Retuits: 12
- Citas: 0
- Guardado: 1 vez

Este vídeo ha alcanzado un total de 3.283 impresiones. Esta cifra supone 80 interacciones, 12 ampliaciones en el detalle y 13 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (1.287), de las que se contabilizan 1.419 reproducciones. No se ha conseguido ningún seguidor.

Instagram | 7:56h

- Reproducciones: 58.740
- Me gusta: 2,7 mil
- Comentarios: 36
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 45 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 36.139 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 44,4% seguidores y un 55,6% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 58.740. Por otro lado, se han conseguido **31 seguidores nuevos**. Los comentarios son positivos.

Facebook | 7:57h

- Reproducciones: 1.601
- Me gusta: 44
- Comentarios: 0
- Compartido: 9 veces
- Guardado: 0 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 1.367 cuentas alcanzadas, siendo el 79% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 21% no seguidores.

TikTok | 7:58h

- Reproducciones: 12.771
- Me gusta: 524
- Comentarios: 16
- Compartido: 38 veces
- Guardado: 19 veces

El vídeo ha alcanzado un total de 12.771 visualizaciones y se han conseguido **13 seguidores nuevos**. Los comentarios son positivos aunque se registra una oleada de comentarios, que corresponden a spam, en los que piden la dimisión de Pedro Sánchez.

Linkedin | 7:59h

- Reproducciones: 1.407
- Reacciones: 80
- Comentarios: 2
- Compartido: 6 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 2.636 impresiones y 1.887 miembros alcanzados. Los comentarios son positivos.

Observaciones: La publicación ha obtenido más reproducciones en Instagram (58.740), seguido de TikTok (12.771) y X (1.419). En este caso, llama la atención los comentarios calificados como spam en los que piden “la dimisión de Sánchez”. Este hecho solo ocurre en Tiktok, la red social que acumula más reproducciones. En otro orden de cosas, el sentimiento en general es positivo.

Carmen Machi descubre su monolito en el Paseo Marítimo. El @festivalmalaga quiere rendir homenaje a la impecable trayectoria de Machi como intérprete de cine, televisión y teatro. #festivaldecine #cultura #málaga. (15 marzo)

X | 15:41h

- Reproducciones: 23.391
- Me gusta: 486
- Comentarios: 14
- Retuits: 40
- Citas: 9
- Guardado: 11 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 1.058 impresiones. Esta cifra supone 1.058 interacciones, 105 ampliaciones en el detalle y 52 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (21.595), de las que se contabilizan

23.391 reproducciones. Los comentarios en rasgos generales son positivos, aunque critican que el monolito no sea sobre un actor/actriz malagueño/a.

Instagram | 15:42h

- Reproducciones: 71.499
- Me gusta: 3,3 mil
- Comentarios: 71
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 50 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 41.061 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 40% seguidores y un 60% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 71.499. Los comentarios son positivos sobre el reconocimiento que otorga el festival a la actriz Carmen Machi.

Facebook | 15:43h

- Reproducciones: 178.221
- Me gusta: 4,5 mil
- Comentarios: 227
- Compartido: 195 veces
- Guardado: 9 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 150.013 cuentas alcanzadas, siendo el 7% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 93% no seguidores. En esta red social, la mayoría de los comentarios son negativos y critican que este reconocimiento lo reciba una actriz que no está vinculada con la ciudad de Málaga.

TikTok | 15:44h

- Reproducciones: 6.733
- Me gusta: 267
- Comentarios: 13
- Compartido: 18 veces
- Guardado: 9 veces

El vídeo ha alcanzado un total de 6.733 visualizaciones y se han conseguido **4 seguidores nuevos**. Los comentarios son positivos aunque también se registra un leve porcentaje de usuarios que critican que el monolito no esté dedicado a los actores/actrices malagueños.

Linkedin | 15:45h

- Reproducciones: 1.802
- Reacciones: 69
- Comentarios: 1
- Compartido: 2 veces

Esta publicación ha supuesto un total de 3.710 impresiones y 2.619 miembros alcanzados.

Observaciones: La publicación ha tenido más visualizaciones en Facebook (178.221), seguido de Instagram (71.499) y TikTok (6.733). Este último dato es reseñable ya que Facebook no suele posicionarse entre los tres canales que acumulan más reproducciones. En cuanto a los comentarios, destaca el sentimiento de rechazo por parte de la audiencia a que una actriz madrileña sea quien reciba este reconocimiento por parte del festival. Sin embargo, otro gran porcentaje de usuarios celebran la iniciativa, felicitando a la propia actriz. En menor medida, destaca la crítica sobre la vivienda en Málaga, al ser un tema que se menciona en el citado vídeo.

Calle Larios acoge la exposición ‘180 segundos’ del fotógrafo Juan Naharro. La muestra está compuesta por 80 trabajos y se podrá ver hasta el 23 de marzo. #festivaldemálaga #cine #fotografía #arte #cultura #exposición. (15 marzo)

X | 18:03h

- Reproducciones: 1.583
- Me gusta: 35
- Comentarios: 1
- Retuits: 4
- Citas: 0
- Guardado: 0 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 3.671 impresiones. Esta cifra supone 58 interacciones, 0 ampliaciones en el detalle y 5 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (1.464), de las que se contabilizan 1.583 reproducciones. No se ha conseguido ningún seguidor. Solo se registra un comentario en el que cuestiona que las fotografías lleguen a buen estado al final del festival, debido a los actos vandálicos sucedidos en otras ocasiones.

Instagram | 18:00h

- Reproducciones: 44.961
- Me gusta: 1,3 mil
- Comentarios: 22
- Compartido: 0 veces



RED DE ENTIDADES LOCALES
POR LA TRANSPARENCIA Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Ciudad
de Málaga

- Guardado: 39 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 28.402 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 33,6% seguidores y un 66,4% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 44.961. En los comentarios, los usuarios felicitan al fotógrafo con motivo de la exposición.

Facebook | 18:01h

- Reproducciones: 4.335
- Me gusta: 80
- Comentarios: 6
- Compartido: 13 veces
- Guardado: 1 vez

Esta publicación ha supuesto un total de 3.636 cuentas alcanzadas, siendo el 69% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 31% no seguidores. Los comentarios son positivos.

TikTok | 18:02h

- Reproducciones: 2.834
- Me gusta: 138
- Comentarios: 3
- Compartido: 11 veces
- Guardado: 4 veces

El vídeo ha alcanzado un total de 2.834 visualizaciones y se ha conseguido **1 seguidor nuevo**. Los comentarios son positivos.

Linkedin | 18:04h

- Reproducciones: 559
- Reacciones: 24
- Comentarios: 0
- Compartido: 1 vez

Esta publicación ha supuesto un total de 1.183 impresiones y 862 miembros alcanzados.

Observaciones: La publicación ha tenido más repercusión en Instagram (44.961 reproducciones), sobre todo, seguida de Tiktok y X. El sentimiento que genera esta publicación en los usuarios es positivo.

El club de lectura The Readers Diaries se reúne en La Caja Blanca de @MalagaJuventud donde se organizan actividades relacionadas con la lectura. #Málaga #lectura #libros #jóvenes. (16 marzo)

X | 7:55h

- Reproducciones: 1.301
- Me gusta: 5
- Comentarios: 0
- Retuits: 4
- Citas: 0
- Guardado: 2 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 3.230 impresiones. Esta cifra supone 32 interacciones, 8 ampliaciones en el detalle y 0 visitas del perfil. Otros datos significativos son las reproducciones únicas (1.202), de las que se contabilizan 1.301 reproducciones. No se ha conseguido ningún seguidor.

Instagram | 7:56h

- Reproducciones: 30.723
- Me gusta: 748
- Comentarios: 17
- Compartido: 0 veces
- Guardado: 53 veces

Este vídeo ha alcanzado un total de 20.072 cuentas. Esta cifra significa que ha sido visto por un total de 52,2% seguidores y un 47,8% de cuentas que no siguen el perfil de @ayuntamientodemalaga. En cuanto a las reproducciones, se destacan un total de 30.723. Los comentarios son positivos, aunque se aprecia una crítica sobre la retirada del parque en la plaza de las Cofradías.

Facebook | 7:57h

- Reproducciones: 1.942
- Me gusta: 19
- Comentarios: 0
- Compartido: 3 veces
- Guardado: 1 vez

Esta publicación ha supuesto un total de 1.833 cuentas alcanzadas, siendo el 64% seguidores de la cuenta del Ayuntamiento y un 36% no seguidores.

TikTok | 7:59h

- Reproducciones: 6.513

- Me gusta: 141
- Comentarios: 2
- Compartido: 69 veces
- Guardado: 6 veces

El vídeo ha alcanzado un total de 6.513 visualizaciones y se han conseguido **6 seguidores nuevos**. Los comentarios son positivos, aunque critican que esté acotado por edades.

Linkedin | 8:00h

- Reproducciones: 809
- Reacciones: 22
- Comentarios: 0
- Compartido: 1 vez

Esta publicación ha supuesto un total de 1.536 impresiones y 1.156 miembros alcanzados.

Observaciones: La publicación ha tenido más repercusión en Instagram (30.723 reproducciones), seguido de TikTok (6.513). La colaboración con el Área de Juventud ha favorecido el volumen de visualizaciones, aunque en TikTok se aprecian más comentarios, lo que destaca la fuerza de interacción que posee la citada red social.

Observaciones generales: Esta semana se han conseguido más nuevos seguidores en Instagram (**319**), seguido de TikTok (**302**) y X (**4**), destacando que, en el caso de Instagram, casi el 90% de estos seguidores se han conseguido en el vídeo de la '**San Diego Comic-Con Málaga**'.

Otro de los vídeos en el que ambas redes sociales han conseguido un alto número de seguidores ha sido en el del plan estratégico de subvenciones, que en el caso de TikTok ha conseguido 60 nuevos seguidores. Sin embargo, predominaba el sentimiento negativo.

Con respecto a las emociones de los seguidores, destacan las críticas a la vivienda y el turismo, en el vídeo de la Comic-Con Málaga. También, tenemos que mencionar el citado vídeo anteriormente realizado por el concejal de Economía, Carlos Conde.

En rasgos generales, los vídeos destacan más en Instagram, seguido de TikTok y X. En este sentido, Facebook y Linkedin son las redes sociales que registran



RED DE ENTIDADES LOCALES
POR LA TRANSPARENCIA Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Ciudad
de Málaga

menos interacción, y en el caso del último canal mencionado, se genera un sentimiento más positivo en la audiencia.

11. Facturación de la empresa subcontratada en diciembre de 2024
(siguiente página)

SERVICIO DE FOTOGRAFÍAS Y VÍDEOS PARA LA COBERTURA GRÁFICA DE LOS ACTOS INSTITUCIONALES Y DE APOYO AL ÁREA DE COMUNICACIÓN DEL EXMO.

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

PERIODO DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024

TIPO	FECHA	SERVICIO	TEMA	OBSERVA.	FACTURACIÓN SIN IVA
A	01-dic	FOTO	10.00h: Calle Domingo de Orueta, Carril de la Cordobesa, 16, 29002 Málaga, salida gruistas h		38,02 €
A	01-dic	FOTO	15.30h: En el Real Guadalhorce Club de Golf, asistencia al acto de entrega de premios del An		38,02 €
A	01-dic	FOTO	19.00h: En la calle Molina Larios, inauguración del video mapping de Navidad. Junto al equip		38,02 €
F	01-dic	VIDEO	18.30h: En calle Molina Larios, grabación de video, Teresa.		59,50 €
D	02-dic	FOTO	12.00h: En el Ayuntamiento, minuto de silencio.		13,22 €
A1	02-dic	FOTO	9.15h: En la calle Roma, presentación de los nuevos vehículos policiales. Junto al equipo de S		
A1	02-dic	FOTO	11.00h: En el Ayuntamiento, en el Salón de los Espejos, celebración del Día Internacional del		
A1	02-dic	FOTO	11.30h: MUPAM. NAVIDAD DISTRITO ESTE, CARLOS CONDE.		
A1	02-dic	FOTO	12.00h: MUPAM. GENERACIÓN FP 5ª EDICIÓN, ALICIA Y MPAZ.		
A1	02-dic	FOTO	13.00h: Inauguración del Paseo periodista Rafael de Loma - Bulevar Adolfo Suárez, 65. (Alcal		
A1	02-dic	FOTO	19.00h: En la avenida del Editor Ángel Cafarena, en La Caja Blanca, asistencia a la gala de ent		
A1	02-dic	FOTO	20.30h: En el Museo del Automóvil, asistencia a la XX edición de los Premios "Malagueños de	DOBLE	
D	03-dic	FOTO	12.00h: En el Ayuntamiento, minuto de silencio.		13,22 €
D	03-dic	FOTO	9.00h: Área de Sostenibilidad (segunda planta). Convenio UICN (Penélope).		13,22 €
A1	03-dic	FOTO	9.30h: En el Gran Hotel Miramar, inauguración del desayuno de trabajo Silver Economy "Vec		
A1	03-dic	FOTO	10.00h: Polo Digital. ENTREGA PREMIO VIDEOJUEGO MÁLAGACREA, MERCEDES.		
A1	03-dic	FOTO	10.30h: FYCMA. APERTURA DE LEADING GIRLS - FERIA DE FYCMA - ALICIA.		
A1	03-dic	FOTO	10.45h: En el Ayuntamiento de Málaga, en el Salón de los Espejos, rueda de prensa con moti		
A1	03-dic	FOTO	11.00h: MUPAM. Rueda accesibilidad EMT (Trini y Cantos).		
A1	03-dic	FOTO	11.30h: En el Hotel AC Málaga Palacio, presentación del Séptimo Barómetro del clima de neg		
A1	03-dic	FOTO	11.30h: Universidad Internacional de Andalucía - Sede Tecnológica de Málaga, Avenida Man		
A1	03-dic	FOTO	12.05h: MUPAM. Programa Navidad. Teresa.		
A1	03-dic	FOTO	18.30h: En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, entrega de la concesión de la	DOBLE	
A	03-dic	FOTO	17.30h: En el Teatro Cervantes, saludo a los asistentes a la clausura de la Muestra de Tallere		38,02 €
A1	04-dic	FOTO	10.00h: MUPAM. PROGRAMA AQUILEO, MPAZ.		
A1	04-dic	FOTO	10.30h: MUPAM. NAVIDAD CAMPANILLAS, MAR.		
A1	04-dic	FOTO	11.00h: MUPAM. Presentación Calendario Botánico (Penélope)		
A1	04-dic	FOTO	11.00h: Estación metro Atarazanas. Discapacidad y transporte público (Cantos).		
A1	04-dic	FOTO	11.30h: En la Alameda de Colón, homenaje a Manuel José García Caparrós (Alcalde).		
A1	04-dic	FOTO	12.00h: En el Paseo del Parque, inauguración de la "Gran Feria Sabor a Málaga". Junto al pre		
A1	04-dic	FOTO	13.00h: Mercamálaga. Reparto conservas Ubago (Cantos).		
A1	04-dic	FOTO	13.00h: En el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma), clausura de Leadingirls y entr		
A1	04-dic	FOTO	16.30h: Presentación de la Campaña de Educación "Málaga te hace grande". Junto al equipo		
A1	04-dic	FOTO	18.00h: En el Ayuntamiento de Málaga, inauguración del Belén Municipal. Junto al equipo de		
A	04-dic	FOTO	18.15h: En el Teatro Cervantes, asistencia a la XX Gala de los Premios Málaga Voluntaria 202		38,02 €
A	04-dic	FOTO	18.30h: Salón de los Espejos. ALCER Málaga entrega los IV Reconocimientos "Embajadores c		38,02 €
A	04-dic	FOTO	19.20h: En el Ayuntamiento, en el Salón de los Espejos, asistencia a la entrega de distincione		38,02 €
F	04-dic	VIDEO	10.30h: Gestrisam. GRABACIÓN DE VÍDEO - CARLOS CONDE.		
F	04-dic	VIDEO	11.45h: Teatro Cervantes. VÍDEO PREMIOS MÁLAGA VOLUNTARIA, MAR.		
F	04-dic	VIDEO	12.30h: Ayuntamiento. Vídeo Belén. Teresa.		
F	05-dic	VIDEO	10.30 h: Grabación vídeo ayudas a locales comerciales. Pendiente de concretar ubicación (El		59,50 €
F	05-dic	VIDEO	11.30 h: Grabación vídeo rehabilitación de viviendas. Calle Cañizares, 17 (Pomares)		59,50 €
A	05-dic	FOTO	10.30h: Encuentro Málaga en Femenino. Jardín Botánico (Cantos).		38,02 €
A	05-dic	FOTO	11.30 h: RP Navidad en el Centro. Mupam (Cantos) -		38,02 €
F	06-dic	VIDEO	12.00h: En la Plaza de la Constitución, acto de celebración del Día de la Constitución Español	2 VÍDEOS	119,00 €
A	06-dic	FOTO	12.00h: En la Plaza de la Constitución, acto de celebración del Día de la Constitución Español		38,02 €
A	06-dic	FOTO	19.30h: En calle Alcazabilla, en el cine Albéniz, asistencia al estreno de la película "Sáhara fin	SUSPENDIDA ALLÍ	38,02 €
A	07-dic	FOTO	11.00h: En calle Alcazabilla, inauguración de la celebración con motivo del Día Internacional		38,02 €
A	10-dic	FOTO	11.00h: En el Mupam, rueda de prensa de Paco Pomares.		
A	10-dic	FOTO	12.00h: En el Mupam, rueda de prensa de Teresa Porras.		
A	10-dic	FOTO	12.30h: En el Campus de El Ejido, en el Paraninfo, solemne acto académico de investidura de		
A	10-dic	FOTO	14.30h: En el Seminario Diocesano de Málaga, almuerzo con motivo de 'Las postales de Navi	DOBLE	
A	10-dic	FOTO	17.00h: En el Ayuntamiento de Málaga, en el Salón de los Espejos, encuentro con el embajad		
A	10-dic	FOTO	19.30h: En calle Atarazanas, asistencia al acto de nombramiento del cónsul honorario de Cor		
A	11-dic	FOTO	10.30h: MUPAM. RP CONVENIO CON ASOC. PROFESIONAL CON ASESORES FISCALES (CARLO		
A	11-dic	FOTO	11.30h: Asociación de Pensionistas y Jubilados Antonio Martelo Séneca, C. la Unión, 35, Carr		
A	11-dic	FOTO	12.00h: MUPAM. NAVIDAD PALMA-PALMILLA, POMARES.		
A	11-dic	FOTO	14.15h: En el edificio de Tabacalera, en el Salón de Actos del Museo Ruso, saludo en la claus		
F	11-dic	VIDEO	11.30h: La caja blanca. VÍDEO FIESTA JUVENTUD, MERCEDES.		59,50 €
A	12-dic	FOTO	10.00 h. Presentación festival EsenciaMLG en el Mupam (Mercedes)		
A	12-dic	FOTO	11.00 h. Actividades de Navidad del distrito Baileón-Miraflores, en el Mupam (María Paz)		
A	12-dic	FOTO	11.00 h. Talleres de cultura Palma-Palmilla, en Junta de Distrito Palma-Palmilla (Mariana y Pe		
A	12-dic	FOTO	11.30 h. Presentación Open de Ajedrez, en el Mupam (Borja)		
A	12-dic	FOTO	17.00 h. Mupis de dinamización comercial Expo Victoria 2024, en la Alameda de Capuchi	CAMBIO DE HORA	59,50 €
F	12-dic	VIDEO	13.30 h. Vídeo IMFE con María Paz, en Imfe Tabacalera		
A	13-dic	FOTO	9.20h: En el Ayuntamiento de Málaga, en el Salón de Plenos, pleno extraordinario para la ap		
A	13-dic	FOTO	11.45h: En el Museo del Patrimonio Municipal (Mupam), rueda de prensa con motivo de la c		
A	13-dic	FOTO	18.00h: En el Salón de los Espejos, asistencia al acto solemne de lectura del discurso de ingre		
A	13-dic	FOTO	19.45h: En la Plaza del Patrocinio, junto al cementerio de San Miguel, inauguración del encer		
A	13-dic	FOTO	20.30h: En el Teatro Echegaray, asistencia a la zambombá 'La flor de Málaga', de Encarni Nav		
A	13-dic	FOTO	12.30: terminal cruceros Borja	NO SE FACTURA. ENTREGA TARDE	0,00 €

A	14-dic	FOTO	11.00h: En la Avenida del Arroyo de los Ángeles, visita a la Casa Ronald McDonald (Alcalde).	-		
A	14-dic	FOTO	13.00h: En el Pasaje de los Almendrals, en la Casa Diocesana, visita y asistencia al acto de b	-		
A	14-dic	FOTO	13.30h: En el exterior del Centre Pompidou Málaga, foto oficial con los representantes del G	-		
A	14-dic	FOTO	14.00h: En Campanillas, en el Hotel Plaza del Castillo, asistencia al acto de celebración de Sa	-		
A	14-dic	FOTO	18.30h: En la Plaza Jerónimo Cuervo del Teatro Cervantes, asistencia al concierto de Navidad	-		
A	15-dic	FOTO	8.20h: En el Paseo del Parque, salida de la XIV Generali Maratón de Málaga. Junto al equipo	-	38,02 €	
A	15-dic	FOTO	11.00h: En el Teatro Cervantes, asistencia a la XXIV gala benéfica del Cuentacuentos, organiz	-	38,02 €	
A	15-dic	FOTO	19.00h: En el Jardín Botánico-Histórico La Concepción, visita al espectáculo de luces 'Ilusión:	-	38,02 €	
A	15-dic	FOTO	9.30h: Llegada del primer corredor de la media maratón (Alcalde). Claudia	-	0,00 €	
A	15-dic	FOTO	10.30h: Llegada del primer corredor de la maratón (Alcalde). Claudia	-	0,00 €	
A	16-dic	FOTO	10.15h: En el Salón de los Espejos, presentación del I Cuaderno 2024 'Málaga Metrópolis Glo	-		
A	16-dic	FOTO	11.00h: En el Mupam, presentación de la Fiesta Mayor de Verdiales. (Teresa)	-		
A	16-dic	FOTO	11.00h: En el Instituto Andaluz de Deporte, Avenida Santa Rosa de Lima nº5, rueda de prens	-		
A	16-dic	FOTO	18.00h: Junta directiva y asamblea del Foro para la Paz en el Mediterráneo (Alcalde)	-		
A	16-dic	FOTO	19.30h: En el Teatro Echegaray, asistencia al concierto benéfico celebrado con motivo del 50	-		
A1	17-dic	FOTO	9.30h: En el Ayuntamiento, en el Salón de los Espejos, despacho de trabajo con la consejera i	-		
A1	17-dic	FOTO	10.00h: La Caja Blanca. CLAUSURA PROGRAMA EDUCACIÓN NAVIDAD, MPAZ.	-		
A1	17-dic	FOTO	10.30h: Archivo Municipal. RdP. EXPOSICIONES (2) ARCHIVO MUNICIPAL. (Mariana).	-		
A1	17-dic	FOTO	11.00h: MUPAM. RdP Carrera San Silvestre-Palma Palmilla. (Borja).	-		
A1	17-dic	FOTO	11.30h: MUPAM. rp ciedes, informe, CARLOS.	-		
A1	17-dic	FOTO	12.00h: En el Hospital Materno Infantil de Málaga, en la planta de oncología, inauguración de	-		
A1	17-dic	FOTO	12.30h: Ultramarinos Benjamin, calle Strachan. Presentación experiencia piloto puerta a pue	-		
A1	17-dic	FOTO	13.00h: En el Teatro Echegaray, asistencia a la gala de entrega del 22º Premio Junior para em	-	DOBLE	
A	17-dic	FOTO	14.15h: En Sohrlin, saludo con motivo de la grabación del concierto de Navidad de la Orques	-		
E	17-dic	VIDEO	9.30h: En el Ayuntamiento, en el Salón de los Espejos, despacho de trabajo con la consejera i	-	55,37 €	
A	18-dic	FOTO	9.00h: En GSEC Málaga (Google), encuentro con miembros de la Fundación Instituto Ricardo	-		
A	18-dic	FOTO	10.30h: Aula formación Innovación en módulo 4 de Tabacalera, planta primera. Proyecto TEI	-		
A	18-dic	FOTO	13.00h: Rueda de prensa con motivo del fallo del XVIII Premio Málaga de Novela. Junto al eq	-		
A	18-dic	FOTO	13.30h: MUPAM. Fotografías Belén Mupam.	-		
A	18-dic	FOTO	19.00h: En el Salón de Plenos, asistencia al VI Torneo Municipal de Debate por la Igualdad en	-	DOBLE	
A	18-dic	FOTO	20.00h: En el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma), asistencia a la XXV edición de	-		
F	18-dic	VIDEO	11.00h: Calle Lazcano, tablao flamenco. VÍDEO MPAZ NETWORKING.	-	59,50 €	
A	19-dic	FOTO	9.30h: En el Ayuntamiento, pleno ordinario del mes de diciembre.	-		
A	19-dic	FOTO	14.30h: En el Salón de los Espejos, recepción a la prensa de Málaga con motivo de la Navidad	-		
A	19-dic	FOTO	18.00h: En Tabacalera, en el Polo Nacional de Contenidos Digitales, saludo a los participante	-		
A	19-dic	FOTO	19.30h: En la Escuela Superior de Artes Escénicas de Málaga (ESAEM), asistencia al concierto	-	DOBLE	
A	20-dic	FOTO	11.00h: En el Palacio de Deportes José María Carpeña, descubrimiento de la Estrella ;	-		
A	20-dic	FOTO	11.00horas: En el Poblado navideño de El Corte Inglés (avenida de Andalucía), presentación i	-		
A	20-dic	FOTO	11.30horas: En Mupam, rueda de prensa Junta de Gobierno Local (Elisa).	-		
A	20-dic	FOTO	12.15h: En el Ayuntamiento, en las escaleras interiores, asistencia al canto de villancicos de l	-		
A	20-dic	FOTO	13.00h: En el Corralón de Santa Sofía, asistencia a la iniciativa 'Una Navidad solidaria por las	-		
A	20-dic	FOTO	18.00h: Fotos iluminación distritos.	-		
A	20-dic	FOTO	20.30h: En el Teatro Cervantes, asistencia al concierto de Navidad de la Orquesta Filarmónica	-		
F	20-dic	VIDEO	10.15h: En el Ayuntamiento, grabación video Carlos Conde.	-	59,50 €	
F	20-dic	VIDEO	12.40h: Centro de Servicios Sociales Distrito Centro, calle Padre Jorge Lamothe, grabación de	-	59,50 €	
E	20-dic	VIDEO	12.15h: En el Ayuntamiento, en las escaleras interiores, asistencia al canto de villancicos de l	-	55,37 €	
E	20-dic	VIDEO	18.00h: Grabación de video iluminación distritos.	-	55,37 €	
A	21-dic	FOTO	14.30h: En la calle Emilio Diaz, en la Asociación de Vecinos de Ciudad Jardín (AVECIJA), asiste	-		
A	21-dic	FOTO	19.00h: En el Instituto Ben Gabirol, asistencia al XXXII concierto benéfico de Navidad de la ba	-		
A	22-dic	FOTO	19.00h: En el auditorio Egar de Neville de Diputación asistencia a la Primera edición Premios	-	DOBLE	76,04 €
A	23-dic	FOTO	9.30h: En el Ayuntamiento de Málaga, Junta Local de Seguridad. -	-		38,02 €
A	23-dic	FOTO	11.00h: En la calle Mesoneros Romanos, inauguración de las placas fotovoltaicas de los depó	-		38,02 €
A	23-dic	FOTO	19.30h: En la catedral de Málaga, asistencia al concierto extraordinario de Navidad de la Org	-		38,02 €
A	24-dic	FOTO	10.15h: En el Parque de Bomberos de Martiricos, inicio del recorrido por las instalaciones mu	-		38,02 €
A	24-dic	FOTO	13.15h: En el Albergue Municipal, visita a las instalaciones con motivo de la Navidad. Junto a	-		38,02 €
A	26-dic	FOTO	10.30h: En el Mupam, rueda de prensa Penélope.	-		38,02 €
A	26-dic	FOTO	11.00h: En la plaza Félix Sáez, recogida de juguetes Canal Málaga (Paco Cantos)	-		38,02 €
F	26-dic	VIDEO	9.30h: Grabación de video (Paco Cantos) II	-		
F	26-dic	VIDEO	9.30h: Grabación de video (CONDE) II	-		165,29 €
F	26-dic	VIDEO	11.00h: Grabación de videos (Carlos Conde)	-		
A	27-dic	FOTO	10.30h: En Fycma, entrega de credenciales de funcionarios al personal interino estabilizado.	-		
A	27-dic	FOTO	12.30h: En el Ayuntamiento, en el Salón de los Espejos, firma del convenio para la construcci	-		
A	27-dic	FOTO	18.15h: Grabación del mensaje con motivo del Año Nuevo (Alcalde).	-	DOBLE	
A	28-dic	FOTO	12.00h: En el parque Andrés Jiménez Díaz del Puerto de la Torre, Fiesta Mayor de Verdiales.	-	DOBLE	76,04 €
A	28-dic	FOTO	17.00h: Entrega de premios Fiesta de Verdiales	-		38,02 €
F	28-dic	VIDEO	12.30h: En el parque Andrés Jiménez Díaz, video de Teresa.	-		59,50 €
A	30-dic	FOTO	10.45 horas: Rueda de prensa de Trini. Parada de autobús frente al hotel Only You en la Alan	-		38,02 €
A	31-dic	FOTO	09.00h: En Palma-Palmilla, salida de la carrera San Silvestre.	-		38,02 €
A	31-dic	FOTO	9.45h: En el parque de Bomberos de Martiricos, inicio del recorrido por las instalaciones mu	-		38,02 €
A	31-dic	FOTO	10.20h: Visita al Centro Municipal de Emergencias. (Alcalde y Avelino)	-		38,02 €

Total **4.519,90 €**
Con IVA **5.469,08**

Relación de servicios audiovisuales para Ayuntamiento de Málaga ejecutado por Eden Comunicación Sl, CIF B92941871. Calle Barroso, 5 - 2º PLANTA, Malaga, 29001, Malaga.

CONFORME POR AYTO. DE MÁLAGA

CONFORME POR COONIC

IV EDICIÓN PREMIOS INNOVAGLOC

AYUNTAMIENTO DE
ALCOBENDAS: Estrategia de
Innovación GOVtech para la
Transformación Pública Digital

PREMIO A UNA DIRECCIÓN
GENERAL SECTORIAL

PREMIO INNOVAGLOC 2024

Estrategia de Innovación Govtech para la Transformación Digital Pública

Concejalía de Transformación Digital, Transparencia y Atención Ciudadana. Marzo 2025



Código Seguro De Verificación	XuDhvNK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	1/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvNK2Wl7uJ93URpByzA==		



Contenido

PREMIO INNOVAGLOC 2024	1
PRÓLOGO	3
0. INTRODUCCIÓN	3
1. PLANIFICACIÓN DE LA INNOVACIÓN	6
Objetivos de la Estrategia de Innovación Govtech	9
¿Por qué una estrategia Govtech en el Ayuntamiento de Alcobendas?.....	10
2. ESCUCHA, INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS.....	11
3. DESARROLLO	13
Reto 1: “Automatización Telefónica VoiceBot”	15
Reto 2: “Recopilación y análisis de la voz del ciudadano para tomar las mejores decisiones”	17
4. CONTROL, SEGUIMIENTO, MEDICIÓN	19
Reto 1: “Automatización Telefónica VoiceBot”	19
Reto 2: “Recopilación y análisis de la voz del ciudadano para tomar las mejores decisiones”	21
5. APRENDIZAJE PARA EL IMPULSO DE UN NUEVO CICLO	22
Reto 1: “Automatización Telefónica VoiceBot”	22
Reto 2: “Recopilación y análisis de la voz del ciudadano para tomar las mejores decisiones”	23

Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	2/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		
			

PRÓLOGO

A lo largo de los últimos años, la ciudad de **Alcobendas** ha dado continuas muestras de ser una **Ciudad Innovadora**. Como Administración Pública, tenemos una gran responsabilidad en esa apuesta por el desarrollo inteligente de nuestras ciudades y el impulso de la innovación para incrementar la calidad de vida de la ciudadanía.

El Ayuntamiento de Alcobendas trabaja en una cultura y en un **ecosistema de innovación abierta Govtech** con objeto de impulsar un cambio cultural interno, promoviendo una administración ágil, digital y orientada a la innovación y a los servicios públicos digitales.



En este contexto, Alcobendas pone en marcha una **Estrategia de Innovación Govtech para la Transformación Digital Pública**, liderada desde la Concejalía de Transformación Digital, Transparencia y Atención Ciudadana.

Las iniciativas que se exponen en la presente memoria avalan la actitud innovadora que mantiene nuestra institución y la excelente trayectoria en este ámbito.

0. INTRODUCCIÓN

La Administración Pública debe desarrollar estrategias de transformación digital e innovación para mejorar los servicios públicos. Una Administración ágil y eficiente es clave para crear una sociedad con mayor de calidad de vida. En este sentido, la innovación ha sido un elemento fundamental del Ayuntamiento de Alcobendas y así lo avalan los muchos hitos y proyectos innovadores de colaboración público-privada y reconocimientos recibidos.

Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	3/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		



HITOS Y PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN EL AYUNTAMIENTO DE ALCOBENDAS

Finalista Premio Innovación CNIS 2025 a la mejor iniciativa para la transformación cultural	Proyecto "Transforma 365. Gestión del Cambio y Transformación Cultural" (2025)
Premio Innovación CNIS 2022	El Congreso CNIS reconoce el plan de transformación e innovación municipal de Alcobendas como el mejor proyecto consolidado de innovación pública. (2022)
Arquetipos Customer Experience	Segmentación de los ciudadanos en siete arquetipos, con la finalidad de ofrecer servicios más personalizados y eficientes. En fase de implantación un Sistema de Voz del Ciudadano (VOC) para captar y analizar las opiniones y necesidades de los ciudadanos. (2024)
Plan de impulso a la innovación INNOVA ALCOBENDAS	Plan que establece la innovación como elemento fundamental del Ayuntamiento para el desarrollo socioeconómico del municipio. (2021)
Alcobendas Destino Turístico Inteligente (DTI)	Certificado que acredita a la ciudad como Destino Turístico Inteligente (DTI), gracias a lo cual ya forma parte de la Red DTI auspiciada por SEGITTUR, organismo dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020 y 2023)
Digital Innovation Hub	Centro de Innovación Digital en el que se prestan servicios para la transformación digital y para fortalecer el tejido empresarial de nuestra ciudad, aportando soluciones a los retos de las ciudades inteligentes y la movilidad sostenible. (2020)
Plan Director Alcobendas Ciudad Inteligente	Plan cuya misión principal es promover la innovación tecnológica en los servicios municipales que presta el Ayuntamiento para incrementar la calidad de vida de los vecinos de Alcobendas. (2019)
Compra Pública Innovadora (CPI)	A través de este procedimiento administrativo el Ayuntamiento pretende desarrollar nuevos mercados innovadores desde el lado de la demanda, esto es, a través de la contratación pública. (2021)
Geolocalización Cabalgata Reyes	Seguimiento geolocalizado de la posición real de la Cabalgata de Reyes (2023, 2024, 2025).
Modelo Predictivo Servicios Sociales	Aplicando una herramienta predictiva de necesidades de situaciones de vulnerabilidad e inequidad de la población, se obtienen modelos predictivos (Machine Learning) a partir de la agregación de datos demográficos, sociales y económicos (Big Data) (2023).
Despliegue de Red LTE (Long Term Evolution)	Se despliega, despliega una red de banda ancha de transmisión de datos LTE por toda la ciudad, que ofrece cobertura a todos los servicios públicos vinculados con las Smarcities. (2023)
Desarrollo Tecnológico Impresión 3D	Apuesta por la impresión 3D mediante la organización del evento anual 3D PRINTER PARTY (2022, 2023 y 2024).
Proyecto DALION de tecnología Blockchain	Impulso del uso de la identidad digital autogestionada con la implementación del modelo Alastria ID, todo ello enmarcado en un proyecto estrategia de la Comisión Europea (2023).
Centro de Control Ayuntamiento	Construcción de un Centro de Control en el Edificio del Ayuntamiento (2023).
Plataforma Ciudad	Adquisición de una Plataforma Ciudad mediante la cual se hace seguimiento a todos los elementos de la ciudad telegestionables (2023).
Lago de Datos (DataLake)	Infraestructura para almacenar y procesar todos los datos generados en la ciudad que puedan tener un interés legítimo para su conservación y posterior reutilización. (2022)

Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	4/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		
			

A tales efectos, la **Concejalía Delegada de Transformación Digital, Transparencia y Atención Ciudadana** del Ayuntamiento de Alcobendas tiene atribuidas, entre otras, las siguientes competencias:

- ◊ Promover e impulsar la transparencia, datos abiertos, participación ciudadana, presencia web, accesibilidad y tecnologías de la información, innovación, rendición de cuentas, publicidad activa, derecho de acceso a la información, huella normativa, administración electrónica inclusiva y objetivos de desarrollo sostenible.

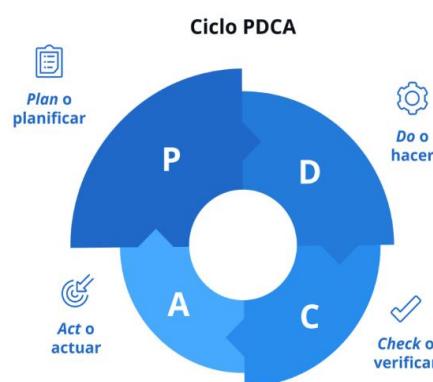


- ◊ Diseño, implantación y fomento de políticas públicas para la modernización, dinamización, difusión, desarrollo e innovación del sector empresarial y de la ciudadanía de Alcobendas, así como la trasferencia de tecnología.

Teniendo como pilar fundamental de nuestra gestión la innovación, este documento se desarrolla siguiendo la estructura del **Ciclo PDCA**, del inglés plan-do-check-act, esto es, **planificar-hacer / desarrollar-verificar / medir, evaluar-actuar /ajustar para avanzar**.

Con objeto de facilitar los trabajos de evaluación de la Dirección Técnica del Premio InnovaGloc 2024, la presente memoria se estructura en los apartados siguientes:

1. Planificación de la innovación
2. Escucha, investigación, análisis
3. Desarrollo
4. Control, seguimiento, medición
5. Aprendizaje para el impulso de un nuevo ciclo



Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	5/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		
			

1. PLANIFICACIÓN DE LA INNOVACIÓN

Primeramente, cabe resaltar que Alcobendas apuesta por una **Visión** integrada en la que la **innovación** constituye una **idea fuerza** sobre la que pivota la estrategia de la ciudad. Así, la visión queda definida de la siguiente manera: **“Alcobendas como referente de ciudad sostenible, innovadora e integradora, con una administración pública ágil, amigable y digitalizada.”**

Por otra parte, consolidando su tradición como referente en la **planificación estratégica** y en la elaboración de planes y programas, Alcobendas elabora la **Estrategia Agenda Urbana** como documento estratégico de la ciudad hasta 2030, siendo ésta aprobada por el Pleno Municipal. La Agenda Urbana de Alcobendas nace de un enfoque metodológico riguroso e integral y está alineada con las Estrategias Territoriales Integradas (EDIL-PAI) y el Programa Pluriregional de España FEDER 2021-2027 (POPE).

El marco estratégico se apoya en la palanca transformadora que supone la innovación, quedando esta realidad evidenciada en dos aspectos clave:

Primero. La Agenda Urbana de Alcobendas se estructura en cuatro ejes de acción que están estrechamente relacionados con las dimensiones estratégicas de la Agenda Urbana Española y con las preocupaciones e intereses de la ciudad de Alcobendas.

- ◊ Eje 1 - Entorno Urbano y Natural (dimensión territorial y medioambiental)
- ◊ Eje 2 - Entorno Económico (dimensión económica)
- ◊ Eje 3 - Entorno Social (dimensión social)
- ◊ **Eje 4 – Transformación (innovación/digitalización)**

En el Eje 4 se recogen, entre otros, los objetivos y proyectos relacionados con la innovación y la digitalización al servicio de la ciudad, para optimizar sus recursos y aumentar su sostenibilidad.

Segundo. La Estrategia Agenda Urbana de Alcobendas se organiza en nueve objetivos estratégicos (OE), siendo éstos los siguientes:

Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	6/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		



- ◊ OE 1 – Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo
- ◊ OE 2 – Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente
- ◊ OE 3 – Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia
- ◊ OE 4 – Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular
- ◊ OE 5 – Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible
- ◊ OE 6 – Fomentar la cohesión social y buscar la equidad
- ◊ OE 7 – Impulsar y favorecer la economía urbana
- ◊ OE 8 – Garantizar el acceso a la vivienda
- ◊ **OE 9 – Liderar y fomentar la innovación digital**
- ◊ OE 10 – Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza

En el OE 9 encajan los proyectos motores y las actuaciones relacionadas con la innovación que suponen un gran cambio respecto a lo conocido y que aportan valor a los grupos de interés.

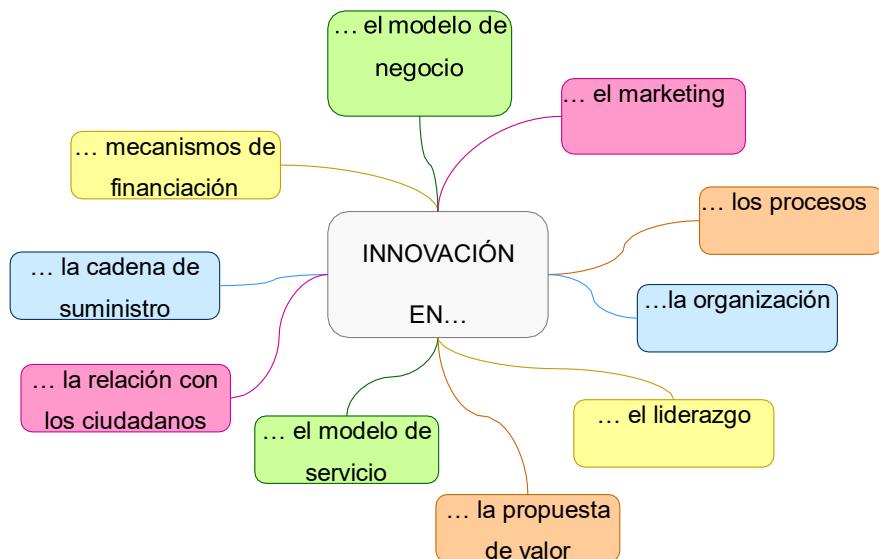
Alcobendas se posiciona como un municipio innovador. La hoja de ruta que marca la planificación estratégica (Estrategia Agenda Urbana Alcobendas, Programa de Gobierno 2023-2027 y Gestión Programática por Objetivos) y la necesidad que la Institución tiene de innovar en sus servicios y prestaciones al ciudadano hacen necesario seguir trabajando en actividades y proyectos relacionados con la innovación y la transformación digital.

Dentro de un marco que nos permite un desarrollo coherente, planificado y con un seguimiento de sus resultados, Alcobendas apuesta por la innovación sumándose a la “**Estrategia de Innovación Govtech para la transformación digital pública**”.

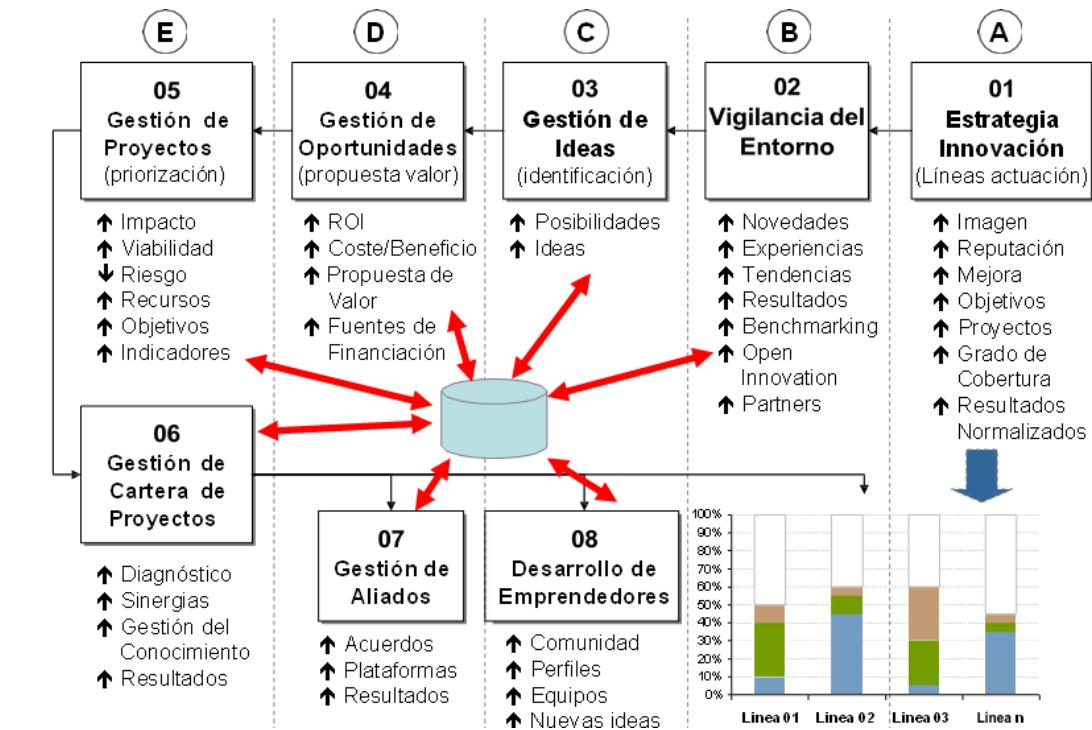
La participación de Alcobendas en este proyecto permite el acceso a metodologías de trabajo más dinámicas y flexibles y a pruebas de soluciones innovadoras sobre entornos controlados y medibles, antes de escalarlos y desarrollarlos. Asimismo, permite al Ayuntamiento el posicionamiento en un entorno tecnológico innovador para adaptar y modernizar su gestión municipal.

Código Seguro De Verificación	XuDhvNK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	7/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvNK2Wl7uJ93URpByzA==		
			

Esta “búsqueda de nuevas soluciones” puede dar lugar a diferentes “tipos de innovación”, en función de en qué elementos del sistema de gestión de la organización se quieran provocar los cambios.



La estructura base del Sistema de Gestión de la Innovación es la siguiente:



Código Seguro De Verificación	XuDhvK2W17uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	8/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2W17uJ93URpByzA==		



Objetivos de la Estrategia de Innovación Govtech:

Objetivo General:

Desarrollar e implementar una Estrategia Govtech en el Ayuntamiento de Alcobendas para impulsar un cambio cultural interno, promoviendo una administración más **ágil, digital y orientada a la innovación**.

Objetivos Específicos:

- Establecer la innovación como eje estratégico de la ciudad, definiendo actividades, políticas y programas que promuevan un entorno dinámico e innovador.
- Posicionar Alcobendas como ciudad innovadora a nivel nacional e internacional.
- Potenciar la innovación dentro del marco de desarrollo de Alcobendas como Ciudad Inteligente y Sostenible.
- Poner la innovación al servicio de la ciudad para optimizar sus recursos y aumentar su sostenibilidad, consiguiendo de este modo incrementar la eficiencia en la prestación de servicios urbanos a los vecinos de Alcobendas.
- Consolidar un modelo de innovación que convierta la información en conocimiento y éste en participación y compromiso transformador.
- Realizar un diagnóstico detallado del ecosistema local de innovación y transformación digital a efectos de impulsar la transformación digital.
- Desarrollar el Gobierno Abierto, potenciando la Transparencia, la Participación Ciudadana y los Datos Abiertos para generar valor económico y social que retorne en la ciudad y en la ciudadanía.
- Consolidar y dinamizar el ecosistema de innovación de la ciudad.
- Atracción del talento potenciando la colaboración público-privada.



Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	9/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		
			

¿Por qué una estrategia Govtech en el Ayuntamiento de Alcobendas?

La evolución tecnológica de los últimos años ha tenido un profundo impacto en todos los ámbitos de la sociedad, incluido el sector público. En respuesta a estos cambios, han surgido nuevos enfoques para operar en el ámbito digital, y uno de ellos es el desarrollo de ecosistemas govtech. Estos ecosistemas se centran en acercar la creatividad y la innovación de proveedores no tradicionales (startups, scaleups o pymes digitales) a las instituciones públicas. El objetivo principal de las políticas govtech es **promover la digitalización pública** y fomentar un nuevo paradigma en la forma en que las instituciones gubernamentales abordan la tecnología y la innovación.

En resumen:

- ◊ Los ciudadanos/as demandan servicios más eficientes y transparentes, y nosotros como administración pública, debemos ser capaces de adaptarnos a los nuevos desafíos para conseguir una gestión más eficiente.
- ◊ Avanzar en la digitalización e incorporar soluciones innovadoras en las instituciones públicas.
- ◊ Reforzar el posicionamiento de Alcobendas como centro de innovación digital para que sea destino preferente de innovación, inversión y talento.
- ◊ Para acercar nuevas soluciones de proveedores no tradicionales como startups, scaleups o pymes digitales al ámbito de lo público. Govtech ha demostrado ayudar a acercar estas soluciones innovadoras a la administración pública.



El Ayuntamiento de Alcobendas ha completado con éxito su participación en la edición 2023/24 del programa Govtechlab Madrid, una iniciativa de la Fundación para el Conocimiento Madri+d que ha facilitado soluciones innovadoras de gestión a los ayuntamientos para mejorar sus servicios públicos y atender sus necesidades de innovación tecnológica.

Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	10/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		



2. ESCUCHA, INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

El Ayuntamiento de Alcobendas es una institución pública de referencia a nivel nacional e internacional con una clara priorización por aportar valor añadido a los diferentes **grupos de interés**, que están perfectamente **identificados y segmentados**.

La institución impulsa la gestión de la innovación y desarrolla **mecanismos formales de escucha, investigación y análisis** (retroalimentación cliente). La participación, tanto interna como externa, juega un papel crucial en este proceso, ya que permite integrar diversas perspectivas, conocimientos y experiencias.

Uno de los trabajos más relevantes que corresponde realizar en cada nuevo ciclo de planificación estratégica es la redefinición del propósito, la visión y los valores.

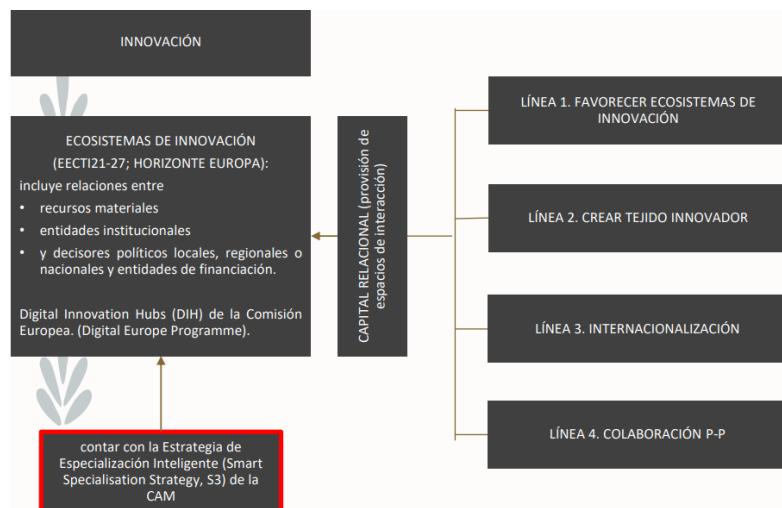
Como se indica en el apartado “Planificación”, la visión del Ayuntamiento establece nuestro compromiso con la innovación. La propuesta de incluir el concepto de innovación en la visión se apoya y viene avalada en el resultado de la encuesta **“Consulta sobre el Propósito, Visión y Valores”** que se hace a los grupos de interés en el año 2021. Atendiendo a la demanda ciudadana, la innovación se convierte en uno de los principales atributos de nuestra visión por ser uno de los ítems más valorados y, sobre ella, pivota la estrategia de la ciudad y la organización.

ENCUESTA GRUPOS DE INTERÉS				
	CIUDADANÍA	DIRECTORES	POLÍTICOS	TOTAL
Propuesta de PROPOSITO				
"Contribuir al progreso social y la prosperidad económica sostenible de la ciudadanía"				
DE ACUERDO	83%	77%	88%	83%
VISIÓN				
SOSTENIBLE	62%	69%	78%	70%
INNOVADORA	50%	66%	44%	53%
VERDE	56%	34%	44%	45%
DIGITAL	23%	20%	22%	22%
AMIGABLE	23%	17%	11%	17%
SOLIDARIA	23%	40%	33%	32%
INTEGRADORA	27%	43%	33%	34%
OTRA	12%	11%	11%	11%
VALORES				
ORIENTACIÓN A LA CIUDADANÍA	64%	80%	67%	70%
TRANSPARENCIA Y COMPROMISO ÉTICO	66%	66%	89%	74%
PARTICIPACIÓN Y CO-CREACIÓN	38%	14%	33%	28%
COORDINACIÓN Y GESTIÓN COLABORATIVAS	17%	34%	44%	32%
GESTIÓN RESPONSABLE ORIENTADA A OBJETIVOS Y RESULTADOS	47%	49%	33%	43%
IGUALDAD DE GÉNERO	17%	23%	11%	17%
HUMANISMO DIGITAL	12%	20%	11%	14%
OTRO	11%	9%	11%	10%

Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	11/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		



La Administración Local debe asumir la responsabilidad de diseñar ecosistemas de innovación. Con el objetivo de **co-crear ideas y propuestas** que se incluyan en la planificación estratégica, se organizan **laboratorios ciudadanos**. Con el objetivo de aprender de las mejores prácticas y aunar esfuerzos comunes en proyectos relacionados con la innovación, precisamente este ámbito es uno de los que se tratan en los laboratorios urbanos que se desarrollan.

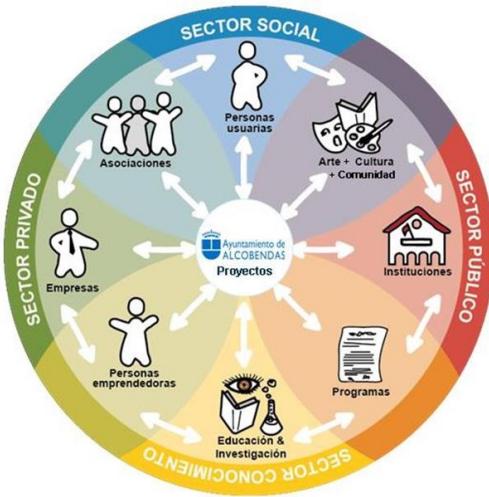


El ecosistema de innovación liderado por el Ayuntamiento sirve de catalizador para que:

- ◊ Se desarrollen acciones de Co-creación y Co-diseño entre usuarios y prestadores de servicios.
- ◊ Se identifiquen oportunidades de mejora mediante la continua vigilancia del entorno y de sus actores, especialmente de los usuarios/ciudadanos.
- ◊ Se conformen comunidades de usuarios/ciudadanos con las que experimentar las nuevas ideas.
- ◊ Se evalúen los nuevos conceptos, productos y servicios de acuerdo con los entornos a los que vayan dirigidos.

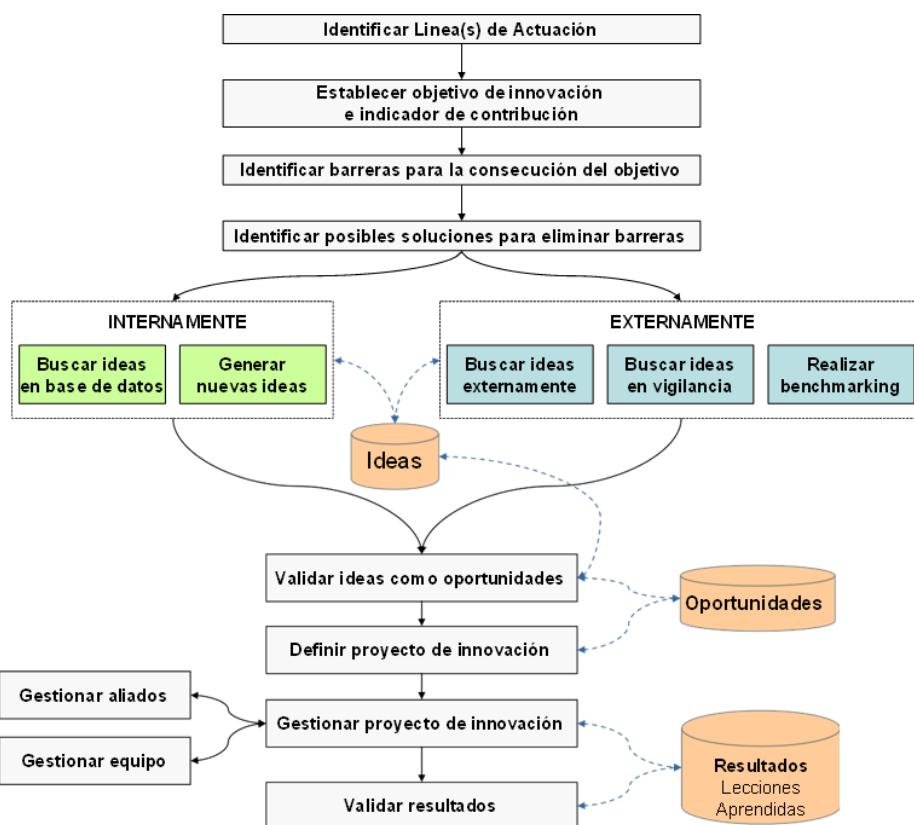
Existe una apuesta clara por la transformación digital y la innovación por parte del Ayuntamiento de Alcobendas. Destaca la sistemática de desarrollo de ideas prometedoras y despliegue de proyectos que se consideran innovadores, asignándoles recursos a través de pruebas piloto que se materializan en contratos menores y/o mayores.

Código Seguro De Verificación	XuDhvK2W17uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	12/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2W17uJ93URpByzA==		
			



3. DESARROLLO

El proceso de innovación (aplicable en todas las áreas) tiene la siguiente estructura:



Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	13/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		
			

La **Concejalía de Transformación Digital, Transparencia y Atención Ciudadana** del Ayuntamiento de Alcobendas selecciona la **estrategia GOVTECH** para desarrollar un proyecto de **innovación abierta y colaborativa** que fomente, además de la innovación, la transparencia y la medición de resultados.

La metodología del proyecto “estrategia de innovación Govtech para la transformación digital pública” es dinámica y flexible y se estructura en cinco fases:

- Identificación de retos, que deben mejorar la vida de las personas, ser alcanzables a través de una solución tecnológica y ser medibles.
- Comunicación de los retos: periodo de participación a las empresas para que aporten sus mejores soluciones innovadoras.
- Conocimiento compartido en el sector público y el privado: Las empresas digitales aportan las soluciones de innovación.
- Pilotaje de la mejor idea: el proyecto escogido demuestra su potencial de manera práctica.
- Difusión de la solución del reto.

Los ecosistemas se centran en acercar la creatividad e innovación de proveedores no tradicionales como startups, scaleups o pymes digitales a las instituciones públicas. Estas empresas emergentes traen propuestas de valor tecnológicas innovadoras que complementan la oferta tradicional y, a su vez, ofrecen la posibilidad de que los gobiernos absorban nuevas formas de trabajo y capacidades digitales.

El objetivo principal de las políticas govtech es promover la digitalización pública y fomentar un nuevo paradigma en la forma en que las instituciones gubernamentales abordan la tecnología y la innovación.



Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	14/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		

En este contexto, Alcobendas pilota soluciones digitales innovadoras e implementa la metodología de innovación abierta govtech, siendo una de las primeras ciudades en hacerlo.

En este proyecto, Alcobendas ha trabajado en dos retos de las áreas de Innovación, Transformación Digital y Atención Ciudadana; retos que unen los pilares centrales de esta concejalía, las personas y la tecnología.

Reto 1: “Automatización Telefónica VoiceBot”

Descripción del reto

Gestionar la alta demanda de llamadas telefónicas y, al mismo tiempo, implementar **soluciones automatizadas para agilizar las respuestas**.

El Ayuntamiento quiere mejorar la eficiencia y la gestión de las llamadas telefónicas en las franjas horarias donde existe volumen alto de llamadas. La carga de llamadas ciudadanas en esos intervalos supera la capacidad de respuesta actual, generando la necesidad de implementar una solución tecnológica que alivie esta presión.



Subretos

- ◊ ¿Cómo implementar un sistema para tipificar o categorizar las gestiones que pueden realizarse por teléfono?
- ◊ ¿Cómo optimizar los procesos de atención telefónica para reducir tiempos de espera y mejorar la eficiencia?
- ◊ ¿Cómo integrar el contenido de llamadas telefónicas con otras solicitudes de distintos canales para lograr una gestión unificada de la información?
- ◊ ¿Cómo garantizar la seguridad y confidencialidad de la información durante la implementación de sistemas automatizados de respuesta telefónica?

Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	15/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		

Objetivos

- ◊ Optimizar el manejo de las llamadas y la gestión de información para reducir tiempos de espera y aumentar la capacidad de respuesta.
- ◊ Disminuir la carga de otras vías de comunicación, como las citas presenciales, evitando saturaciones innecesarias.
- ◊ Obtener un corpus de datos más amplio para conocer qué temáticas y tipos de llamadas son más recurrentes.
- ◊ Reducir insatisfacción general de la ciudadanía y el número de reclamaciones.
- ◊ Mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Contexto

Queremos mejorar la eficiencia y gestión de las llamadas telefónicas, sobre todo en la franja de 10:00h a 13:00h, donde existe una alta demanda. La carga de llamadas ciudadanas en este intervalo supera la capacidad de respuesta actual, generando la necesidad de implementar una solución tecnológica que alivie esta presión.

Como consecuencia de la falta de respuestas oportunas y precisas, la ciudadanía busca otros canales de comunicación, especialmente acudiendo a citas presenciales, saturando aún más los recursos disponibles.

Si bien ha habido intentos de solucionar esta situación, todavía existen dificultades. ¿De qué manera se podría mejorar un servicio como este? ¿Hasta qué punto se podría automatizar el sistema de respuestas?

Solución de Innovación

Implementación de una solución govttech consistente en un **asistente conversacional basado en IA para la atención telefónica**, a efectos de comprender las oportunidades e impactos de usar una tecnología en un contexto específico y para un reto en concreto. En este caso, robots de voz conversacionales atienden llamadas telefónicas de manera eficiente y personalizada.

Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	16/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		

Resumen general de propuestas recibidas para el reto

11 propuestas

7 españolas **4** internacionales

7 startups/scaleups

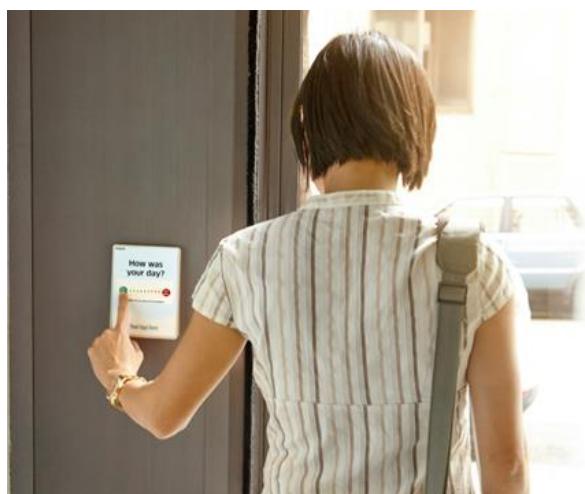
4 Pymes



Reto 2: “Recopilación y análisis de la voz del ciudadano para tomar las mejores decisiones”

Descripción

Recopilar y analizar la opinión de la ciudadanía para tomar mejores decisiones.



Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	17/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		
			

Subretos

- ◊ ¿Cómo automatizar la recogida de información de la ciudadanía?
- ◊ ¿Cómo unificar la información recibida en un mismo canal?
- ◊ ¿Cómo mejorar la visualización de datos para interpretarlos mejor?

Objetivos

- ◊ Optimizar la recogida y clasificación de los datos.
- ◊ Mejorar la visualización y facilitar el análisis de la información.
- ◊ Proporcionar datos en tiempo real para tomar decisiones a corto plazo.
- ◊ Fomentar una mayor participación ciudadana.
- ◊ Hacer el proceso de recogida de datos más accesible y menos intrusivo.
- ◊ Minimizar sesgos en la información recopilada.

Contexto

Buscamos nuevas fórmulas para recoger y analizar la retroalimentación de los ciudadanos del municipio y poder evaluar la calidad y las opciones de mejora en los servicios de atención ciudadana.

Actualmente hay un sistema de encuestas aleatorias que se desarrollan tanto en persona como vía telefónica que no resulta totalmente efectivo. No conocemos la opinión de los ciudadanos en tiempo real, impidiendo así aplicar mejoras a corto plazo. Las principales causas de este problema son la inexistencia de un sistema unificado de recogida de datos; la falta de definición de los indicadores y criterios que se evalúan en las encuestas; el miedo de los trabajadores/as a ser juzgados; y la falta de tiempo e interés de los ciudadanos para llenar encuestas de satisfacción.

Como consecuencia, las decisiones se basan en información insuficiente y se debilita la capacidad de mejora continua dentro de la institución.

Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	18/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		

Resumen general de propuestas recibidas para el reto

23 propuestas

19 españolas **4 internacionales**

16 startups/scaleups

7 Pymes



4. CONTROL, SEGUIMIENTO, MEDICIÓN

Reto 1: “Automatización Telefónica VoiceBot”

Los robots de voz conversacionales atienden y responden a las consultas ciudadanas de forma natural, como si estuvieran hablando con una persona.

Además:

- ✓ Podrán recopilar información relevante y transferir las llamadas a los agentes humanos cuando sea necesario, garantizando una atención de calidad y sin tiempos de espera.
- ✓ Permiten categorizar automáticamente las llamadas, facilitando la gestión de las mismas y permitiendo una integración con otros sistemas de gestión municipal.
- ✓ Generan informes detallados sobre el rendimiento del servicio, lo que permite al Ayuntamiento tomar decisiones basadas en datos y optimizar sus procesos.

Código Seguro De Verificación	XuDhvNk2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	19/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvNk2Wl7uJ93URpByzA==		



OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADO
Solución 100% implementada	IN1. Implementación de los módulos de atención al ciudadano y operadora	70%
	IN2. Integración con centralita	90%
	IN3. Acceso a plataforma de gestión	100%
Servicio de soporte y mejora	IN4. Nº de personal público formado en la gestión de la solución	5
Reducir el abandono de llamadas	IN5. Nº de llamadas abandonadas	Los datos aún no son relevantes. Se tendrán resultados significativos en las próximas semanas.
Reducir el tiempo medio para ser atendidos	IN6. Tiempo promedio de espera	Los datos aún no son relevantes. Se tendrán resultados significativos en las próximas semanas.
Reducir el tiempo de agentes en atención telefónica	IN7. Promedio de tiempo que dedica un agente a la llamadas en su día	Los datos aún no son relevantes. Se tendrán resultados significativos en las próximas semanas.
Mejorar la percepción de la ciudadanía en este servicio	IN8. Satisfacción ciudadana en la atención telefónica	Los datos aún no son relevantes. Se tendrán resultados significativos en las próximas semanas.
Adopción de la herramienta de parte del equipo dueño del reto	IN9a. Satisfacción del equipo sobre la eficacia de la herramienta	Las expectativas del equipo con la eficacia de la herramienta es media-baja. Nuestra previsión es que se incremente en la medida en que se avance hacia la segunda fase de implantación.
	IN9b. Satisfacción del equipo sobre la usabilidad de la plataforma	El equipo del Servicio de Atención Ciudadana considera que la herramienta es fácil de utilizar.
	IN9c. Satisfacción del equipo sobre la utilidad de la plataforma	Las expectativas del equipo con la eficacia de la herramienta es media-baja. Nuestra previsión es que se incremente en la medida en que se avance hacia la segunda fase de implantación.

Código Seguro De Verificación	XuDhvNk2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	20/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvNk2Wl7uJ93URpByzA==		



Reto 2: “Recopilación y análisis de la voz del ciudadano para tomar las mejores decisiones”

La recopilación y análisis de la voz del ciudadano encaja en la estrategia estructurada del Ayuntamiento de Alcobendas de la omnicanalidad integrada en la gestión. En el contexto de encuestas y medición, la omnicanalidad permite recopilar la opinión de los ciudadanos a través de múltiples canales, asegurando que la experiencia sea accesible y fluida en cualquiera de las plataformas disponibles (Chat, SMS, Correo electrónico y terminales físicos).

En una primera fase, en marzo de 2025, se instalan tres terminales en las oficinas del Servicio de Atención Ciudadana. El sistema permite el establecimiento de alarmas automáticas que, de manera inmediata, notifican cuando la calidad del servicio se resiente por cualquier eventualidad y/o contratiempo. Se facilita, además, la generación y envío de informes de seguimiento a las personas que se designe.

OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADO
Solución 100% implementada	IN1. Encuestas adaptadas al viaje del ciudadano: envíos encuestas de Atención Ciudadana y Encuesta sobre la cita	4 encuestas realizadas y adaptadas 250 respuestas obtenidas en terminales físicos.
	IN2. Canales de distribución: 3 terminales de feedback físicos instalados y SMS y CHAT ONLINE en fase de diseño e implementación (previsto en abril)	3 terminales instalados y operativos 250 respuestas de ciudadanos recogidas en los terminales
	IN3. Informes Analytics	Informes automáticos en tiempo real para usuarios de la plataforma y envío a destinatarios en formato pdf
Servicio de soporte y mejora	IN4. Nº de personas formadas en la herramienta y con acceso	100% del personal propietario del reto formado en la herramienta y de los usuarios del servicio destinatario del proyecto piloto
Obtener un 10% de tasa de respuesta de encuestas por SMS	IN5. Nº de respuesta obtenidas por SMS vs Nº personas que se han atendido en atención ciudadana (representativo)	Primeros resultados previstos en abril 2025

Mejorar el servicio gracias a la percepción de la ciudadanía	IN6. Satisfacción ciudadana en el servicio	NPS (Net Promoter Score) en el Servicio de Atención Ciudadana: 85 (nivel excelente 70/100) (dato a fecha 28/03/2025)
Reducir el tiempo de dedicación de los técnicos en la mejora del servicio	IN7. Tiempo de dedicación en la evaluación	Reducción estimada 30%. Pendiente de ampliación trabajo de campo para confirmar el porcentaje real.
Adopción de la herramienta de parte del equipo dueño del reto	IN8a. Satisfacción del equipo sobre la eficacia de la herramienta	4 (en escala de 1 a 5)
	IN8b. Satisfacción del equipo sobre la usabilidad de la plataforma	5 (en escala de 1 a 5)
	IN8c. Satisfacción del equipo sobre la utilidad de la plataforma	4 (en escala de 1 a 5)

5. APRENDIZAJE PARA EL IMPULSO DE UN NUEVO CICLO

A continuación, se resumen los principales aprendizajes de los proyectos de innovación GOVTECH:

Reto 1: “Automatización Telefónica VoiceBot”

Principales Aprendizajes

- 🟡 Más de 60 preguntas frecuentes que los técnicos de atención ciudadana contestan día a día identificadas y analizadas con el propósito de entrenar al asistente conversacional para dar respuestas adaptadas y adecuadas a la ciudadanía.
- 🟡 Actualización y mejora de los sistemas de respuesta en la atención telefónica fuera de horario.

El proyecto finaliza con una sesión de aprendizaje en la que se evalúa si la solución pilotada ha dado respuesta al reto y si ésta tiene impacto en el servicio y/o proceso.

Código Seguro De Verificación	XuDhvNk2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	22/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvNk2Wl7uJ93URpByzA==		

Reto 2: “Recopilación y análisis de la voz del ciudadano para tomar las mejores decisiones”

Principales Aprendizajes

- Sistematización y centralización de datos de las encuestas realizadas en una única plataforma, optimizando el seguimiento y la interpretación de la opinión ciudadana.
- Gracias a herramientas avanzadas de análisis y visualización, el Ayuntamiento puede identificar patrones y áreas de mejora de forma ágil y precisa, marcando una línea de trabajo de mejora continua.



La experiencia y los aprendizajes obtenidos en este proyecto posibilitan la oportunidad de ofrecer esta plataforma a los demás servicios del ayuntamiento, a efectos de medir y conocer la satisfacción y expectativas de los ciudadanos. De esta manera,

- Obtenemos una mayor recopilación de datos en tiempo real desde distintas fuentes.
- Conseguimos una segmentación para identificar necesidades y expectativas por grupo de población.
- Tenemos una capacidad rápida de respuesta.

Sin duda, esta información permitirá que nuestra administración tome decisiones más informadas para mejorar los servicios y la satisfacción de los vecinos.

Código Seguro De Verificación	XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	23/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDhvK2Wl7uJ93URpByzA==		

La implantación de la metodología de innovación govttech genera sinergias y espacios de intercambio que propician la permeabilidad de nuevas formas de trabajo y capacidades digitales. Consecuencia de este aprendizaje, el Ayuntamiento de Alcobendas se encuentra en un proceso de reflexión sobre la reformulación de su estrategia integral de innovación.



Esta hoja de ruta será una guía estructurada con un enfoque claro en reforzar el entorno de innovación accesible y dinámico que el Ayuntamiento de Alcobendas viene canalizando durante los últimos años. De esta manera, el Ayuntamiento podrá tomar decisiones informadas, optimizar el uso de recursos y maximizar el impacto de las políticas y programas diseñados para promover la adopción de estrategias de innovación govttech.

ALCOBENDAS

Código Seguro De Verificación	XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Belen Fernandez-Salinero Garcia	Firmado	31/03/2025 14:44:33
Observaciones		Página	24/24
Url De Verificación	https://verifirma.alcobendas.org/?XuDHvnK2Wl7uJ93URpByzA==		

IV EDICIÓN PREMIOS

INNOVAGLOC

AYUNTAMIENTO DE ALLO:
“Espacio Harinera Allo XXI”.
Recuperación del Patrimonio
Industrial para la Innovación
Basada en activos de la mano de
la ciudadanía

MENCIÓN ESPECIAL



"ESPACIO HARINERA ALLO XXI"

***Recuperación del patrimonio industrial para la innovación
basada en activos de la mano de la ciudadanía***

PREMIO INNOVAGLOC A LOS MEJORES GOBIERNOS LOCALES INNOVADORES 2024



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS



RED DE ENTIDADES LOCALES
POR LA TRANSPARENCIA Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Ayuntamiento de Allo. Navarra
SUSANA CASTANERA GÓMEZ
(Alcaldesa de Allo)
600 730 002
scastanera@villadeallo.org

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

INTRODUCCIÓN

2

Contexto general del proyecto

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI surge como una iniciativa impulsada por el Ayuntamiento de Allo con el objetivo de transformar una antigua harinera en un nuevo espacio de innovación y uso público.

El proyecto fue presentado en agosto de 2023 a la Dirección General de Políticas contra la Despoblación, respondiendo a la convocatoria *de 22 de Junio de 2023 por la que se convocan subvenciones para la financiación de proyectos promovidos por entidades locales para la innovación territorial y la reactivación de la actividad socioeconómica y la lucha contra la despoblación* (MITECO, en adelante). Como consecuencia, se obtuvo una financiación que el Ayuntamiento completó hasta alcanzar la cuantía total de 42.700 euros presupuestada.

Desde su concepción, el proyecto ha buscado abordar retos clave relacionados con la revitalización del patrimonio industrial, la dinamización social y económica del municipio, y la promoción de una cultura de innovación adaptada al contexto rural.

Allo es un municipio de la Comunidad Foral de Navarra con un marcado carácter rural, el proyecto se enmarca dentro de las estrategias locales y regionales de desarrollo sostenible, así como la Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico.

La Harinera, como símbolo del tejido productivo industrial del territorio, representa una oportunidad para conectar la historia y tradición del municipio con un futuro marcado por la innovación.

Actualmente, el proyecto está en pleno desarrollo, siguiendo los cronogramas previstos, con múltiples actividades participativas, técnicas y evaluativas en curso. Este carácter dinámico permite seguir ajustando las estrategias según los aprendizajes generados, algo que ha sido clave en la evolución del proyecto.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Importancia del proyecto para la comunidad y su relación con la innovación

3

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI tiene un impacto significativo en la comunidad local, al actuar como un motor para la cohesión social, la dinamización económica y la innovación. La implicación de los vecinos y vecinas ha sido un elemento central, gracias a un diseño metodológico que prioriza la participación activa y la cocreación. Este enfoque permite no solo identificar las necesidades y expectativas del territorio, sino también fomentar un sentido de pertenencia y empoderamiento colectivo.

En cuanto a su relación con la innovación, el proyecto destaca por:

- Innovación social: La incorporación de metodologías participativas (foros ciudadano) ha generado un espacio inclusivo donde expresar las ideas y tomar el pulso al sentir de la ciudadanía.
- Innovación retroprogresiva: El concepto opera como un eje transversal a todo el proyecto, integrando métodos y tecnologías modernas con prácticas tradicionales y conocimientos ancestrales para mejorar la calidad de vida, la productividad y la sostenibilidad en las comunidades rurales.

Además, el proyecto contribuye a reducir la brecha entre lo urbano y lo rural al implementar estrategias de gestión de la innovación que, hasta ahora, se habían aplicado principalmente en contextos urbanos. Este modelo podría replicarse en otros municipios rurales con retos similares, convirtiendo a Allo en un referente de innovación territorial adaptada.



Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

PLANIFICACIÓN DE LA INNOVACIÓN

4

Enfoque y objetivos estratégicos

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI tiene como propósito general rehabilitar y redefinir el edificio histórico de la Harinera. Desde el principio el enfoque ha sido profundamente participativo, buscando la implicación activa de la ciudadanía para garantizar que las soluciones propuestas se adapten a las necesidades locales y a sus expectativas.

Los principales objetivos estratégicos del proyecto son:

- Generar soluciones colaborativas: Diseñar soluciones basadas en la participación ciudadana, asegurando su viabilidad técnica y al mismo tiempo su alineación con las prioridades del municipio.
- Fortalecer la comunidad: Promover la cohesión social y crear una red de apoyo que facilite la transferencia de conocimientos y experiencias.
- Impulsar la innovación pública: Aplicar metodologías participativas que fomenten la confianza entre la administración y la ciudadanía, mejorando los procesos de toma de decisiones colectivas.
- Revitalizar el tejido productivo: Potenciar la innovación en el sector agroalimentario y en otros activos locales para dinamizar la economía del territorio.
- Convertir Allo en un referente: Consolidar la Harinera como un modelo replicable de innovación rural, tanto a nivel regional como nacional.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

5

Marco metodológico

El desarrollo del proyecto se basa en metodologías participativas y de innovación social, adaptadas al contexto rural de Allo. Inspiradas en modelos como Medialab Prado y los Laboratorios de Innovación Ciudadana, estas metodologías priorizan la cocreación, la inclusión y la flexibilidad para adaptarse a las dinámicas locales.

La estructura metodológica del proyecto sigue un enfoque centrado en las personas (Human Centered Innovation), adaptando las fases del proceso a la realidad de Allo:

- Exploración. Identificar los retos, oportunidades y prioridades del territorio a través de reuniones con los vecinos /as y con otros agentes (mapeo de actores).
- Ideación. Generar propuestas innovadoras en colaboración con la comunidad, utilizando talleres de cocreación y herramientas como Open Space y Design Thinking.
- Prototipado. Diseñar soluciones concretas y viables basadas en las ideas de la comunidad, viabilizadas con la participación de expertos y otros agentes económicos y sociales del territorio.
- Evaluación. Extraer conclusiones y evaluar el impacto del proyecto.

El marco metodológico formó parte del diseño del proyecto, pero después, cada una de las actividades se ha ajustado dinámicamente durante la ejecución, garantizando un enfoque vivo y adaptativo. La metodología empleada ha permitido no solo avanzar en la redefinición de la Harinera, sino también fortalecer las capacidades de la comunidad para diseñar y gestionar proyectos colaborativos en el futuro.



Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

ESCUCHA, INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

6

Identificación de retos y oportunidades

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI se ha basado en un enfoque participativo y colaborativo para identificar los principales retos y oportunidades del territorio. Desde la fase inicial, se está elaborando un amplio mapa de agentes y recursos locales, incluyendo también al tejido social y productivo. Este trabajo, detallado en el Plan de Acción, permite identificar las siguientes prioridades estratégicas para el desarrollo del proyecto:

- Conservación del patrimonio industrial: Rehabilitación de la Harinera como símbolo de identidad y recurso funcional para la comunidad.
- Fomento del emprendimiento y la innovación: Generar nuevas oportunidades económicas a partir del potencial del sector agroalimentario y la tecnología.
- Fortalecimiento de la cohesión social: Crear un espacio inclusivo que responda a las necesidades de todos los colectivos.
- Sostenibilidad ambiental: Incorporar prácticas sostenibles tanto en la rehabilitación del edificio como en los usos futuros previstos.

El análisis de estas necesidades y oportunidades se complementa con las herramientas participativas que están permitiendo recoger información de manera directa y dinámica.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Procesos participativos. Insights

7

El diseño metodológico del proyecto incluye diversas actividades participativas fundamentales para recopilar información de la comunidad. Entre estas se encuentran sesiones de cocreación, charlas con expertos y dinámicas de ideación.

En general, las actividades están contando con una amplia participación de vecinos /as, asociaciones y actores clave. Todos estos procesos se documentan y constituyen un soporte de conocimiento sólido, donde se detallan tanto las propuestas como los debates generados durante las sesiones.

Entre los insights clave obtenidos hasta ahora se destacan:

- La necesidad de espacios multifuncionales para actividades culturales, sociales y formativas, junto con la preservación del patrimonio industrial.
- La demanda de programas que fomenten el bienestar social, como centros de día y actividades de envejecimiento activo.
- El interés en posicionar la Harinera como un hub para la innovación agroalimentaria y tecnológica, aprovechando los activos naturales del territorio.

Los resultados se recopilan y analizan, constituyendo la base sobre la que los expertos técnicos estudiarán su viabilidad desde diferentes perspectivas (arquitectónica, planeamiento, legal, conservación del patrimonio, etc.). Este enfoque guía el desarrollo del proyecto hacia un modelo integral y adaptativo, también viable.



Subvencionado por:

DESARROLLO DEL PROYECTO

8

Actividades clave

El desarrollo del proyecto Espacio Harinera Allo XXI implementa las actividades diseñadas en el Plan de Acción:

- Diagnóstico inicial: elaboración de un mapa de agentes y análisis de las oportunidades del territorio.
- Diseño de un proceso participativo Laboratorio Ciudadano (*“Foro Harinera Allo”*).
- Puesta en marcha de sesiones participativas de diversa índole: abiertas a toda la ciudadanía, dinámicas de generación de ideas y cocreación, charlas abiertas con expertos, concurso de ideas, dinámicas con escolares, reuniones con tejido empresarial y social... Más de 10 encuentros vecinales para recoger propuestas, evaluar necesidades y fortalecer la participación activa de la comunidad.
- Diseño de repositorio de información y comunicación. Generación de una página web exclusiva del proyecto y uso de esta como repositorio dinámico de información y actualización constante.
- Actividades y eventos de comunicación y difusión. Creación de materiales gráficos y eventos para informar a la ciudadanía sobre los avances del proyecto.
- Colaboración técnica. Participación de equipos multidisciplinares para evaluar la viabilidad técnica y legal de las propuestas ciudadanas.
- Generación de informes técnicos preliminares que, además, se pretende constituyan las bases de un futuro concurso de arquitectura qué de forma definitiva al edificio, respetando los nuevos usos acordados.
- Generación de una guía de buenas prácticas que permita reproducir el modelo (tanto los aspectos del diseño participativo como el enfoque de la innovación retroprogresiva) en otros territorios rurales.

Estas actividades han sido diseñadas con un enfoque iterativo, adaptándose a las necesidades emergentes y asegurando un alto nivel de implicación comunitaria.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

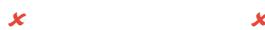
Cultura de la innovación

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI tenía el propósito de crear una cultura de innovación que no solo fomentase nuevas ideas, sino que también integrase a la comunidad como parte activa de los procesos de decisión y ejecución.

Principales aspectos de la cultura de la innovación:

- Participación ciudadana como motor de innovación: Implicación activa de la ciudadanía para transformar las necesidades locales en soluciones prácticas y creativas.
- Metodologías adaptativas: Uso de herramientas como Design Thinking y Open Space para fomentar la creatividad y la colaboración, ajustando la planificación en función del feedback continuo de los participantes.
- Gestión del conocimiento: Recopilación sistemática de aprendizajes y resultados mediante repositorios digitales y actas detalladas.
- Transparencia: Uso de la página web del proyecto para compartir avances, aprendizajes y logros de manera transparente.
- Innovación retroprogresiva: Combinación de técnicas modernas con la recuperación del valor histórico y patrimonial de la Harinera, conectando tradición e innovación.
- Replicabilidad: Recogida de resultados, aprendizajes y análisis exhaustivo para extraer lecciones que permitan replicar el proyecto en otros territorios rurales.

El proyecto no solo ha promovido una cultura de innovación dentro de la comunidad, sino que también ha posicionado a Allo como un referente en la gestión de proyectos colaborativos en el ámbito rural.



Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CONTROL Y SEGUIMIENTO

10

Indicadores y sistema de seguimiento

El sistema de seguimiento se compone de varias herramientas:

- Tabla de control de indicadores, tanto de ejecución como de resultado.
- Tabla de control presupuestario.
- Tabla de control de tiempos (cronograma).
- Ficha de control de ejecución proporcionada por el MITECO y que se representa un informe de evaluación semestral.

Se trata, por tanto, de una combinación de herramientas cualitativas y cuantitativas, permitiendo una evaluación integral del proyecto.

Los documentos de control se actualizan de manera constante, facilitando así la incorporación de ajustes en aspectos clave como el cronograma, el diseño de las actividades participativas, etc. Se asegura así una mayor alineación con las necesidades de la comunidad, como corresponde al enfoque adaptativo adoptado.

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI definió, desde sus fases iniciales, un conjunto de indicadores claros y específicos para medir el progreso y evaluar el impacto de las actividades. Estos indicadores, alineados con los objetivos estratégicos del proyecto, se establecieron en el Plan de Acción y se han utilizado como referencia a lo largo de las distintas fases.

Se han definido y se miden periódicamente indicadores para cada una de las actividades del proyecto, así como para la medición de logros y resultados. Así, por ejemplo, se utilizan indicadores como:

- Número de actividades participativas realizadas.
- Número de entidades y participantes involucrados, desagregado por género.
- Número de propuestas identificadas para los usos futuros de la Harinera.
- Cantidad de contenidos agregados al repositorio digital.
- Número de visitas al sitio web del proyecto.
- Número de informes técnicos y legales generados.



Subvencionado por:

APRENDIZAJES

El éxito de la innovación no se mide por los resultados, sino por la cantidad de aprendizajes acumulados. Este es el principio que se ha querido trasladar, tanto a la comunidad como a los técnicos y resto de personal involucrado, respecto al proyecto Espacio Harinera Allo XXI.

Aún a sabiendas que el proyecto todavía no ha finalizado, ya se han obtenido valiosas lecciones a lo largo de su desarrollo. Las reflexiones que conllevan permiten identificar áreas de mejora tanto para este proyecto como para futuros proyectos similares y fortalecer su impacto.

Las principales lecciones extraídas hasta la fecha tienen que ver con:

- La planificación inicial. Que ha requerido un alto nivel de flexibilidad y adaptación para abordar necesidades emergentes sin comprometer la calidad del proyecto. Entre otras cosas, ha sido necesario modificar cronogramas y ajustes entre las fases del proyecto. Por ejemplo, estimando que una mayor participación y representatividad en los procesos participativos pasaba por adaptarse a los ritmos de la comunidad. Además, cuestiones de fondo como la intervención de los técnicos expertos, debían esperar y adaptarse también a los tiempos de los vecinos /as.
- Las dinámicas participativas. Que han requerido adaptar metodologías, herramientas y formatos al contexto local. Hoy en día, se puede avanzar que se han hibridado metodologías de innovación logrando herramientas ad hoc. Esto ha mejorado significativamente la participación y el compromiso ciudadano.
- Aspectos Técnicos. Que han tenido que reformularse configurando nuevos criterios técnicos para poder asegurar un equilibrio entre las expectativas de la ciudadanía y la viabilidad de propuestas.

Otras áreas de mejora sobre las que se ha reflexionado para incorporar los aprendizajes a futuros procesos similares son:

- Los tiempos de un proyecto basado en la participación ciudadana son mucho más largos que cualquier otro tipo de proyecto. Hay que tenerlo en cuenta cuando se pretende utilizar los resultados como inputs de entrada para nuevas fases o nuevos proyectos evolutivos.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

- Es necesario estimular la creatividad ciudadana más allá de las dinámicas habituales utilizadas en innovación. El grupo ejerce una presión extra sobre las genialidades individualidades en un territorio relativamente pequeño, donde todo el mundo se conoce y arrastra una historia personal. Hay que tenerlo en cuenta a la hora de diseñar estas dinámicas, huyendo de la “ortodoxia” de las metodologías y abrazando cierto grado de “improvisación”.
- La comunicación es una necesidad insoslayable. Esto no es un descubrimiento de este proyecto, pero sí que hay que tenerlo mucho más presente a la hora de trabajar un proyecto de este tipo. Hay que diseñar muchos materiales diferentes, con lenguajes distintos y adaptados a cada grupo poblacional en particular.

Como reflexión global, cabe decir que el proyecto ha demostrado que la integración de la participación comunitaria, la innovación social y la sostenibilidad territorial pueden generar un impacto significativo en el medio rural. Además, las lecciones aprendidas ofrecen una base sólida para la replicabilidad de este modelo en otros territorios con características similares.



RESULTADOS Y LOGROS

13

Indicadores de éxito

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI se monitoriza a través de indicadores clave de éxito, definidos en su fase inicial y evaluados en los informes de seguimiento y evaluación del proyecto.

Principales indicadores y logros alcanzados:

- Participación comunitaria:
 - Más de 100 personas han participado activamente en las actividades organizadas hasta la fecha, con un 60% de participación femenina.
 - Se han realizado 8 actividades participativas hasta el momento, cumpliendo con el 80% de las planificadas para todo el conjunto del proyecto (previsión realización durante el primer semestre de 2025).
- Dinamización del ecosistema local:
 - El 70% de las entidades del municipio se han involucrado en el proyecto.
 - Se han identificado al menos 11 propuestas de uso para la Harinera, superando los objetivos iniciales.
- Impacto en la comunicación y difusión:
 - Se está construyendo un repositorio digital del proyecto, documentándose todo el proceso.
 - Se han publicado informes, materiales y resultados en la web del proyecto.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Impacto en la comunidad

El impacto en la comunidad se articula en torno a los siguientes ejes:

Fortalecimiento del tejido social

Se ha impulsado la participación de colectivos diversos, con una alta representación de mujeres y agentes clave. Además, el modelo participativo Foro Harinera Allo ha permitido que la comunidad defina las bases para la transformación del espacio, habiéndose generado al menos, por el momento, 11 propuestas de uso que reflejan las necesidades reales del territorio.

Innovación y Desarrollo Económico

Se ha identificado la necesidad de potenciar el sector agroalimentario como motor económico, con un 50% de las aportaciones mencionando la importancia de la actividad emprendedora en este ámbito. Al mismo tiempo, un 35% de las propuestas destacan la importancia de contar con espacios para la experimentación tecnológica.

En general, el modelo de gestión del proyecto ha demostrado ser un ejemplo de innovación social, con un enfoque replicable en otros territorios rurales.

Revalorización del patrimonio

Se ha promovido la rehabilitación de la Harinera no solo como espacio físico, sino como un centro de referencia para la innovación territorial.

Modelo de innovación territorial

Se ha demostrado que los procesos participativos pueden guiar la toma de decisiones en la rehabilitación de espacios históricos, asegurando que estos respondan a necesidades reales y no impuestas.

El proyecto permitirá, cuando termine, que Allo se posicione como un referente en la aplicación de modelos de innovación en zonas rurales, con un alto nivel de implicación de la comunidad y un enfoque de aprendizaje continuo.



Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CONCLUSIONES

15

Aportación del proyecto al desarrollo local

El proyecto Espacio Harinera Allo XXI ha supuesto un punto de inflexión en la dinamización del municipio de Allo, aportando valor en múltiples dimensiones: social, económica, cultural y patrimonial.

A pesar de que el proyecto aún no ha concluido, los avances alcanzados permiten identificar su contribución al desarrollo local en aspectos como:

- Fortalecimiento del tejido social y participación ciudadana, involucrando activamente a los vecinos y vecinas en la planificación de su futuro. Además, se ha construido un espacio de diálogo abierto entre la ciudadanía, el Ayuntamiento y otros actores clave, promoviendo una toma de decisiones más inclusiva.
- Dinamización económica y nuevas oportunidades. La Harinera está empezando a perfilarse como un espacio estratégico para impulsar iniciativas de innovación social y emprendimiento en el sector agroalimentario y tecnológico, fomentando modelos de desarrollo sostenibles.
- Preservación y revalorización del patrimonio industrial, conservando la identidad original de un edificio histórico con un enfoque innovador.
- Incorporación de una cultura de innovación en la gestión municipal. Se está experimentando con nuevas formas de trabajo colaborativo dentro de la administración local. Una experiencia que puede servir de referencia para futuras iniciativas municipales.

Proyección y replicabilidad del modelo en otros contextos

Uno de los principales valores del proyecto Espacio Harinera Allo XXI es su potencial para ser replicado en otros territorios rurales que enfrentan desafíos similares. La metodología y aprendizajes obtenidos pueden adaptarse a diferentes escalas y contextos, convirtiéndose en un modelo de referencia para la revitalización de espacios en desuso.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Elementos clave que favorecen su replicabilidad son:

- Modelo de gobernanza participativa, asegurando la viabilidad social de las propuestas.
- Metodologías flexibles y adaptables, combinándose herramientas de innovación social y con la planificación territorial.
- Fomento de la colaboración público-privada: establecimiento de alianzas con entidades sociales, empresas y administraciones.
- Los aprendizajes recibidos que mejorarán el modelo a futuro.

Si bien el proyecto aún se encuentra en desarrollo, los avances alcanzados hasta la fecha confirman su impacto positivo y su potencial como referente en la gestión de la innovación rural. La experiencia de Espacio Harinera Allo XXI demuestra que la activación de espacios en desuso mediante procesos participativos y estrategias de innovación puede convertirse en un motor para la regeneración del territorio y la mejora de la calidad de vida en municipios rurales.



Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

SOPORTES DOCUMENTALES

Para acreditar la información y datos recogidos en la presente memoria, se ha elaborado un listado de soportes documentales que recopilan de manera detallada los avances, resultados y evidencia de cada fase del proyecto. Estos documentos incluyen planes de acción, informes de seguimiento y evaluación, actas de reuniones, materiales de difusión y registros de participación. Este listado se reproduce a continuación. Los soportes documentales se encuentran disponible y pueden ser consultado para verificar la trazabilidad y solidez de la información presentada.

Listado de Soportes Documentales

Nombre del Soporte Documental	Descripción breve
A_Plan de Acción	Plan de Acción del Proyecto. Documento que detalla la planificación inicial, objetivos, cronograma y presupuesto.
B_Cronograma	Cronogramas Actualizados. Cronología de actividades ajustada durante la ejecución del proyecto.
C_Presupuesto	Presupuesto Desglosado. Documento financiero que muestra la asignación de recursos.
D_Institucional	Documentos Institucionales. Registros de decisiones institucionales relevantes para el proyecto.
E_Declaraciones	Declaraciones Públicas del Liderazgo. Comunicados oficiales o discursos relacionados con el proyecto.
F_Instrumentos recogida información	Encuestas Ciudadanas. Instrumentos para recopilar información sobre necesidades y expectativas.
G_Análisis Resultados	Resúmenes de Resultados de Encuestas. Análisis y conclusiones derivados de las encuestas realizadas.
H_Actas Participativas	Actas de Sesiones Participativas. Registros de reuniones y talleres celebrados en el marco del proyecto.
I_Materiales	Materiales de Talleres. Presentaciones, documentos y recursos utilizados en actividades de cocreación.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Nombre del Soporte Documental	Descripción breve
J_Seguimientos	Informes de Seguimiento. Documentos que monitorizan el progreso del proyecto.
K_Informes Evaluación	Informes de Evaluación de Fases. Evaluaciones formales sobre el desempeño en cada fase del proyecto.
L_Estudios Tendencias	Estudios de Tendencias Tecnológicas. Análisis de oportunidades e innovaciones relevantes para el proyecto.
M_Metodología	Guías Metodológicas Adaptadas. Referencias que explican la metodología implementada en el proyecto.
N_Mapa Agentes	Listado de Colaboradores. Registro de entidades y personas involucradas en el proyecto.
O_Acuerdos Terceros	Acuerdos de Colaboración firmados. Documentos que formalizan alianzas con agentes clave.
P_Repositorio	Repositorios Digitales de Conocimiento. Espacios virtuales donde se almacenan materiales y aprendizajes generados.
Q_Dossier Medios	Publicaciones en Medios y Redes Sociales. Ejemplos de notas de prensa, artículos y publicaciones en redes.
T_Multimedia	Fotografías y Vídeos. Evidencias gráficas de actividades realizadas.
V_Aprendizajes	Listado de Aprendizajes identificados. Resúmenes de errores y lecciones aprendidas durante el proyecto.

Subvencionado por:



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO