

## 07.2 CAPÍTULO 02. OFICINA DE ATENCIÓN CIUDADANA

### 02.3 Datos estadísticos sobre las consultas

A continuación se refieren una serie de datos estadísticos relativos a las consultas atendidas a lo largo del ejercicio 2014 por parte de la Oficina de Atención Ciudadana. Los mismos van orientados a ofrecer una imagen descriptiva, detallada y fiel de la actividad desarrollada durante este año.

Para favorecer la adecuada comprensión y valoración de los datos cuantitativos que se relacionan a continuación, se ha entendido oportuno estructurar el análisis con arreglo al siguiente esquema:

- Total de consultas tramitadas a lo largo del año. Comparativa con años anteriores.
- Distribución mensual de las consultas recibidas.
- Distribución de consultas en atención al canal de comunicación empleado.
- Distribución de consultas por materias.
- Distribución de consultas por materias y sexo.
- Distribución de consultas por materias y provincias.
- Distribución de consultas en función del tipo de actuación llevada a cabo.

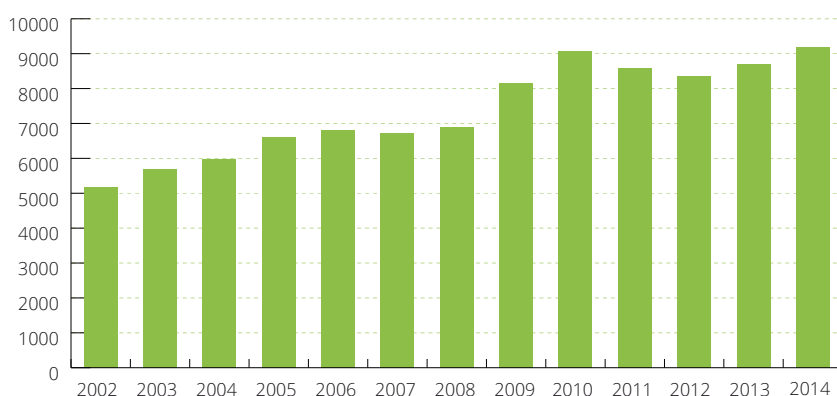
#### 02.3.1 Total de consultas tramitadas a lo largo del año. Comparativa con años anteriores

Durante el ejercicio 2014 ha sido atendido un total de **9.185 consultas**, lo que supone un récord de consultas atendidas en un año a lo largo de la historia de la Institución del Defensor del Pueblo Andaluz.

A continuación se contiene un cuadro con la evolución habida en los últimos 13 años, en el que se aprecia precisamente la tendencia alcista en la demanda ciudadana de este servicio de Oficina de Atención Ciudadana.

**Consultas tramitadas a lo largo del año. Comparativa con años anteriores**

Año	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Consultas	5.181	5.691	5.962	6.594	6.810	6.710	6.888	8.143	9.082	8.575	8.365	8.691	9.185



## 02.3.2

# Distribución de consultas en atención al canal de comunicación empleado

Son muchos y variados los canales de comunicación que el Defensor del Pueblo Andaluz tiene puestos a disposición de la ciudadanía.

El objetivo no es otro que favorecer la participación ciudadana y el recurso a nuestra Institución, evitando así que las distancias, los horarios o las barreras tecnológicas constituyan un hándicap para acceder a nuestros servicios.

En este sentido, en la actualidad pueden dirigirse consultas a la Institución a través de los siguientes canales:

- En persona, acudiendo a la sede de la Institución, sita en Sevilla en la calle Reyes Católicos, 21.
- Por correo postal, dirigido a nuestra sede.
- Por teléfono, llamando al número 954 21 21 21.
- Por fax, contactando con el número 954 21 44 97.
- Por e-mail, escribiendo a [defensor@defensor-and.es](mailto:defensor@defensor-and.es)
- A través de los sitios web de la Institución:
  - [www.defensordelpuebloandaluz.es](http://www.defensordelpuebloandaluz.es)
  - [www.defensordelmenordeandalucia.es](http://www.defensordelmenordeandalucia.es)
- A través de la sede electrónica.
- En el Teléfono del Menor, que es gratuito. 900.506.113.
- A través de las redes sociales: facebook, twitter, tuenti y youtube.

Con respecto a años precedentes, una novedad sustancial merecedora de ser relatada en este informe, consiste en que durante el presente ejercicio se ha articulado un sistema que ha hecho factible el cómputo de las consultas que recibimos a través de Facebook y de Twitter, además de las que nos llegan por los canales de participación ciudadana dispuestos en nuestros sitios web.

Las mismas, se han llegado a situar a niveles semejantes al alcanzado por las consultas que nos llegan a través del correo electrónico, un canal absolutamente consolidado a lo largo de los últimos años. De hecho, teniendo en cuenta que tal sistema de cómputo no se dispuso hasta finales del primer trimestre, cabe entender que el protagonismo que han adquirido las redes sociales y los sitios web para la presentación de consultas es aún mayor.

Asimismo, la consolidación de las redes sociales como sistema habitual de comunicación entre importantes sectores de la sociedad nos lleva a augurar un mayor protagonismo de estos canales en años venideros.

Por lo demás, tal y como se aprecia en los cuadros que se incorporan a continuación, se consolida un año más el enorme protagonismo que tiene el teléfono como medio preferido por la ciudadanía para plantear sus consultas. Así, las recibidas a través del número institucional (954 21 21 21) y del Teléfono gratuito del Menor, suman un porcentaje cercano al 70%.

A una más que considerable distancia se sitúan las consultas presenciales, que se atienden en la propia sede de la Institución y que se sitúan cercanas al 16% del total. La tendencia que se viene detectando lleva a concluir que cada vez más la ciudadanía opta por canales de comunicación mucho más ágiles, que permiten un tratamiento inmediato de las consultas y que no requieren el desplazamiento de los interesados a las oficinas que disponemos.

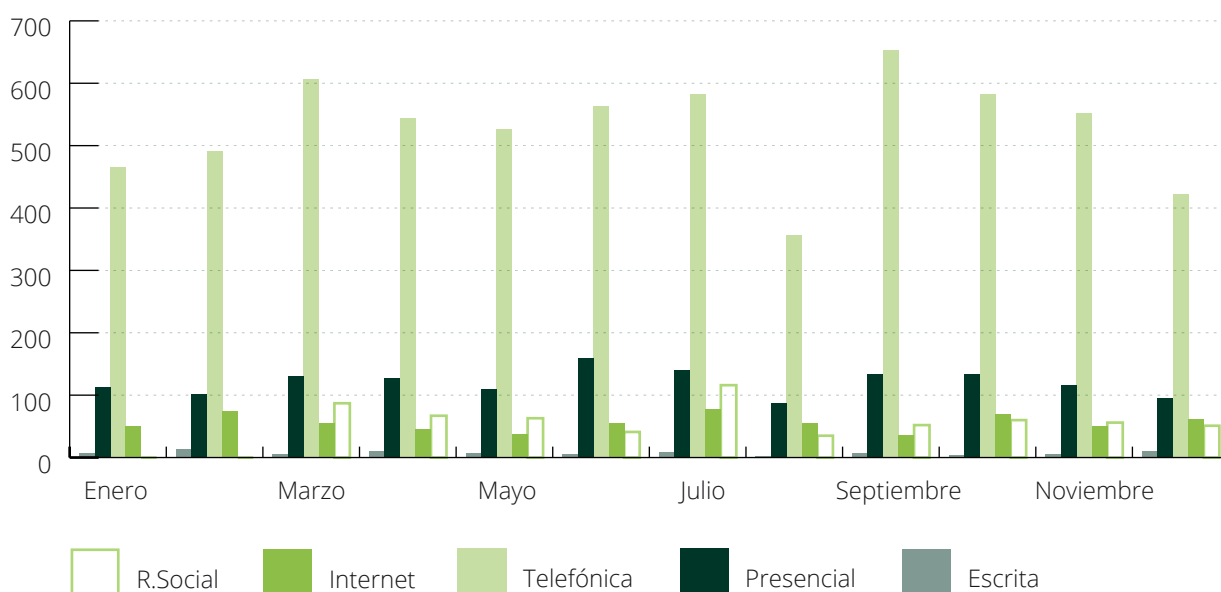
Asimismo, la enorme extensión de nuestra Comunidad Autónoma y el hecho de que este Comisionado únicamente cuente con una sede localizada en Sevilla, son razones que igualmente vienen a justificar esta tendencia que comentamos.

[·volver·](#)

## Distribución de consultas en atención al canal de comunicación

Mes	Escrita	Presencial	Telefónica	Internet	R. Social	Total	%
Enero	8	113	465	51	0	637	6,94%
Febrero	13	102	491	74	0	680	7,40%
Marzo	5	131	607	55	87	885	9,64%
Abril	11	127	544	45	67	794	8,64%
Mayo	7	110	527	38	63	745	8,11%
Junio	6	159	563	56	41	825	8,98%
Julio	9	140	583	77	116	925	10,07%
Agosto	3	88	357	56	35	539	5,87%
Septiembre	8	134	654	36	52	884	9,62%
Octubre	4	134	583	69	60	850	9,25%
Noviembre	6	116	552	51	56	781	8,50%
Diciembre	11	95	422	61	51	640	6,97%
<b>Total:</b>	<b>91</b>	<b>1.449</b>	<b>6.348</b>	<b>669</b>	<b>628</b>	<b>9.185</b>	<b>100,00%</b>

## Tipo de consulta por meses y canal

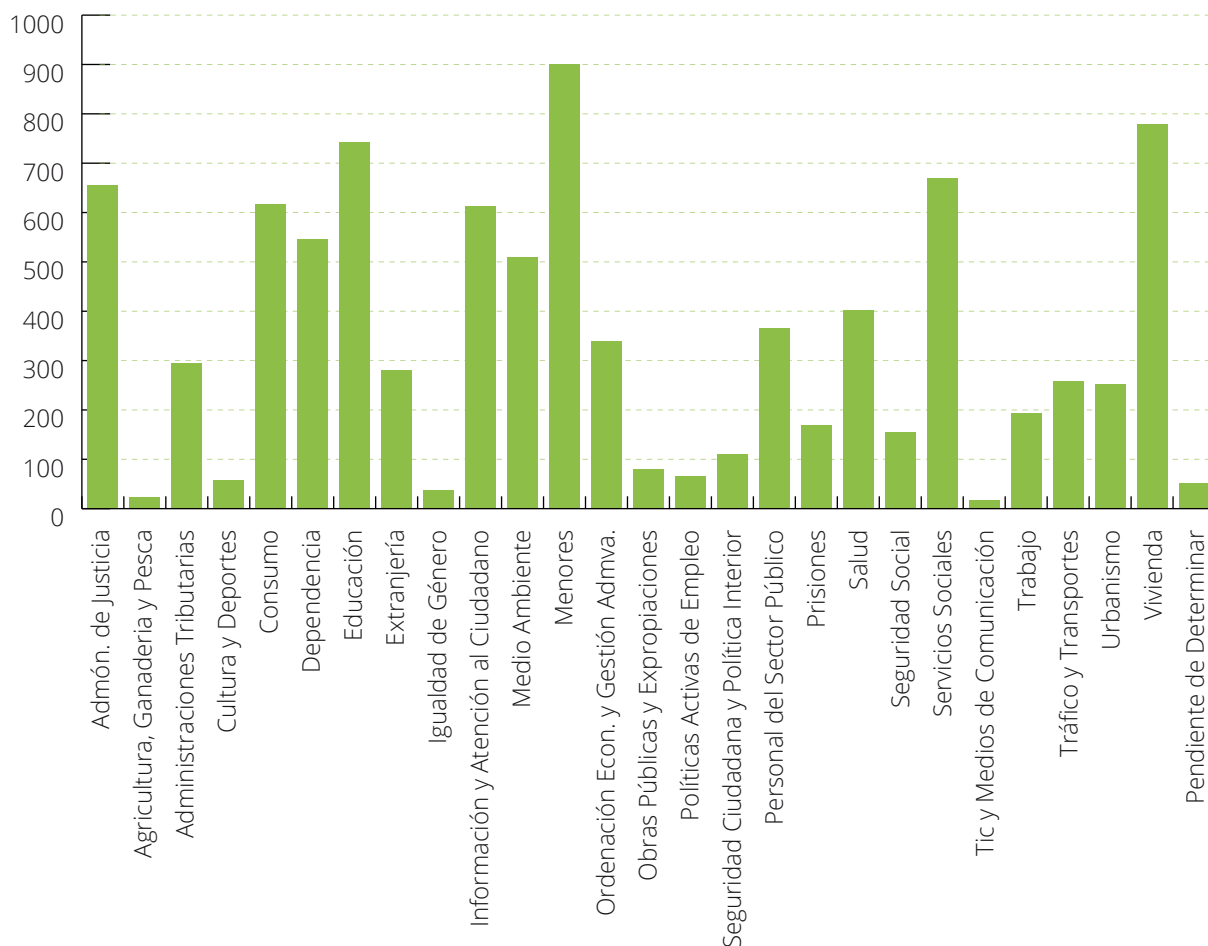


## 02.3.3 Distribución de consultas por materias

### Distribución de consultas por materias

Resultado	Total	%
Admón. de Justicia	656	7,14
Agricultura, Ganadería y Pesca	23	0,25
Administraciones Tributarias	294	3,20
Cultura y Deportes	57	0,62
Consumo	616	6,71
Dependencia	547	5,96
Educación	742	8,08
Extranjería	281	3,06
Igualdad de Género	38	0,41
Información y Atención al Ciudadano	613	6,67
Medio Ambiente	509	5,54
Menores	900	9,80
Ordenación Econ. y Gestión Admva.	339	3,69
Obras Públicas y Expropiaciones	81	0,88
Políticas Activas de Empleo	65	0,71
Seguridad Ciudadana y Política Interior	110	1,20
Personal del Sector Público	366	3,98
Prisiones	169	1,84
Salud	402	4,38
Seguridad Social	156	1,70
Servicios Sociales	669	7,28
Tic y Medios de Comunicación	17	0,19
Trabajo	193	2,10
Tráfico y Transportes	258	2,81
Urbanismo	252	2,74
Vivienda	780	8,49
Pendiente de Determinar	52	0,57
<b>TOTAL</b>	<b>9.185</b>	

## Consultas por materias



Los datos que se extraen de los cuadros sobre temáticas tratadas en las consultas gestionadas a lo largo del año 2014 confirman que los asuntos relativos a **menores** son los que más interés concitan en la ciudadanía, de tal forma que como viene siendo habitual el número de consultas recibidas sobre esta cuestión vuelve a situarse un año más por delante de las habidas en relación con otras materias.

A este respecto, es preciso indicar la relevancia que adquiere el hecho de que el Defensor del Pueblo Andaluz ostente igualmente la condición de Defensor del Menor de Andalucía, habida cuenta que tal circunstancia permite otorgar un mayor protagonismo si cabe a las actuaciones que se desarrollan en relación con estos colectivos especialmente vulnerables.

Protagonismo éste que llega más allá de los límites de nuestra Comunidad, y es que hemos de decir que no son pocas las consultas que se reciben de ciudadanos y ciudadanas residentes en otras comunidades españolas.

Con respecto al año 2013, sí se detecta un ostensible incremento en consultas tratadas en relación con asuntos de **vivienda**. En este sentido, son sumamente recurrentes los relatos de personas que han perdido su vivienda o que no puede afrontar el pago de alquileres o de cuotas hipotecarias y que, por ello, nos interesan información acerca de los trámites a seguir para conseguir la adjudicación de una vivienda protegida.

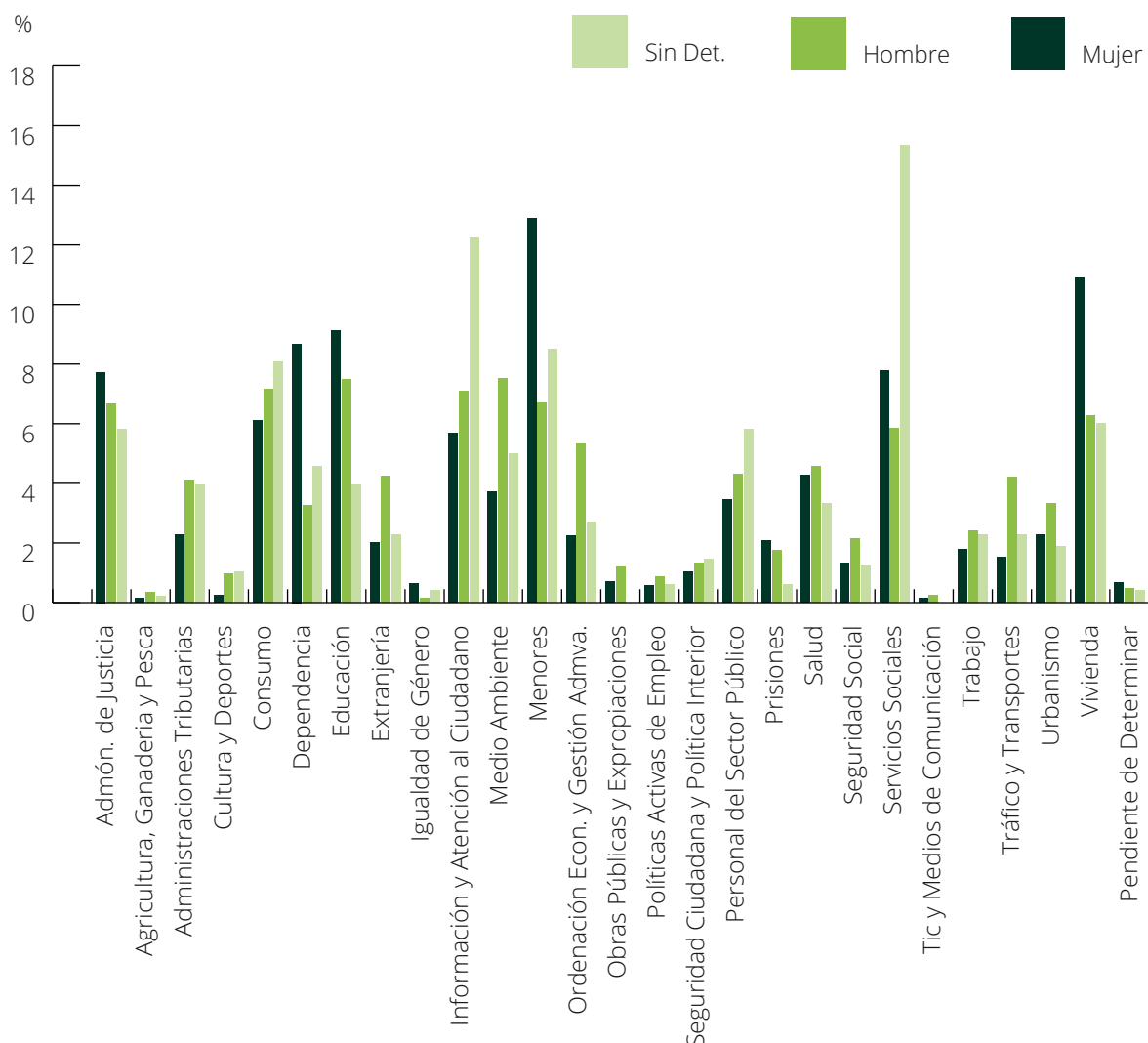
También ha adquirido un importante protagonismo las consultas recibidas en materia de **educación**. Destacan especialmente los asuntos relativos a los distintos procesos de escolarización, seguidos a lo largo del año y los conflictos surgidos entre estudiantes, tras los que se esconden diversos casos de presunto acoso escolar.

Igualmente procede destacar el volumen de consultas habidas sobre **servicios sociales**. En relación con este asunto, entendemos oportuno señalar la gravísima situación que presentan muchas personas que acuden a nuestra Institución solicitando ayuda, en especial, en referencia al salario social.

Se trata de familias enteras que carecen de recursos con los que mínimamente poder atender sus necesidades más elementales por lo que cualquier retraso en el abono de estos ingresos, que son los únicos que tienen, los lleva a una situación límite.

## 02.3.4 Distribución de consultas por materias y sexo

Consultas por materia y sexo



## Consultas por materias

Resultado	Mujer	%	Hombre	%	Sin Det.	%	Total	%
Admón. de Justicia	344	7,73	284	6,67	28	5,81	656	7,14
Agricultura, Ganadería y Pesca	7	0,16	15	0,35	1	0,21	23	0,25
Administraciones Tributarias	101	2,27	174	4,09	19	3,94	294	3,20
Cultura y Deportes	11	0,25	41	0,96	5	1,04	57	0,62
Consumo	272	6,12	305	7,17	39	8,09	616	6,71
Dependencia	386	8,68	139	3,27	22	4,56	547	5,96
Educación	405	9,11	318	7,47	19	3,94	742	8,08
Extranjería	89	2,00	181	4,25	11	2,28	281	3,06
Igualdad de Género	29	0,65	7	0,16	2	0,41	38	0,41
Información y Atención al Ciudadano	252	5,67	302	7,10	59	12,24	613	6,67
Medio Ambiente	165	3,71	320	7,52	24	4,98	509	5,54
Menores	574	12,90	285	6,70	41	8,51	900	9,80
Ordenación Econ. y Gestión Admva.	100	2,25	226	5,31	13	2,70	339	3,69
Obras Públicas y Expropiaciones	31	0,70	50	1,18	0	0,00	81	0,88
Políticas Activas de Empleo	25	0,56	37	0,87	3	0,62	65	0,71
Seguridad Ciudadana y Política Interior	46	1,03	57	1,34	7	1,45	110	1,20
Personal del Sector Público	154	3,46	184	4,32	28	5,81	366	3,98
Prisiones	92	2,07	74	1,74	3	0,62	169	1,84
Salud	191	4,29	195	4,58	16	3,32	402	4,38
Seguridad Social	59	1,33	91	2,14	6	1,24	156	1,70
Servicios Sociales	346	7,78	249	5,85	74	15,35	669	7,28
Tic y Medios de Comunicación	7	0,16	10	0,24	0	0,00	17	0,19
Trabajo	79	1,78	103	2,42	11	2,28	193	2,10
Tráfico y Transportes	68	1,53	179	4,21	11	2,28	258	2,81
Urbanismo	101	2,27	142	3,34	9	1,87	252	2,74
Vivienda	484	10,88	267	6,27	29	6,02	780	8,49
Pendiente de Determinar	30	0,67	20	0,47	2	0,41	52	0,57
<b>TOTAL</b>	<b>4.448</b>	<b>48,43</b>	<b>4.255</b>	<b>46,32</b>	<b>482</b>	<b>5,25</b>	<b>9.185</b>	<b>100</b>

Con respecto a la variable de género, se sigue detectando un porcentaje algo mayor de consultas planteadas por mujeres. Éstas ascienden al 48,43%, mientras que las de hombres se quedan dos puntos porcentuales por debajo.

No obstante lo anterior, cuando se ponen en conexión la materia afectada en la consulta y la variable de género, entonces sí se producen mayores diferencias entre mujeres y hombres.

Así, mientras que las mujeres muestran un mayor interés por asuntos sobre Menores (12,90%), Vivienda (10,88%) o Dependencia (8,68%), los hombres parecen centrar su atención en cuestiones sobre Medio

Ambiente (7,52%) o Consumo (7,17%). Eso sí, ambos parecen mostrar una importante preocupación en asuntos de Educación.

Frente a este dato, cabe traer a colación el referente a aquellas materias en las que la desviación registrada por sexos es considerable. Se trata de los asuntos concernientes a Menores, Dependencia y Vivienda, precisamente aquellos en los que las féminas parecen mostrar mayor interés.

Tales circunstancias pudieran responder, en buena medida, a los distintos roles que hombres y mujeres han asumido en la sociedad a lo largo de los años.

En este sentido, tradicionalmente el sexo femenino ha ocupado un papel más protagonista en la atención y el cuidado de menores y de personas discapacitadas o dependientes, siendo éstas las áreas en las que la desviación a favor de las mujeres resulta mayor.

Frente a ello, los hombres han tenido una mayor implicación en asuntos de gestión relacionados, por ejemplo, con el pago de tributos y sanciones. Este hecho se ve igualmente confirmado en los cuadros previamente incorporados, habida cuenta la desviación, a favor de los hombres, de las consultas tratadas sobre Administración tributaria y sobre Tráfico.

## 02.3.5 Distribución de consultas por materias y provincias

En cuanto a la procedencia geográfica de las consultas, se intensifica la tendencia registrada en años precedentes respecto al elevado número de ellas que se formulan desde Sevilla, situándose en el 43,42% del total, casi 4 puntos porcentuales por encima de la cifra registrada el año 2013.

La razón de ser de este dato no resulta del todo clara ya que, si bien es cierto que la provincia de Sevilla tiene un mayor peso poblacional respecto a las demás, también lo es que no existe proporción en la diferencia atendiendo a este parámetro; y que Málaga, que es la segunda provincia con mayor número de personas empadronadas, se sitúa por detrás de Cádiz en la remisión de consultas al Defensor del Pueblo Andaluz, siendo Cádiz la tercera en número de habitantes.

Tampoco parece concluyente el hecho de que la sede de la Institución se encuentre radicada en la capital sevillana ya que, como señalamos anteriormente, las consultas que se resuelven presencialmente en nuestra oficina se sitúan en el 15,78%, registrándose además una tendencia negativa en los últimos años respecto al uso de esta vía de contacto con la Institución.

En cuanto a la provincia desde la que se han remitido menos consultas, este año 2014 ha sido Almería la que ha ocupado tal lugar, con un 2,83%.

Finalmente, conviene significar el porcentaje elevado de consultas en las que no nos resulta factible determinar su procedencia.

La causa de esta circunstancia se sitúa en el uso, cada vez más extendido, de sistemas electrónicos de comunicación que no permiten la obtención de tal dato más que cuando la persona afectada lo aporta por sí misma sin que se le solicite.

La dinámica de trabajo de esta Oficina de Atención Ciudadana se orienta hacia la atención ágil, rápida y eficaz de las consultas que le son planteadas, de tal manera que nuestra intervención no se hace depender de la previa aportación de este tipo de datos ya que ello incidiría negativamente en la celeridad con la que resolvemos las dudas que nos traslada la ciudadanía.



## Distribución de consultas por materia y provincia

Resultado	Al	Ca	Co	Gr	Hu	Ja	Ma	Se	Otras Prov.	Extrj.	Sin det.	TOTAL
Admón. de Justicia	25	72	40	36	28	39	91	248	34	1	42	<b>656</b>
Agricultura, Ganadería y Pesca	0	3	1	3	0	5	1	5	1	0	4	<b>23</b>
Administraciones Tributarias	8	17	14	17	15	8	44	125	14	1	31	<b>294</b>
Cultura y Deportes	0	6	1	2	0	1	9	28	2	1	7	<b>57</b>
Consumo	45	34	14	35	27	17	51	316	12	1	64	<b>616</b>
Dependencia	5	50	19	16	12	7	21	345	3	0	69	<b>547</b>
Educación	29	135	51	35	40	29	79	264	13	1	66	<b>742</b>
Extranjería	3	5	4	5	5	2	10	184	5	0	58	<b>281</b>
Igualdad de Género	0	6	0	1	0	0	3	24	1	0	3	<b>38</b>
Información y Atención al Ciudadano	22	39	24	19	24	17	42	225	30	2	169	<b>613</b>
Medio Ambiente	19	83	20	21	18	19	42	193	25	0	69	<b>509</b>
Menores	17	81	95	50	31	50	128	263	77	4	104	<b>900</b>
Ordenación Econ. y Gestión Admva.	15	56	11	13	19	12	27	121	14	0	51	<b>339</b>
Obras Públicas y Expropiaciones	7	15	1	2	1	14	15	21	0	0	5	<b>81</b>
Políticas Activas de Empleo	1	14	5	9	2	2	7	21	0	0	4	<b>65</b>
Seguridad Ciudadana y Política Interior	0	6	7	7	2	2	14	50	5	0	17	<b>110</b>
Personal del Sector Público	21	25	34	30	11	18	29	129	7	0	62	<b>366</b>
Prisiones	0	31	4	5	13	4	25	72	7	0	8	<b>169</b>
Salud	11	37	19	44	10	11	54	158	5	0	53	<b>402</b>
Seguridad Social	3	20	7	6	9	6	15	77	2	3	8	<b>156</b>
Servicios Sociales	12	50	33	31	19	39	75	303	7	2	98	<b>669</b>
Tic y Medios de Comunicación	0	2	1	4	1	0	2	5	1	0	1	<b>17</b>
Trabajo	5	32	20	4	8	5	17	80	2	0	20	<b>193</b>
Tráfico y Transportes	3	14	10	16	6	8	20	137	5	0	39	<b>258</b>
Urbanismo	2	30	39	24	6	8	20	72	5	1	45	<b>252</b>
Vivienda	7	68	23	20	26	29	45	494	5	0	63	<b>780</b>
Pendiente de Determinar	0	7	2	1	2	1	1	28	1	0	9	<b>52</b>
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>938</b>	<b>499</b>	<b>456</b>	<b>335</b>	<b>353</b>	<b>887</b>	<b>3988</b>	<b>283</b>	<b>17</b>	<b>1169</b>	<b>9185</b>

Al margen de lo anterior, con respecto a las cuatro materias que han acaparado un mayor número de consultas a lo largo del año, procede realizar las siguientes apreciaciones en relación con la incidencia relativa habida por provincias, para lo cual ponemos en relación las consultas registradas por materia en una provincia con el número total de consultas recibidas desde tal provincia.

En cuanto a la materia de Menores, destaca el peso relativo que un año más tiene en Córdoba, de forma que el 19% de las consultas que llegan desde allí versa sobre asuntos de menores.

Respecto de la Vivienda, Sevilla es la provincia en la que esta materia tiene un mayor peso relativo, de forma tal que el 12,39% de las consultas que se nos hacen desde Sevilla afecta a esta cuestión.

En materia de Educación, es Huelva la provincia en la que esta cuestión tiene mayor importancia relativa, con un 11,94% de las consultas llegadas desde allí afectantes a esta cuestión.

Finalmente, en el ámbito de los Servicios Sociales, la mayor incidencia relativa se da en Jaén, con un 11,05%. A este respecto, quizá pueda situarse la causa de este dato en el ingente número de trabajadores y trabajadoras temporeros que llega a tal provincia y que en no pocas ocasiones se encuentran en situaciones alarmantes.

PORCENTAJES RELATIVOS								
Materia	Al	Ca	Co	Gr	Hu	Ja	Ma	Se
Menores	6,54	8,64	19,04	10,96	9,25	14,16	14,43	6,59
Vivienda	2,69	7,25	4,61	4,39	7,76	8,22	5,07	12,39
Educación	11,15	14,39	10,22	7,68	11,94	8,22	8,91	6,62
Servicios Sociales	4,62	5,33	6,61	6,80	5,67	11,05	8,46	7,60

## 02.3.6 Distribución de consultas en función del tipo de actuación llevada a cabo

Como se ha señalado en el apartado introductorio de esta sección, el cometido de este servicio del Defensor del Pueblo Andaluz se centra en la atención de las consultas que son planteadas por la ciudadanía, facilitando la información que se precisa y orientando acerca de los mecanismos a seguir para solventar todos y cada uno de los problemas que se planteen, independientemente de que éste afecte a una Administración Pública de Andalucía o no.

De este modo, en todos y cada uno de los supuestos en los que interviene esta Oficina se facilita a la persona afectada la información que precisa, bien sea en relación con algún expediente de queja en el que dicha persona sea parte interesada, bien sea en relación con cualquier otra cuestión sobre la que se demande nuestro pronunciamiento.

No obstante lo anterior, y atendiendo a las circunstancias particulares que concurran en cada caso analizado, es posible que nuestra actuación vaya más allá del mero ofrecimiento de información y orientación.

En este apartado se insertan los casos en los que la actuación llevada a cabo por parte de la Oficina de Información se orienta a la presentación de una queja ante esta Defensoría; y los casos en los que, sin necesidad de que medie dicha queja, el personal de la Oficina de Información realiza actuaciones ante organismos y entidades públicas o privadas, tendentes a solventar de manera ágil alguna necesidad específica que presente la persona que haya demandado nuestra intervención.

Atendiendo a estas circunstancias, y al objeto de poder dar cuenta sobre la entidad que representa cada tipología descrita de actuación en el año 2014, a continuación se incorpora un cuadro explicativo de la cuestión.

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

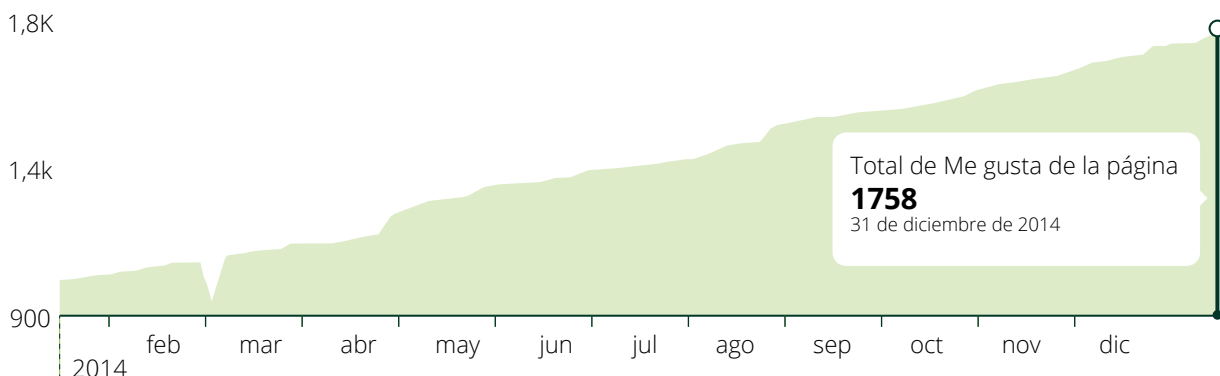
[www.facebook.com/DefensordelPuebloAndaluz](http://www.facebook.com/DefensordelPuebloAndaluz)

### 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%.

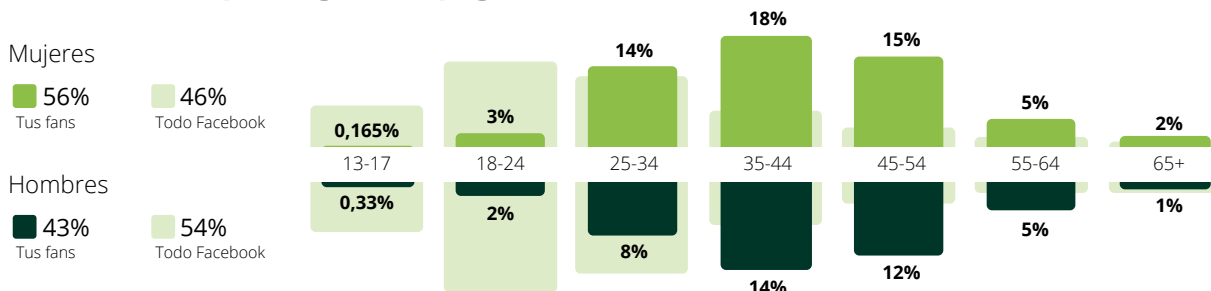
#### Total de Me gusta de la página



### 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



### 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.

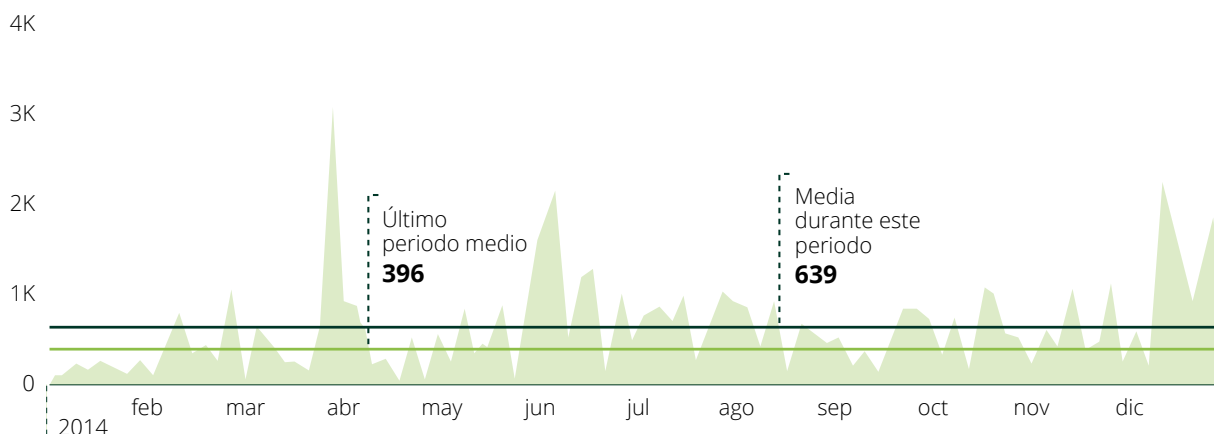
Ciudad	Fans
<b>Sevilla</b>	436
<b>Málaga</b>	127
<b>Granada</b>	92
<b>Córdoba</b>	59
<b>Madrid</b>	58
<b>Algeciras</b>	36
<b>Almería</b>	36
<b>Cádiz</b>	33
<b>Jaen</b>	32
<b>Huelva</b>	30
<b>Santa María</b>	24

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

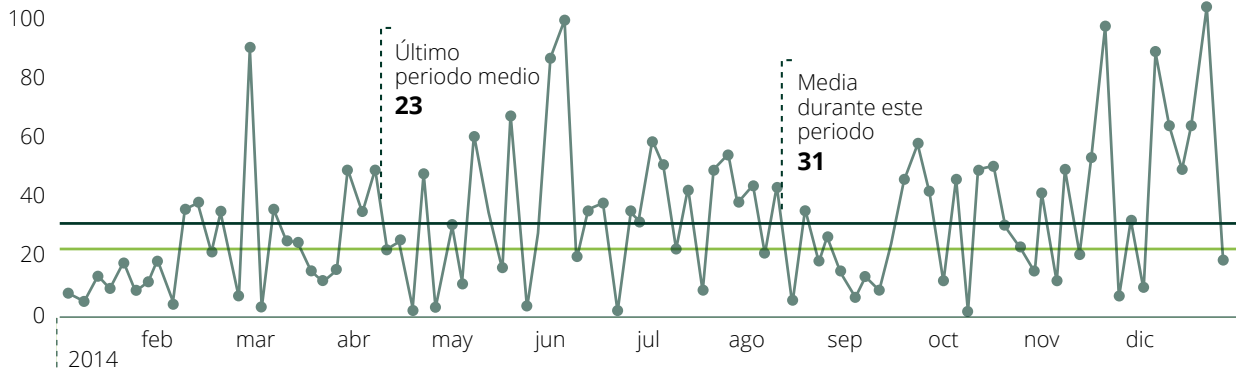
### 4.1.4 Actividad registrada en la página y alcance de publicaciones

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.

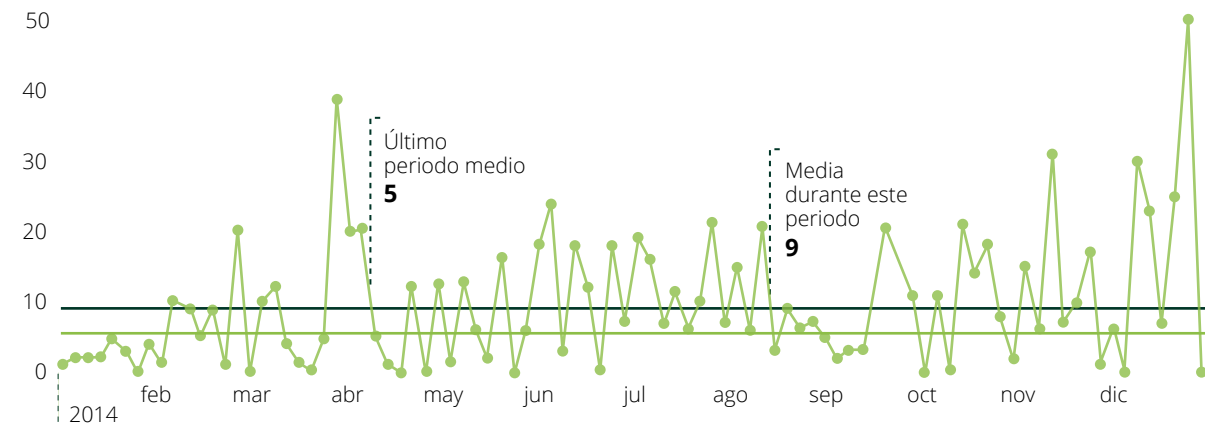
#### ■ Alcance de la publicación (número de usuarios a los que se mostró la publicación)



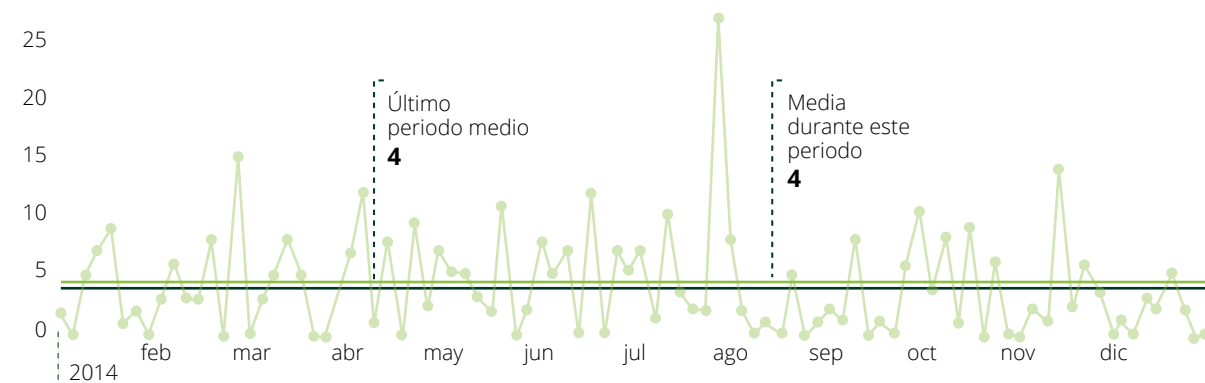
— “Me gusta”

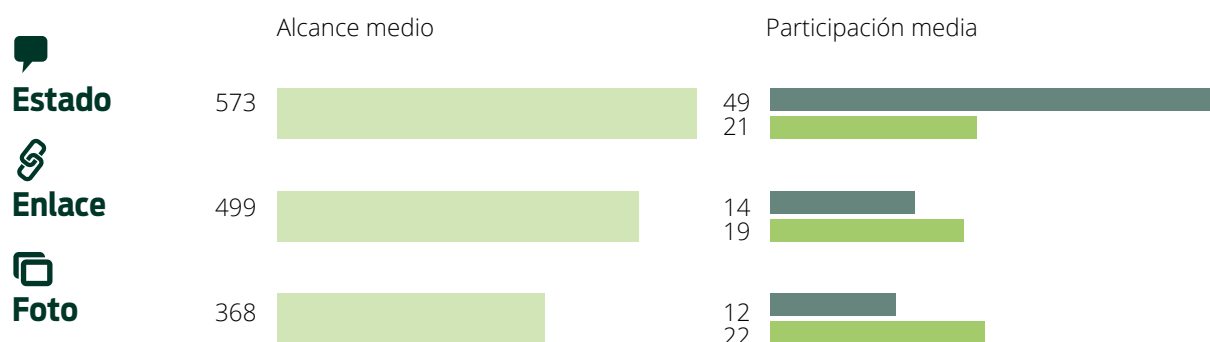


— Veces que se ha compartido



— Comentarios





## 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.

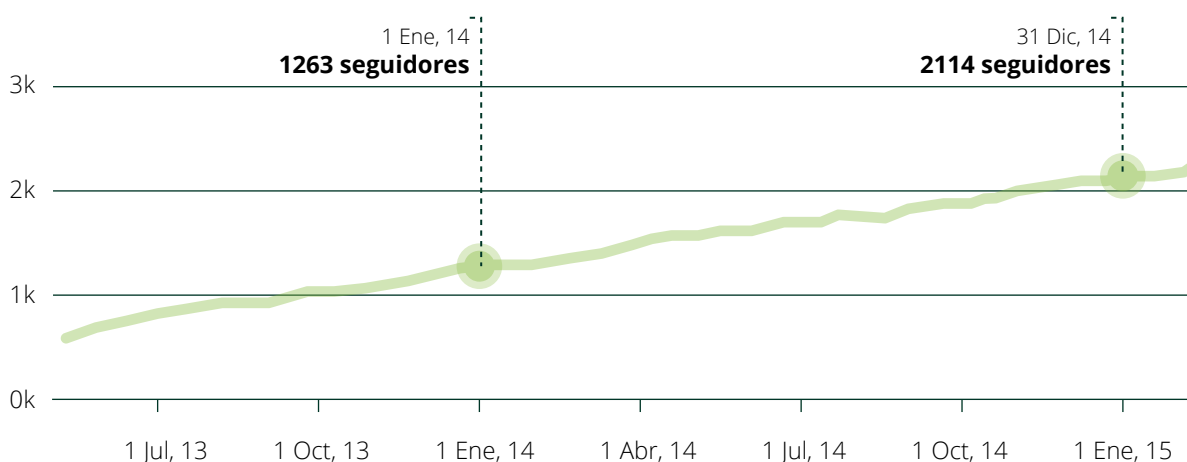
Materia	Fecha	Alcance	Compartido	Comentarios	Me gusta	Impresiones
Educación	25/03/2014	9544	129	12	180	19896
Justicia	11/06/2014	5960	110	63	240	12403
Igualdad	23/09/2014	4786	102	5	250	8957
Salud	12/12/2014	3256	79	7	174	6857
Salud	17/07/2014	2728	39	12	85	5032
Medio Ambiente	30/07/2014	1981	22	5	35	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.

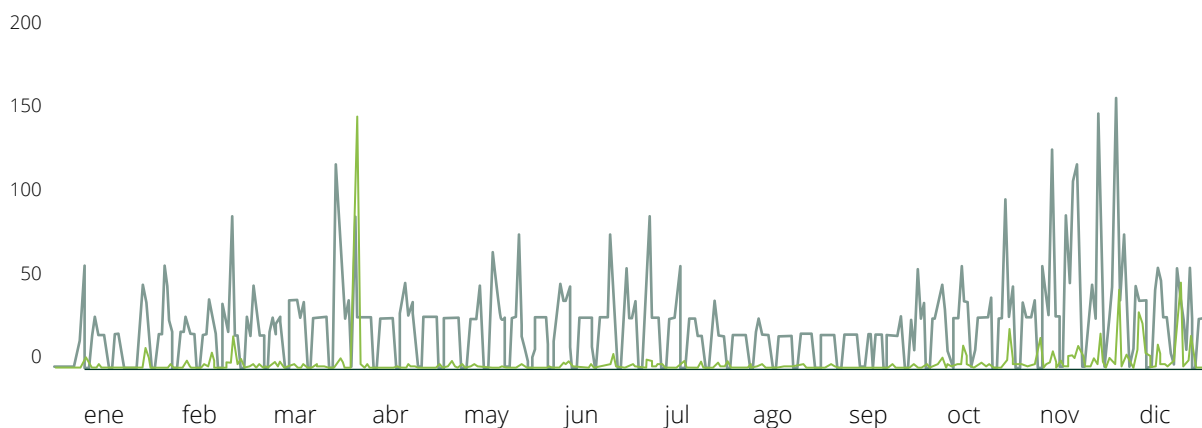
### — Evolución de los seguidores



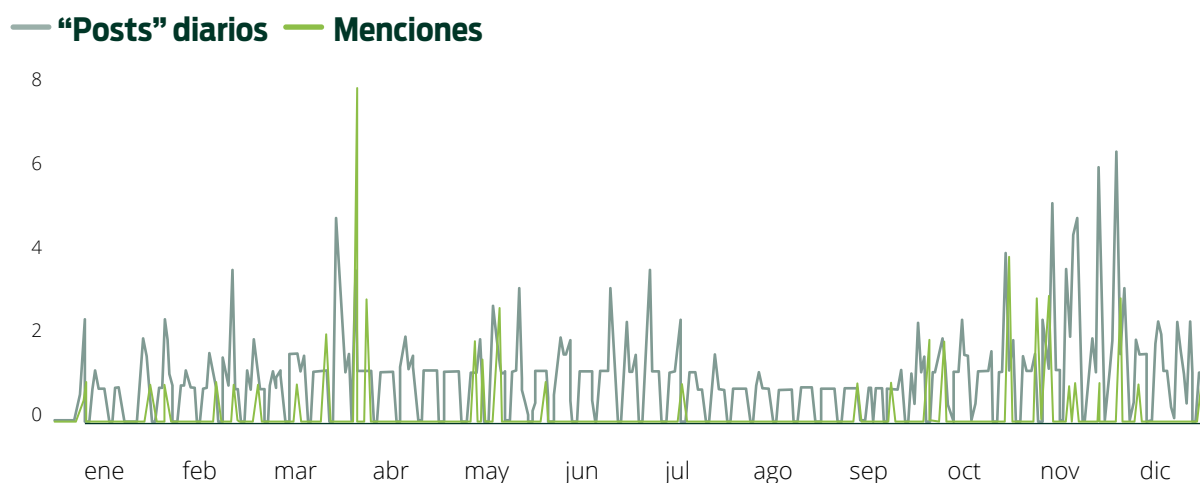
En cuanto al número de tuits lanzados, a 31 de diciembre de 2013 éste se situaba en 1.586 tuits mientras que a 31 de diciembre de 2014 eran 2.706. En este sentido, durante este año han sido lanzados 1.120 tuits, con una tasa de conversión de 0.80 seguidores por tuit.

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/1mQOmn> @lalupaCTV @TvelCorreo”,* con 40.341 seguidores potenciales con 20 retuits y 10 favoritos.

## 02.4.3 Youtube

### 4.3.1 Evolución

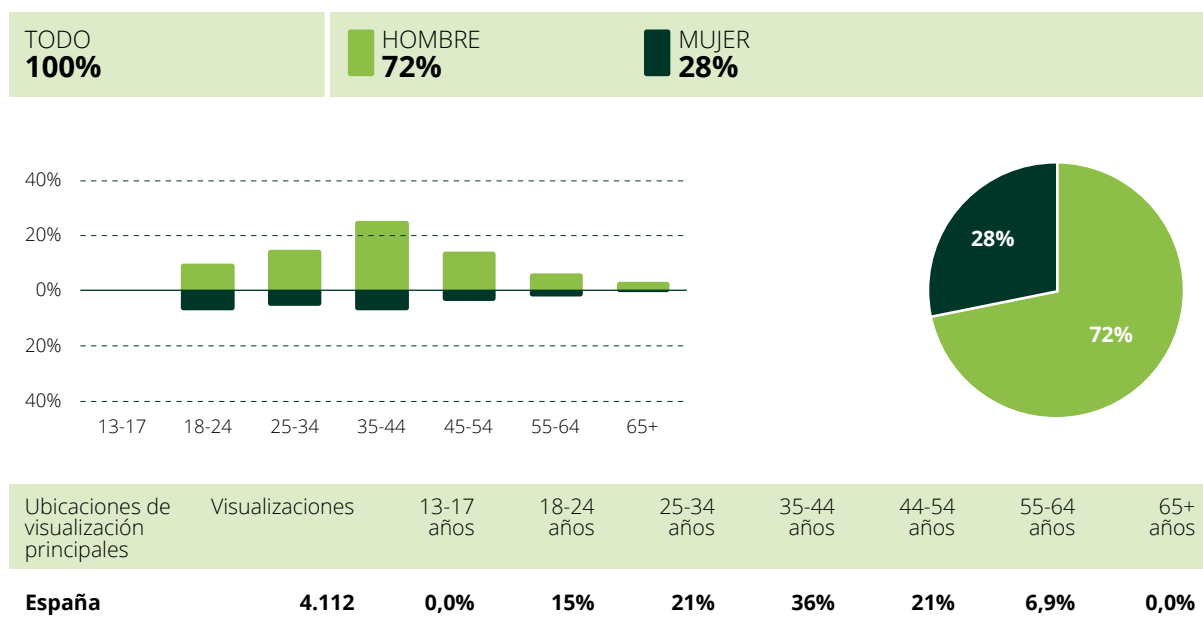
En relación con nuestro canal YouTube, debe señalarse que éste comenzó a operar en el año 2012, concretamente el día 16 de marzo.

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
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>11.274</b>

### 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.



### 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.

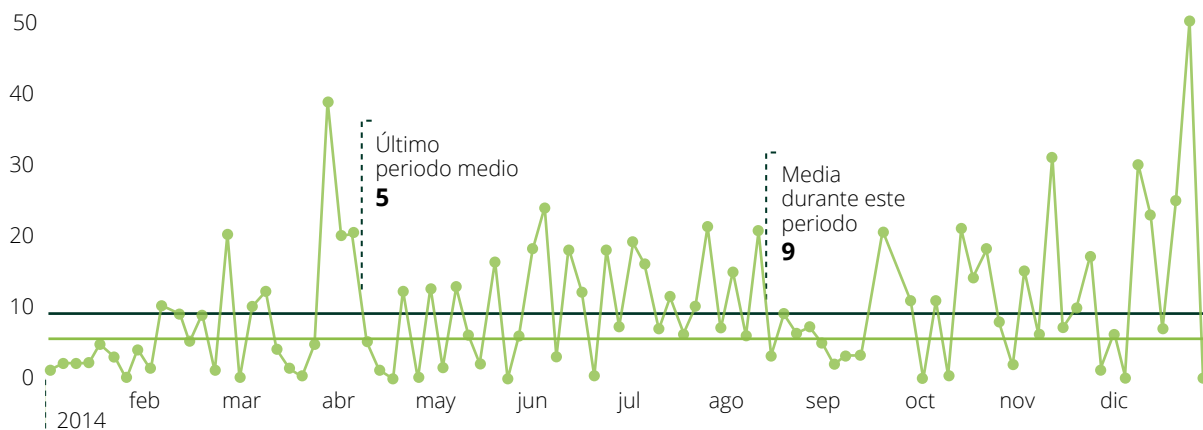
País	Reproducciones	Minuto	Duración media
<b>España</b>	4.112(82%)	19.249 (79%)	4:40
<b>México</b>	328 (6,5%)	2.428 (10%)	7:24
<b>Argentina</b>	89 (1,8%)	300 (1,2%)	3:22
<b>Colombia</b>	76 (1,5%)	352 (1,4 %)	4:37
<b>Perú</b>	69 (1,4%)	535 (2,2%)	7:44
<b>Ecuador</b>	42 (0,8%)	148 (0,6%)	3:31
<b>Estados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

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

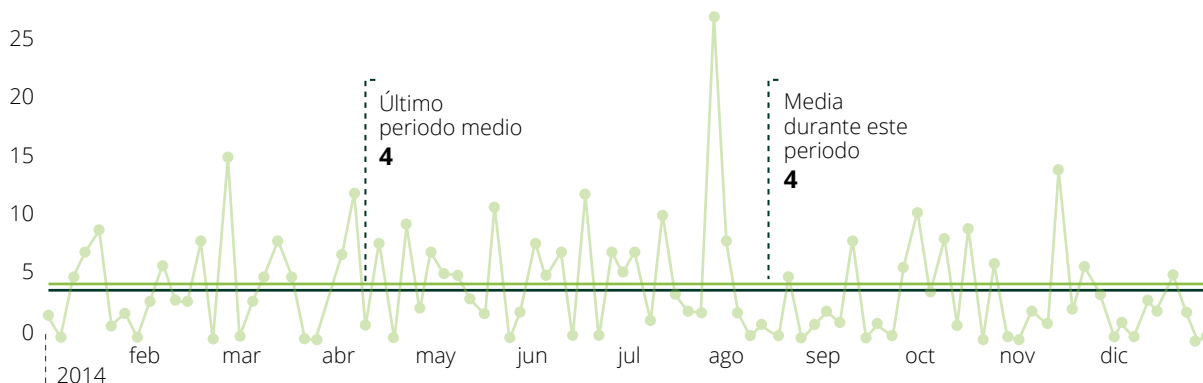
### 4.3.4 Interacciones

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

#### — Veces que se ha compartido



#### — Comentarios



### 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
<b>TOTAL</b>	<b>80.481</b>	<b>163.964</b>	<b>191.810</b>

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
<b>Ordenadores PC</b>	75.887	140.399	142.300
<b>Móvil</b>	3.622	17.058	37.847
<b>Tablet</b>	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.


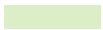








## Visitas a través de Redes Sociales

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