

Del mismo cabe destacar, de una parte, el elevado número de consultas que se recibe en relación con expedientes de queja tramitados por el Defensor del Pueblo Andaluz, ya sea para conocer el estado de tramitación en el que éstos se encuentran, ya sea para aportar datos adicionales, ya sea para solicitar alguna explicación puntual sobre el sentido de alguna actuación, etc.

Asimismo, resulta significativo el número de actuaciones dirigidas a favorecer la presentación de una queja ante esta Defensoría, a partir de la cual poder llevar a cabo un análisis profundo de la cuestión planteada.

Finalmente, en relación con las intervenciones, las realizadas este año han estado por encima de las llevadas a cabo en el 2013, debiendo ser destacada su importancia toda vez que las mismas van orientadas a atender necesidades puntuales, apremiantes y hasta urgentes de personas que acuden a nuestra Institución.

02.4 Redes sociales y página web

El 2014 ha sido un año de consolidación de las redes sociales y de los sistemas de participación integrados en nuestros sitios web, como canal de comunicación con la ciudadanía.

Destaca el papel cada vez más relevante que tienen estos medios para el desarrollo de labores de difusión de nuestra actividad, para la promoción de derechos y libertades, para la convocatoria de los medios de comunicación, como instrumento de transparencia y, cómo no, como cauce para la gestión de consultas, comentarios y propuestas que nos son lanzadas por parte de la ciudadanía.

Estos instrumentos están permitiendo en buena medida la consecución de gran parte de los objetivos asumidos por la Institución en años precedentes, de tal manera que se está logrando acercar la Defensoría del Pueblo Andaluz a un ingente número de personas y colectivos sociales que, de otra manera, difícilmente habrían llegado a conocer con profundidad los cometidos de este Comisionado parlamentario, la importancia de su actividad para la defensa de los derechos y libertades de la ciudadanía, así como la posibilidad de recurrir a nosotros para resolver discrepancias surgidas con las Administraciones Públicas de Andalucía e incluso problemas acaecidos con entidades prestadoras de servicios de interés general.

En lo atinente a la gestión de consultas a través de estos canales, se aprecia la magnífica acogida que esta iniciativa ha tenido entre la población. Así, a pesar de que el cómputo de consultas recibidas a través de facebook, twitter y sitios web no se inició hasta el mes de marzo, el volumen de actuaciones desarrolladas por estos canales si sitúa casi al mismo nivel que la actividad habida durante todo el año a través del correo electrónico, un medio absolutamente consolidado entre la población.

A continuación se analiza de manera más detallada la evolución habida a lo largo del año 2014 en cada una de las redes sociales en la que la Institución tiene presencia. Asimismo, se incorpora un apartado dedicado al análisis del sitio web del Defensor del Pueblo Andaluz.

02.4.1 Facebook

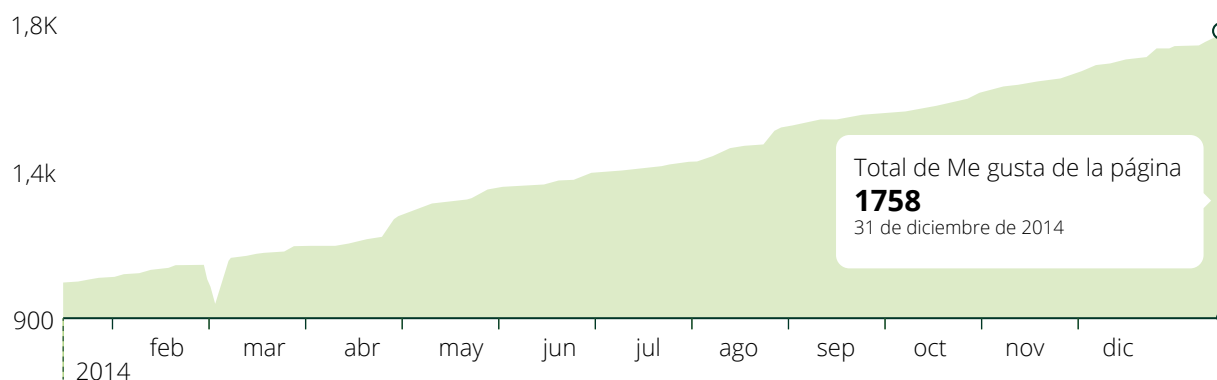
www.facebook.com/DefensordelPuebloAndaluz

02.4.1.1 Evolución del número de fans

Comenzamos el año 2014 con 997 fans, habiéndose registrado un incremento de 761 a lo largo del año, de tal forma que el número total de fans a 31 diciembre 2014 es de 1.758.

En este sentido, hemos experimentado un incremento del 76.3%.

■ Total de Me gusta de la página



02.4.1.2 Perfil de nuestros fans

En cuanto al perfil medio de dichos fans, éste se sitúa en el entorno de edad comprendido entre los 35 y los 44 años (32%), siendo el sexo femenino el que predomina entre nuestros seguidores.

Personas a las que les gusta tu página

Mujeres

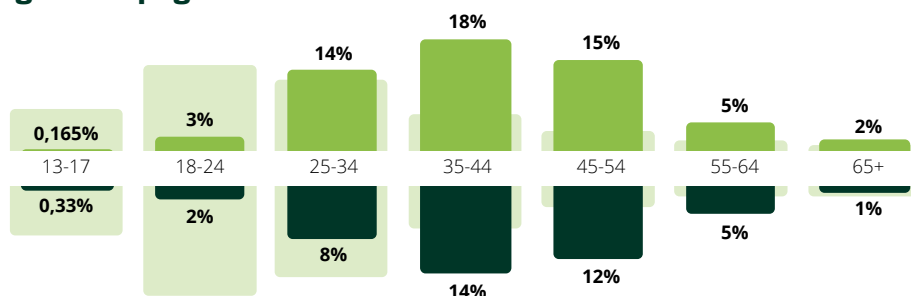
■ 56%
Tus fans

■ 46%
Todo Facebook

Hombres

■ 43%
Tus fans

■ 54%
Todo Facebook



02.4.1.3 Procedencia geográfica de nuestros fans

Por lo que concierne al lugar de origen de nuestros fans, parece ser que en Sevilla es donde se concentra la mayoría de personas a las que les gusta nuestra página, seguida de Málaga, Granada, Córdoba, Madrid, Algeciras, Almería, Cádiz, Jaén, Huelva y El Puerto de Santa María.

Ciudad

Sevilla

Málaga

Granada

Córdoba

Madrid

Algeciras

Almería

Cádiz

Jaen

Huelva

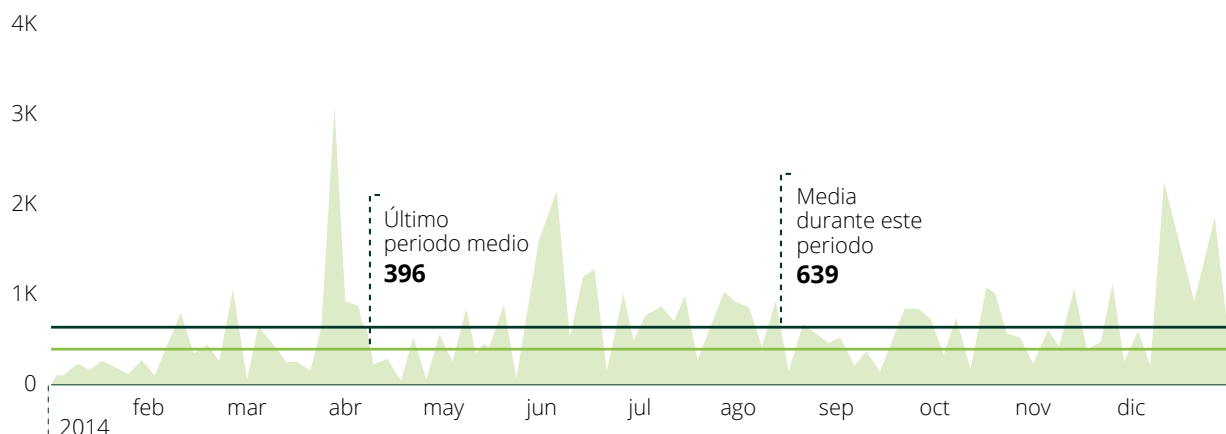
Santa María

De este modo, se detecta la gran acogida de nuestra página de Facebook en Andalucía, frente al resto de lugares desde donde es visitada.

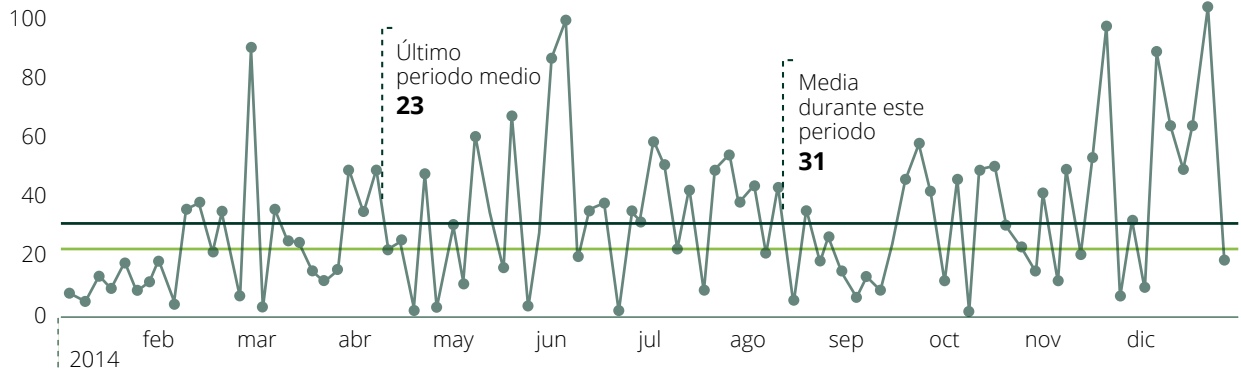
02.4.1.4 Actividad registrada en la página y alcance de publicaciones

Con respecto a la actividad registrada en la página y al alcance de las publicaciones habidas en ella, a continuación se ofrece información sobre el particular.

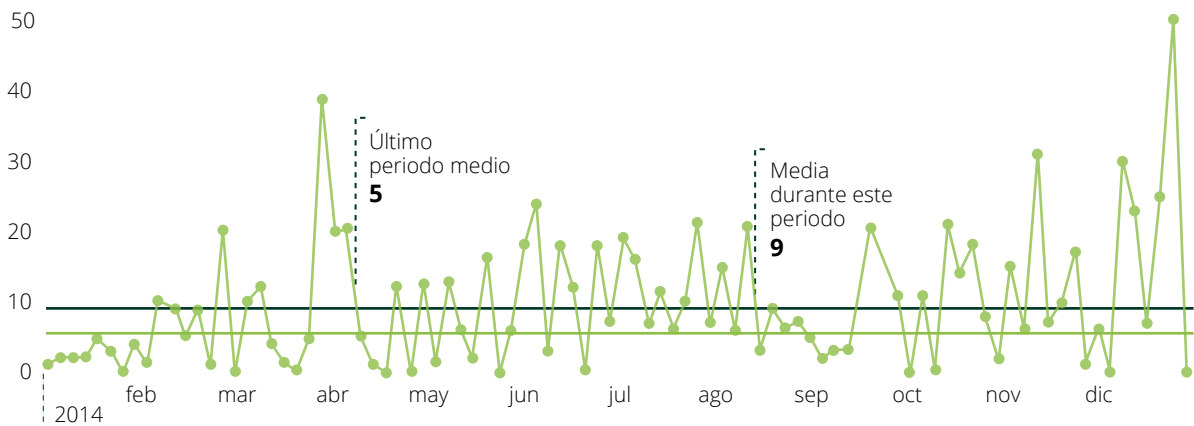
■ Alcance de la publicación (número de usuarios a los que se mostró la publicación)



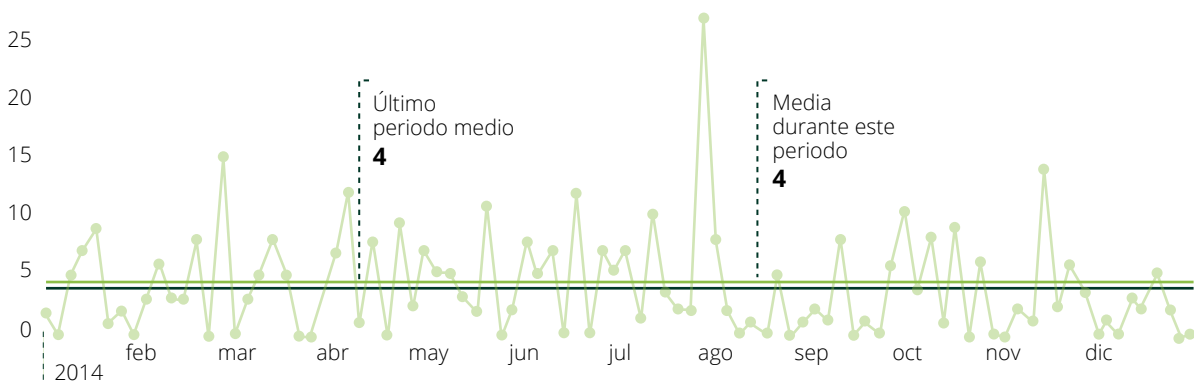
— “Me gusta”

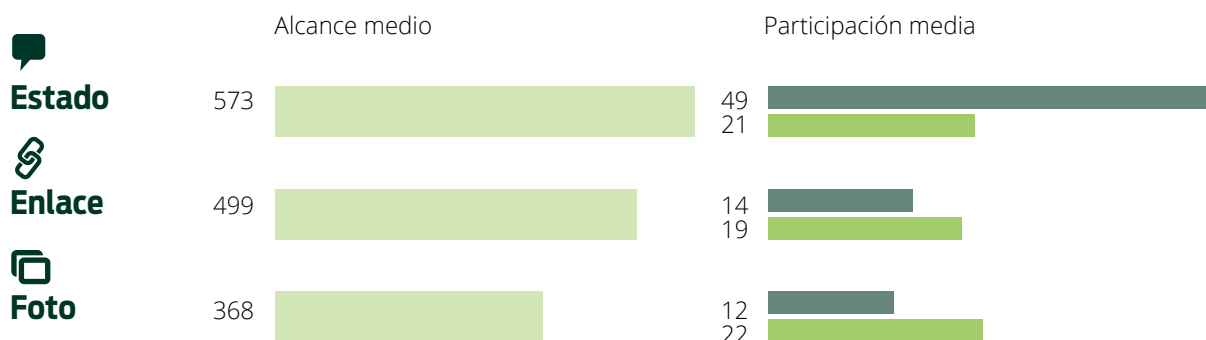


— Veces que se ha compartido



— Comentarios





02.4.1.5 Alcance de publicaciones en atención a la materia tratada

En cuanto a las materias que más interés despiertan en esta red social, destacan los asuntos de índole social y las intervenciones realizadas por parte del titular de la Institución.

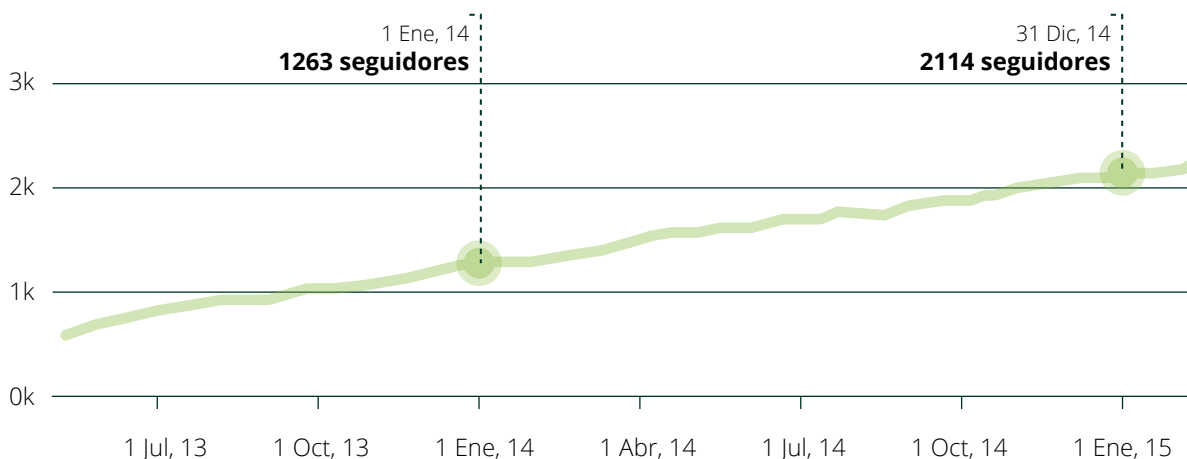
Materia	Fecha	Alcance	Compartido	Comentarios	Me gusta	Impresiones
Educación	25/03/2014	9544	129	12	180	19896
Justicia	11/06/2014	5960	110	63	240	12403
Igualdad	23/09/2014	4786	102	5	250	8957
Salud	12/12/2014	3256	79	7	174	6857
Salud	17/07/2014	2728	39	12	85	5032
Medio Ambiente	30/07/2014	1981	22	5	35	4081
Dependencia	12/12/2014	1962	24	0	80	4191
Cláusulas suelo	06/06/2014	1850	13	1	47	3460
Menores extranjeros	23/06/2014	1762	21	2	38	3312
Cláusulas suelo	20/02/2014	1759	24	8	44	3445
Tráfico/Discap.	11/12/2014	1661	30	9	96	3660
Dependencia	18/08/2014	1585	20	1	27	3262
Admón. Tributaria	10/12/2014	1470	26	0	45	3030
Menores	25/07/2014	1412	29	4	75	2958
Trabajo	25/12/2014	1368	18	4	13	2812

02.4.2 Twitter: @DefensorAndaluz

Un año más seguimos con una progresión ascendente en el número de personas que nos siguen en nuestra cuenta Twitter. Es cierto que no crecemos a la velocidad que lo hacíamos en el años pasado, si bien el crecimiento sigue teniendo un buen ritmo.

En este sentido, el 1 de enero de 2014 teníamos 1.263 seguidores en esta red social y, transcurrido el año, éstos se han situado en 2.114, lo que supone un incremento de 851 seguidores.

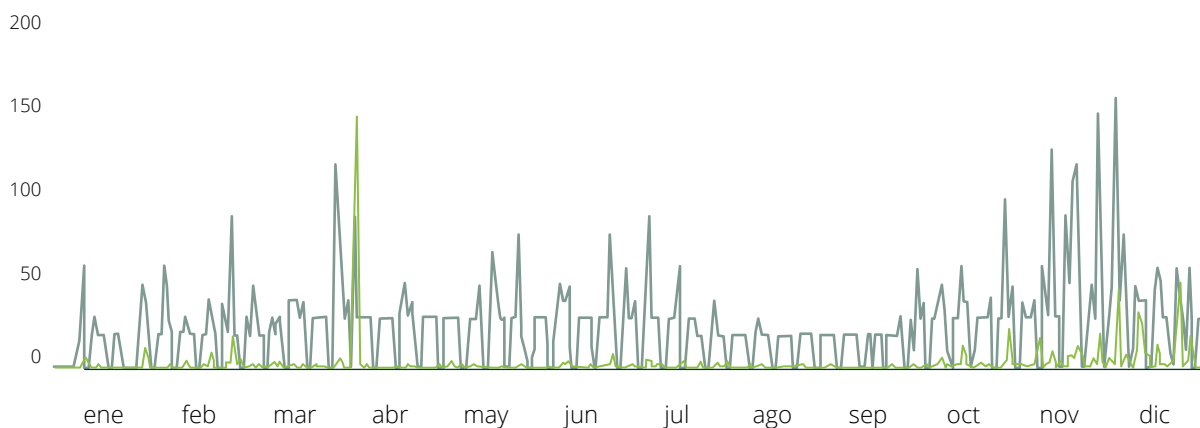
— Evolución de los seguidores

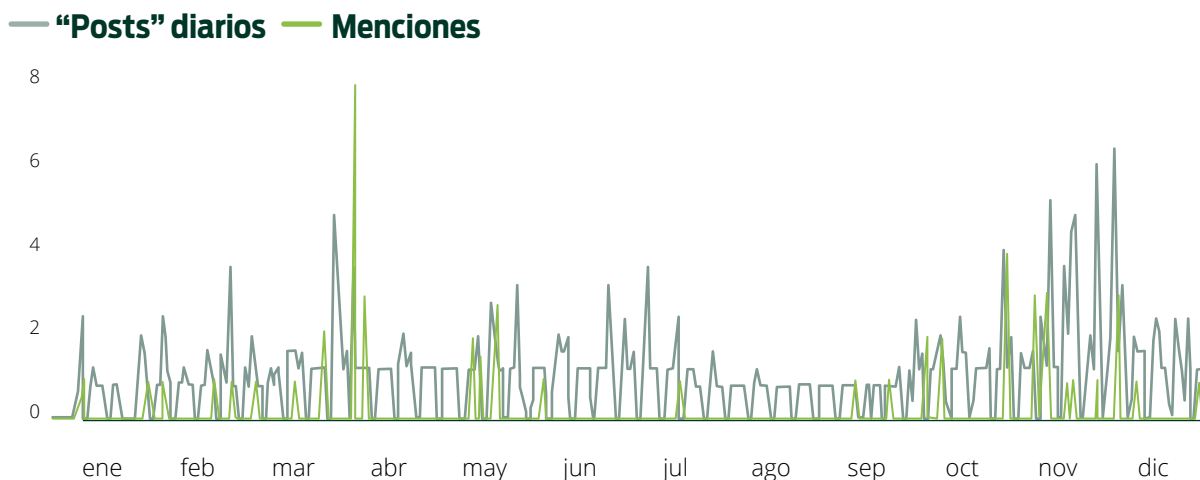


En cuanto al número de tuits lanzados, a 31 de diciembre de 2013 éste se situaba en 1.586 tuits mientras que a 31 de diciembre de 2014 eran 2.706. En este sentido, durante este año han sido lanzados 1.120 tuits, con una tasa de conversión de 0.80 seguidores por tuit.

Por lo que afecta al alcance de nuestros mensajes, cabe señalar que a la fecha indicada han sido recibidos 779 retuits, 1554 menciones y que hemos sido señalados como favoritos 268 veces.

— “Posts” diarios — “Retweets”





Merece pues destacar el importante grado de penetración que han tenido algunos de nuestros tuits.

Sirvan de ejemplo lo siguientes:

“El desalojo de la Corrala Utopía conlleva un grave peligro de los derechos de familias en riesgo de exclusión social y de los menores”, que llegó a 54.082 seguidores potenciales, con 69 retuits y 11 favoritos.

“Las ayudas de servicios sociales son un parche, debería existir un pacto de estado para garantizar suministros mínimos #PobrezaEnergeticadPA”, que llegó a 45.766 seguidores potenciales con 6 retuits.

“Escucha al Defensor del Pueblo Andaluz Jesús Maeztu en directo. <http://bit.ly/1lmQOmn> @lalupaCTV @TvelCorreo”, con 40.341 seguidores potenciales con 20 retuits y 10 favoritos.

02.4.3 Youtube

02.4.3.1 Evolución

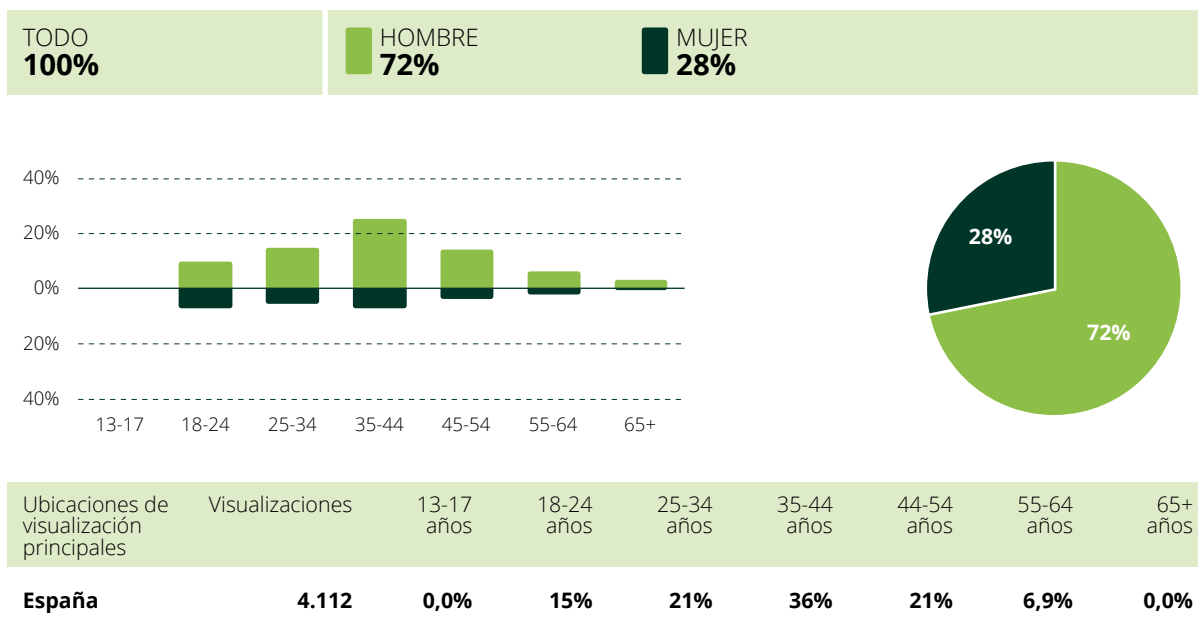
En relación con nuestro canal YouTube, debe señalarse que éste comenzó a operar en el año 2012, concretamente el día 16 de marzo.

La actividad habida en este canal a lo largo del año 2013 se vio notablemente incrementada, de tal manera que se subieron 36 vídeos que fueron reproducidos 5566 veces. No obstante, en el año 2014 se ha producido un leve descenso, habiéndose subido 33 vídeos que han tenido 5008 reproducciones.

Año	Vídeos subidos	Reproducciones
2012	10	700
2013	36	5.566
2014	33	5.008
TOTAL	79	11.274

02.4.3.2 Perfil de usuarios/as

En cuanto al perfil que presentan los usuarios y usuarias de nuestro canal YouTube, debe significarse que la mayoría son varones de edad comprendida entre los 35 y los 44 años.



02.4.3.3 Lugares desde donde se reproducen nuestros vídeos

Como se constata en la tabla siguiente, la mayor parte de las reproducciones de nuestros vídeos se hace desde España (82%). No obstante, debe destacarse el interés que igualmente despiertan más allá de nuestras fronteras, especialmente en Hispanoamérica.

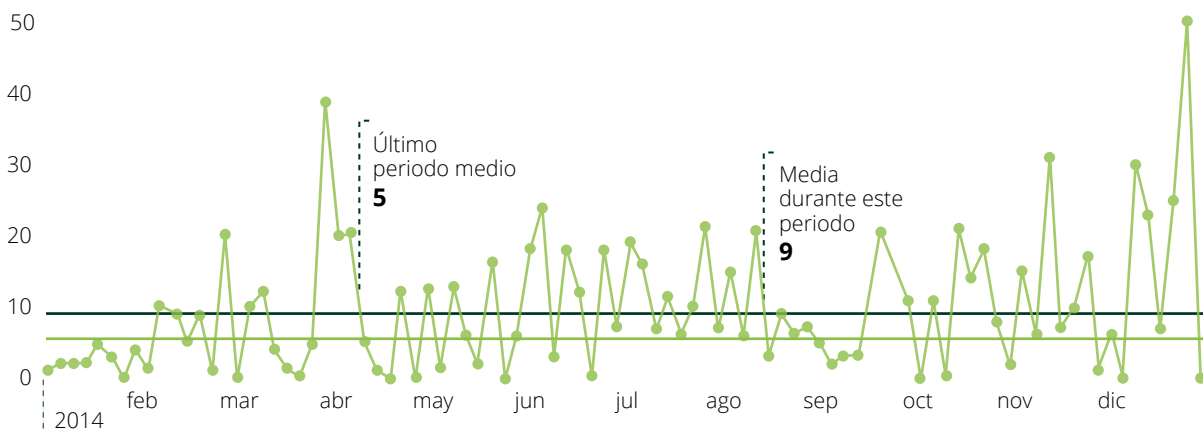
País	Reproducciones	Minuto	Duración media
España	4.112(82%)	19.249 (79%)	4:40
México	328 (6,5%)	2.428 (10%)	7:24
Argentina	89 (1,8%)	300 (1,2%)	3:22
Colombia	76 (1,5%)	352 (1,4 %)	4:37
Perú	69 (1,4%)	535 (2,2%)	7:44
Ecuador	42 (0,8%)	148 (0,6%)	3:31
Estados Unidos	32 (0,6%)	84 (0,3%)	2:27

Francia	22 (0,4 %)	97 (0,4%)	4:24
Costa Rica	21 (0,4%)	51 (0,2%)	2:24
Guatemala	21 (0,4%)	107 (0,4 %)	5:07
Reino Unido	19 (0,4%)	135 (0,6%)	7:04
Alemania	17 (0,3%)	105 (0,4 %)	6:09

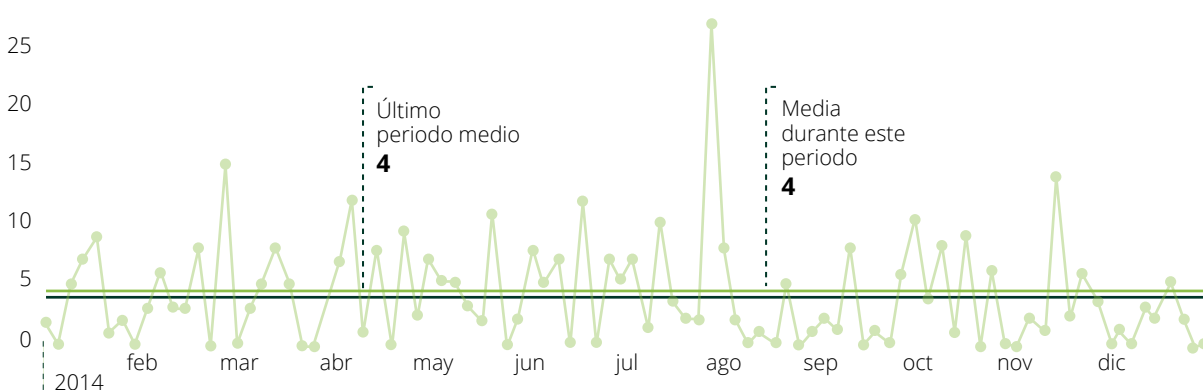
02.4.3.4 Interacciones

En cuanto a las interacciones habidas con la audiencia, éstas se describen puntualmente en el siguiente gráfico.

— Veces que se ha compartido



— Comentarios



02.4.3.5 Temas con mayor acogida

Como se aprecia en la gráfica que se acompaña, los vídeos que hasta la fecha han despertado mayor interés entre nuestra audiencia son los que describen el cometido de nuestra Institución y los que versan sobre la promoción de derechos.

No obstante, llama la atención el elevado número de visualizaciones que ha tenido el vídeo sobre una comparsa del Carnaval de Cádiz del año 2014, que hablaba sobre desahucios, con el que quisimos ilustrar una de las entradas que hicimos en nuestros canales de comunicación precisamente sobre este asunto que tantos dramas sociales está provocando.

Los 10 videos más populares

Vídeo	Visualizaciones	Minutos de visualización estimados	Me gusta
Desahucios Comparsa Carnaval ...	59 (10%)	1.499 (6,1%)	4
Vídeo Institución del Defensor d...	404 (8,1%)	1.346 (5,5%)	0
JORNADA "CONCIENCIACIÓN Y S...	358 (7,1%)	3.062 (13%)	2
III Jornadas de Seguridad Vial: Se...	268 (5,4%)	2.110 (8,7%)	0
Vídeo ganador del concurso "Así ...	223 (4,5%)	183 (0,8%)	1
Jornada "Transparencia y Medio ...	191 (3,8%)	1.825 (7,5%)	0
Derechos de los Menores	175 (3,5%)	435 (1,8%)	0
Video Institucional del Defensor ...	162 (3,2%)	273 (1,1%)	0
Comentar, valorar, compartir	152 (3,0%)	98 (0,4%)	0
Presenta tu queja	141 (2,8%)	190 (0,8%)	0

02.4.4 Sitio web

Al objeto de describir de manera detallada la actividad habida en nuestro sitio web, a continuación se incorpora información que enjuiciamos relevante.

Visitas totales

Año	Visitas	Visitantes únicos	Páginas visitadas
2012	80.931	55.593	305.099
2013	163.964	123.055	433.471
2014	191.810	148.829	468.445

Como se detecta en la tabla, respecto del año 2013 ha habido un crecimiento del 17% en el número de vivitas, del 21% en los visitantes únicos y del 8% en las páginas visitadas.

Visitas por meses

	2012	2013	2014
Enero	Sin determinar	12.024	12.788
Febrero	450	12.026	16.380
Marzo	10.468	13.840	17.795
Abril	4.746	17.894	15.408
Mayo	9.085	18.524	17.774
Junio	9.382	14.335	16.766
Julio	7.079	12.325	16.317
Agosto	5.347	8.314	10.630
Septiembre	6.622	11.431	14.061
Octubre	10.382	15.785	17.264
Noviembre	10.352	16.025	19.464
Diciembre	7.017	11.441	17.163
TOTAL	80.481	163.964	191.810

En cuanto a la evolución habida al cabo del año, igualmente se detectan incrementos en todos los meses respecto del año 2013, a excepción de los meses de abril y mayo, en los que en el año 2013 hubo un incremento altísimo en el número de visitas.

Procedencia de las visitas

En cuanto a la procedencia de las visitas, la mayor parte de ellas llegan desde España (92,91%).

Asimismo, por lo que se refiere a Andalucía, del total de visitas habidas en el año 2014, 87.672 procedían de nuestra Comunidad.

Visitas por dispositivo

	2012	2013	2014
Ordenadores PC	75.887	140.399	142.300
Móvil	3.622	17.058	37.847
Tablet	1.422	6.057	11.113

En cuanto a los dispositivos desde donde se han realizado las visitas, se consolida el incremento habido en el acceso a través de dispositivos móviles. Este hecho ha justificado que se haya iniciado durante el año 2014 un proceso para la mejor adaptación de nuestras web a este tipo de instrumentos.


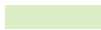








Visitas a través de Redes Sociales

Tal y como ocurriera en el año 2013, se detecta que un porcentaje elevado de visitas que se reciben en nuestro sitio web se encuentran vinculadas con las redes sociales, especialmente con Facebook (69,77%) y, en menor medida, con Twitter (26,10%).

 Sesiones: **191.260**



Sesiones a través de referencias sociales: **7.562**

Red Social	Sesiones	% Sesiones
1. Facebook	5.276	 69,77%
2. Twitter	1.974	 26,10%
3. Blogger	229	 3,03%
4. WordPress	62	 0,82 %
5. Google+	6	 0,08%
6. Tuenti	5	 0,07%
7. Scribd	4	 0,05%
8. Reddit	2	 0,03
9. Facebook Apps	1	 0,01%
10. Linkedin	1	 0,01%