



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

Facultat de Dret  
Facultad de Derecho

**FACULTAD DE DERECHO**

**GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**CURSO ACADÉMICO 2018-2019**

TÍTULO:

**Un estudio sobre la presencia en redes sociales de los ayuntamientos de la provincia de Alicante**

AUTOR:

**Sergio David Casarrubio González**

TUTOR ACADÉMICO:

**DR. D. David Tomás Díaz**

## ÍNDICE

1. Introducción .....	2
2. Las Redes Sociales.....	4
2.1. Concepto .....	4
2.2. Origen.....	5
2.3. Evolución histórica.....	6
2.4. Tipología de redes sociales .....	8
2.4.1. Redes sociales directas .....	8
2.4.2. Redes sociales Indirectas .....	12
3. La administración Pública en las redes sociales .....	12
4. Metodología.....	19
5. Resultados .....	26
5.1. Ejemplos de Municipios, según su Actividad en Redes Sociales.....	26
5.2. Facebook .....	30
5.3. Twitter .....	34
5.4. Instagram.....	40
5.5. 10 municipios con el mayor número de habitantes.....	44
6. Discusión .....	47
7. Conclusiones .....	49
BIBLIOGRAFÍA .....	51
ANEXOS .....	54

## 1. Introducción:

En la actualidad, a pesar de las diferentes medidas y reformas implantadas, aún se pueden encontrar una gran variedad de administraciones públicas que siguen usando los métodos y herramientas tradicionales, para el desarrollo de sus tareas y el cumplimiento de sus objetivos, aunque cada vez menos. Lo que genera esto, es una situación de ralentización, debido a que dichas administraciones públicas, al prescindir de éstas, finalizan sus labores fuera del período de tiempo óptimo.

Cabe destacar, que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y en concreto las redes sociales, se están convirtiendo cada vez más en unas herramientas de gran importancia, debido a la multiplicidad de funciones y ventajas que presentan, por lo que la aplicación de éstas en el conjunto de organismos públicos es fundamental.

Como ejemplo muy relevante de estas herramientas modernas podemos destacar internet, red informática a nivel global. A través de la aparición de la llamada sociedad de la información, es cuando realmente se descubre que con las TIC se aumenta la efectividad de las instituciones públicas al servicio del gobierno, la eficacia y la calidad de respuesta de dichos organismos en las relaciones con los ciudadanos. Fue en EE. UU, donde se comenzó por primera vez a introducir las TIC en las administraciones públicas (E. Aibar y F. Urgell, 2007).

Desde entonces, se han establecido diversas iniciativas en el resto de países, con el fin de aumentar a nivel global la aplicación de estos instrumentos modernos en el conjunto de organismos públicos. Como resultado, ha surgido la e-administración o el llamado e-gobierno, un sector que está en fuerte crecimiento (E. Aibar y F. Urgell: 2007).

El principal objetivo de este trabajo es analizar la presencia que tiene la Administración Pública en las redes sociales. Gracias al uso de éstas, conectarán con la ciudadanía de una forma más rápida y eficaz.

En este trabajo, nos podremos encontrar con un análisis de situación de las administraciones públicas dentro del contexto de las redes sociales. Debido a que, tanto la administración como las redes sociales son unos campos muy amplios, centraremos el

estudio, a modo de ejemplo, en los ayuntamientos de la provincia de Alicante y aplicando los criterios que posteriormente se desarrollan. En cuanto a las redes sociales, se recogerá información de Facebook, Twitter e Instagram, por considerarse las tres redes más relevantes en la actualidad.

Por último, los contenidos de cada sección del trabajo son los enumerados a continuación:

En la sección 2, se hablará sobre las redes sociales. Como contenido podremos encontrar el concepto, sus orígenes, una breve introducción a la evolución histórica, la tipología existente de redes sociales, haciendo especial referencia a cada una de ellas y destacando cuáles son actualmente las redes sociales más utilizadas.

Más adelante, en la sección 3, se hará una situación de las redes sociales dentro del contexto de las administraciones públicas, desarrollando las diferentes ventajas y beneficios que puedan aportar éstas al conjunto de las instituciones públicas.

Después, en la sección 4, se procederá a realizar una explicación, acerca del estudio competente que hemos indicado anteriormente (un estudio sobre los ayuntamientos de la provincia de Alicante, aplicando como criterio, que cuenten con más de 5000 habitantes (los cuales figuran en el Anexo II) y utilizando la información de las redes sociales más importantes, como lo son Facebook, Twitter e Instagram), explicando por qué se ha escogido dichos ayuntamientos. Se expondrán datos numéricos sobre el número de cuentas analizadas.

Posteriormente, en la sección 5, se revelarán los resultados del estudio, dando todo tipo de datos numéricos en relación a los ayuntamientos analizados, recogiendo aspectos como por ejemplo las redes sociales más usadas por parte de ese ayuntamiento, si realmente dichas entidades públicas hacen un uso elevado o no de las redes sociales, el número de seguidores con los que cuentan en las diferentes plataformas, el número de mensajes, un ranking de las mejores entidades a nivel de popularidad en las redes sociales y el número de me gusta.

En la sección 6, se hará una valoración personal de la repercusión de los ayuntamientos en las redes sociales y viceversa.

En la sección 7, se elaborará un recopilatorio de conclusiones, destacando lo más relevante del estudio realizado.

Por último, se indicarán todas las referencias bibliográficas utilizadas en este trabajo, así como un apéndice de abreviaturas utilizadas, anexos, tablas indicativas etc.

## **2. Las Redes Sociales**

A continuación, hablaremos de este tipo de plataformas de comunicación, en cuanto a los distintos aspectos de las mismas, en lo referido al concepto, origen, evolución, características, etc.

### **2.1. Concepto**

Previo a la introducción de las redes sociales dentro del contexto y espacio de las administraciones públicas, sería conveniente saber qué son, cuáles son sus orígenes, haciendo referencia a su evolución histórica y a la tipología existente de redes sociales.

Actualmente, se puede decir que existen numerosas conceptualizaciones y definiciones en lo referido a las redes sociales. Según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de Información (ONTSI, 2011), la definición más característica para casi la totalidad de los autores sería la siguiente:

*“Un sitio en la red, cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades o como una herramienta de democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenido”* (ONTSI; 2011: 12).

El Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO), es un organismo situado en España, que define las redes sociales en 2009 de la siguiente forma:

*“Son los servicios prestados a través de Internet, que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado”* (INTECO, 2009).

## 2.2. Origen

En referencia al origen de las redes sociales, se afirma por parte de José Hernando y Camilo Madariaga (2012), que éstas «son el resultado de la mezcla de diversas teorías psicológicas, sociológicas y antropológicas, al igual que a modelos matemáticos en los que se sustenta la formalización de la misma, como sucede con la teoría de los grafos».

Es necesario saber, que los seres humanos se han podido comunicar desde un primer momento a través de gestos y señales. Como uno de los primeros inventos de comunicación a distancia, podemos destacar el telégrafo.

Con el paso del tiempo, le han ido sustituyendo otros inventos más modernos como la televisión, el teléfono, la radio y finalmente internet, que es la vía que evidentemente ha dado paso a las redes sociales (sin internet, no es posible conectarse a las redes sociales como por ejemplo Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Whats app etc.).

Se podría decir, que el año origen de la aparición de las redes sociales es el 1995, gracias a Randy Conrads, con la creación de la página web classmates.com, que era una red social que se utilizaba para conectar con los compañeros de clase. Ésta, podría considerarse como el primer servicio de red social.

### 2.3. Evolución histórica

La evolución de las redes sociales, parte claramente de la teoría de los seis grados de separación, que según la fuente Wikipedia, consiste en lo siguiente:

*“Se le llama seis grados de separación, a la idea que intenta probar que cualquiera en la tierra, puede estar conectado a cualquiera otra persona del planeta, a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios, conectando a ambas personas con sólo seis enlaces. El concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera” (WIKIPEDIA, 2019).*

La historia de las redes sociales, podría estructurarse de la siguiente manera y atendiendo a los hitos desarrollados a continuación:

- 1) La primera persona que puso el primer grano de arena en el desarrollo de las actuales redes sociales es Frigyes Karinthy en el año 1929, en su relato Cadenas. En él, llega a la conclusión de que una persona con el paso del tiempo, aumenta su número de contactos gracias al seguimiento de la línea de una cadena.
  - 2) Esta teoría de la cadena, inspiró a otros autores como Stanley Milgram en el 1967, año en el que se dedicó a demostrar científicamente la teoría, a través del envío de numerosas cartas postales.
- A partir de los años 70 y 80, se intensifica el estudio e investigación de las redes sociales en los diferentes campos de conocimiento, tal y como se podrá observar en la figura 1, hasta tal punto que en la actualidad se ha producido un gran avance en la materia, obteniendo como resultado, datos más adaptados a la realidad.

*Figura 1:  
Aporte del estudio de las redes sociales en los diferentes campos  
del saber. (José Hernando Ávila-Toscano, 2012)*

Campo	Características
1) Campo metodológico, teórico y conceptual.	Maduración teórica de los fundamentos esenciales de las redes sociales y avance notable en la aplicación del formalismo matemático.
a) De lo atributivo a lo relacional.	Acercamiento y aceptación de la Teoría de las Redes Sociales con otros marcos de la sociología, la antropología y la psicología. El Análisis de Redes Sociales permitió formular un enfoque particular y complejo para entender la estructura del mundo social.
b) Orientaciones macrosociales.	Superación de modelos precedentes de la ciencia social cuantitativa (análisis clásico estadísticos y de muestras representativas). Las redes implican el uso de un modelo relacional que de mayor cuenta de lo que realmente es la unidad esencial del hecho social (Alba, 1982, citado en Lozares, 1996).

c) Orientaciones microsociales.	La aplicación de la teoría de las redes sociales y de su análisis con las respectivas innovaciones tecnológicas ha permitido que los investigadores sociales estudien las relaciones entre actores sociales a gran escala, al igual que las relaciones entre posiciones sociales.
d) La relación macro- micro.	Estudios entre características o atributos de pares ordenados por díadas (amistad, pertenencia política, nacionalidad). Empleo de encuestas muestrales para estudio de redes sociales ego-centradas o redes personales.
e) Una teoría de la acción.	Análisis de la vinculación e interacción entre pequeños grupos y grupos extensos. A inicios de los 80's se produjeron avances como fundamentos pertinentes para la teoría de la acción. Estudios sobre la autonomía estructural en la manera como las redes sociales condiciona la acción social (Burt, 1982). Estudios de las redes sociales como un capital social que los actores pueden emplear para alcanzar sus propios fines (Granovetter, 1985 y Colmeman, 1988, citados en Lozares, 1996). Estudios acerca de cómo las redes sociales pueden influir sobre otros sistemas de acción.



- 1997: Lanzamiento de Google, Sixdegrees y AOL Instant Messenger, en los que se ofrecen como principales servicios el chat, el blogging, la creación de perfiles personales y listados de amigo.
- 1998: Nacimiento de Blogger y Friends Reunited (red social muy similar a Classmates).
- 2000: Se podría decir, que en este año estalla la burbuja de internet, en el que se supera la cifra de más de 80 millones de ordenadores conectados a la Red.
- 2002: Desarrollo del portal Friendster, que obtiene un gran éxito a corto plazo en lo relativo al número de usuarios.
- Destacar que, entre el año 2003 y 2006 nace Facebook, Youtube y Twitter (que son las redes sociales más utilizadas y conocidas en la actualidad). Además, nacen otras redes sociales como MySpace, LinkedIn, Hi5, Netlog, Digg, Bebo, Tuenti y Orkut. A partir de este período, las redes sociales comienzan a convertirse en un factor clave y fundamental.

## 2.4. Tipología de redes sociales

Actualmente y según afirma la ONTSI en 2011, podemos distinguir 2 tipos principales de redes sociales: las redes sociales directas e indirectas.

### 2.4.1. Redes sociales directas:

Las redes sociales directas se caracterizan por la gran cooperación que producen entre varios conjuntos de personas, a través de vías telemáticas. Dichos grupos tienen afinidades comunes. Realizan un control de su información personal a través de la creación de cuentas. El nivel de privacidad depende de cada uno de

los diferentes usuarios. Las redes sociales directas pueden estructurarse de diferentes formas, como veremos a continuación en la figura 2:

*Figura 2:*

*Categorías de redes sociales directas en función del enfoque. (ONTSI, 2011). Fuente: <https://www.ontsi.red.es>*

Según finalidad	Según modo de funcionamiento	Según grado de apertura	Según nivel de integración
De ocio	De contenidos	Públicas	De integración vertical
De uso profesional	Basada en perfiles: personales/profesionales	Privadas	De integración horizontal
	Microblogging		

Como ejemplos de Redes directas, podemos destacar las siguientes: Snapchat, Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, Whats App, Twitter.

- FACEBOOK: Red social que fue creada por Mark Zuckerberg en 2004. Es la más popular actualmente y con el mayor número de usuarios del mundo, con más de 2000 millones. Se requiere para su uso tener un correo electrónico y sirve para comunicarse, compartir publicaciones, fotos, vídeos, información etc. En ella, se pueden enviar mensajes privados y crear comunidades de usuarios.
- YOUTUBE: Red social que ocupa la 2º posición con 1500 millones de usuarios. Se crea en 2005 y en él, se pueden compartir vídeos de diferentes categorías (videojuegos, música, tutoriales...). Youtube, sirve para transmitir información y para comunicarse, pero sobre todo a través de la creación y observación de vídeos. Cuenta con un apartado de comentarios en la parte inferior del vídeo, en la que podemos expresar nuestra opinión acerca de los contenidos del vídeo en cuestión. Además, cuenta con un botón de suscripción (si nos suscribimos a un

- canal, recibiremos notificaciones cada vez que dicho canal suba un vídeo a YouTube) y con un marcador de likes/dislikes, para indicar si te ha gustado o no un vídeo.
- INSTAGRAM: Red social que fue creada el 6 de octubre de 2010 por Mike Krieger y Kevin Systrom, siendo posteriormente comprada por Facebook en 2012. En ella, se pueden compartir fotos y vídeos y de forma concreta, publicaciones que al cabo de 24 horas desaparecen (son las llamadas stories). Tiene aproximadamente unos 800 millones de usuarios.
  - WHATS APP: Red social creada en 2009 por parte de Jan Koum. Actualmente cuenta con unos 1300 millones de usuarios y su función principal es enviar y recibir mensajes por vía telemática. En él, se pueden adjuntar fotos y vídeos, tanto a nivel individual como a nivel colectivo (grupos creados). Hace unos meses, incorporó la función de las stories (muy parecido el prototipo a la de Instagram, pero con el nombre de estados. Cuenta además con la gran opción de realizar llamadas telefónicas y videollamadas de forma gratuita, sin límite de tiempo. El único requisito para hacer uso de esta función es que ambos usuarios dispongan en ese momento de red de internet.
  - TWITTER: Red social que fue creada en 2006 por Jack Dorsey, aunque se hizo con el control de dicha plataforma Delaware en 2007. En ella, se pueden escribir los llamados tweets hasta con una longitud máxima de 280 caracteres (destacar que, hasta antes de septiembre del 2017, la longitud de los tweets era de 140 caracteres). Actualmente, cuenta con más de 300 millones de usuarios y al igual que Facebook e Instagram, podemos enviar y recibir mensajes privados.
  - SNAPCHAT: Red social que se creó en 2010. Actualmente cuenta con más de 250 millones de usuarios. Es una aplicación que tiene la tipología de mensajería instantánea, en la que se permite enviar fotos o vídeos a nuestros contactos de forma individual o colectiva. Un aspecto a destacar de esta red social es la volatilidad de los mensajes pasado un determinado período de tiempo. Además, puedes guardar las fotos que has recibido de tus amigos a través de la captura de pantalla.

- LINKEDIN: Red social que se crea en 2002. Está enfocada en reforzar en general el conjunto de relaciones laborales (publicar por ejemplo tu curriculum, buscar nuevas experiencias laborales...). Cuenta actualmente con más de 260 millones de usuarios.

Uno de los rasgos más característicos que se pueden destacar de las redes directas es la ubicuidad: Es un atributo que se le atribuye a estas redes sociales, a fin de que los usuarios puedan disfrutar de una información actualizada en cualquier parte del mundo, sin necesidad de que dichos usuarios permanezcan en una ubicación geográfica determinada.

A continuación, se reflejará con más claridad en la figura 3 el fenómeno de la ubicuidad en diferentes grados:

Figura 3:

Ubicuidad en las redes sociales directas. (ONTSI, 2011). (Fuente: <https://www.ontsi.red.es>)

	Según Finalidad		Según Modo de Funcionamiento			Según Grado de Apertura		Según Nivel de Integración	
	De Ocio	De uso Profesional	De Contenidos	Basadas en Perfiles Personales/ Profesionales	Microblogging	Públicas	Privadas	De Integ. Vertical	De Integ. Horizontal
Facebook	X	X		X		X			
YouTube	X		X	X		X			X
Twitter	X	X		X	X	X			X
LinkedIn		X		X		X			X
Yammer		X		X			X		
Dir&Ge		X		X				X	

### **2.4.2. Redes sociales Indirectas:**

En estos tipos de red, al contrario que en las redes sociales directas, los usuarios no cuentan con un perfil público y visible para todos, siendo el responsable del control de la información un individuo o un grupo de personas. Destacar que éstas, son las antecesoras de las nuevas redes sociales desarrolladas dentro del ámbito de la Web 2.0.

Las redes sociales indirectas pueden dividirse en 2 grandes grupos:

- 1) FOROS: Son unos servicios con soporte informático y diseñados para su utilización por parte de expertos. En ellos, se recogen valoraciones personales sobre un asunto, comentarios, intercambios de información etc. Uno de los rasgos más característicos de este tipo de plataformas es la relación de bidireccionalidad (en la que los usuarios pueden tanto enviar información como recibirla).
- 2) BLOGS: Al igual que los foros, son unos servicios con soporte informático, con el matiz de que cuentan con un enorme grado de actualización de la información y en los que se recogen resúmenes cronológicos de uno o varios autores. Un aspecto a destacar es que pueden incluirse enlaces que el propio autor considere relevantes para la comprensión de la información.

## **3. La administración Pública en las redes sociales**

En esta sección, se irán desarrollando cada una de las ventajas que las redes sociales aportan al conjunto de administraciones públicas, en la que podremos observar la gran importancia de éstas. Cabe destacar, que las administraciones públicas cada vez están utilizando más éstas, por lo que no se mantienen al margen de los avances tecnológicos.

Tal y como se indicó en la sección 1, nos centraremos de forma específica en los ayuntamientos de la provincia de Alicante, que son el objeto de nuestro estudio, aunque

los beneficios de las redes sociales, se extienden a todas las administraciones públicas, independientemente del rango que ocupen.

Para empezar, todos sabemos que las redes sociales en los tiempos que corren, se están haciendo cada vez más necesarias. Por lo que uno de los objetivos fundamentales es la implementación de éstas en el conjunto de administraciones públicas. Este proceso producirá a corto plazo, una mayor fluidez en la comunicación con los ciudadanos.

De acuerdo a lo que se nombró en la sección 2, una de las ventajas que tiene el uso de las redes sociales es la relación de bidireccionalidad, que permite que los usuarios, al igual que pueden recibir información, puedan compartirla y, por tanto, no sea una comunicación únicamente informativa.

Otra de las ventajas de las redes sociales es que facilitan la compenetración y la cooperación entre los distintos grupos de usuarios (amigos, grupos de trabajo, ciudadanos, etc.).

Además, los ayuntamientos con el apoyo de éstas, mejoran la calidad de la prestación de los diversos servicios públicos. Es evidente que pueden usarlas tanto los organismos públicos como el conjunto de los trabajadores, sobre todo para ampliar su comunicación con sus compañeros de trabajo, a la hora de organizar proyectos de difusión, información, etc.

Otra ventaja a tener en cuenta, es la posibilidad de ampliación del nivel de transparencia, y permitir que los ciudadanos participen con más facilidad en las decisiones del gobierno.

Cabe señalar que cuando un ayuntamiento o un organismo público utiliza una red social, debe tener en cuenta ciertos principios básicos como la honestidad, la constancia, la responsabilidad...

Otra de las ventajas que presentan las redes sociales es que, a través de su uso, se puede saber en un tiempo récord lo que piensan los ciudadanos acerca de los servicios públicos

prestados por el ayuntamiento en cuestión. Así, los ayuntamientos podrán tomar las medidas oportunas a corto plazo para cambiar esta situación.

Uno de los ayuntamientos de la provincia de Alicante que cuentan actualmente con las redes sociales más principales es el de Alcoy. A continuación, en las siguientes figuras podremos observar el aspecto actual de la página principal de Facebook (Figura 4), Twitter (Figura 5) e Instagram (Figura 6) del ayuntamiento de Alcoy:

*Figura 4:*  
*Ayuntamiento de Alcoy. (2019). Página Oficial de Facebook. Obtenido de*  
*<https://www.facebook.com/ajuntamentalcoi/>*



*Figura 5:*  
*Ayuntamiento de Alcoy. (2019). Página oficial de Twitter. Obtenido de*  
*<https://twitter.com/AjuntamentAlcoi>*



Figura 6:  
 Ayuntamiento de Alcoy. (2019). Página oficial de Instagram. Obtenido de  
<https://www.instagram.com/ajuntamentalcoi/>



De manera adicional, las redes sociales tienen la gran ventaja de que ofrecen sus servicios de forma gratuita. Esto quiere decir, que un ayuntamiento puede disponer de las funcionalidades básicas de una red social (como por ejemplo de Facebook, Twitter e Instagram) para compartir y publicar la información, sin requerimiento de pago y con la única condición de poseer red de internet para su uso.

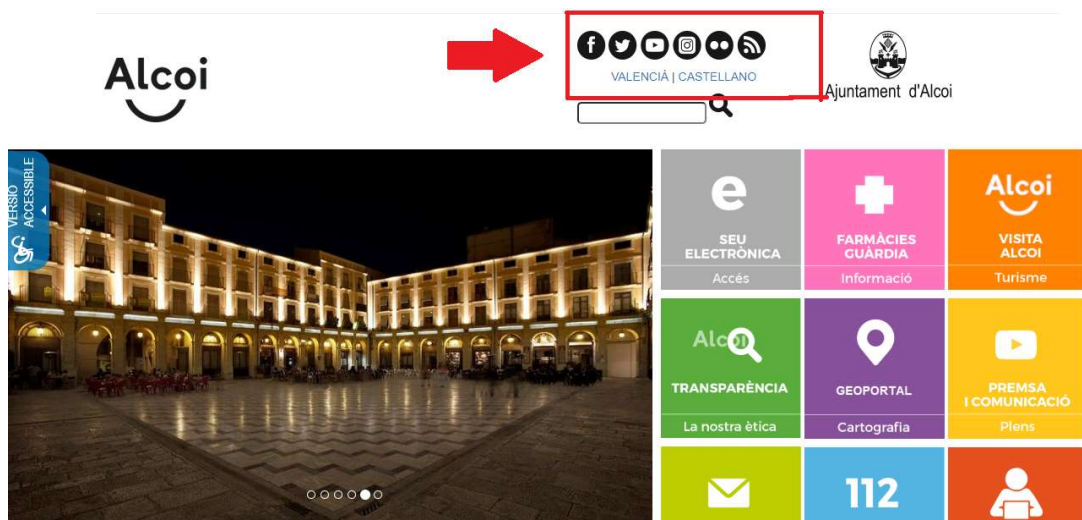
Cierto es que, para poder utilizar las funciones premium (dedicadas sobre todo a la publicidad y la propaganda de la entidad o marca), es necesario el abono de unas determinadas cuantías.



Es muy importante destacar, que existe la posibilidad de unión de la página oficial del ayuntamiento con sus correspondientes redes sociales. Así, si un ciudadano quiere contactar de forma más rápida con un ayuntamiento, puede ingresar a la página oficial de ésta y de ahí redirigirse a sus redes sociales.

Tal y como podremos ver en la figura 7, el ayuntamiento de Alcoy también dispone de esta funcionalidad en su página oficial, por lo que está facilitando enormemente su comunicación con los ciudadanos.

Figura 7:  
*Ayuntamiento de Alcoy. (2019). Portal. Obtenido de  
<https://www.alcoi.org/ca/portada/index.html>*



Por último, otra de las ventajas es, que si un ayuntamiento dispone de licencia en la información que comparte a los usuarios (especialmente de licencias Creative Commons), los usuarios podrán utilizar y copiar dicha información a su gusto, pero siempre que se le haga el correspondiente reconocimiento al autor en cuestión.

Hemos visto hasta ahora, que las redes sociales en general presentan numerosos beneficios a los ayuntamientos, pero es muy importante que éstos conozcan de manera profunda, cada una de las diferentes funcionalidades que presentan, debido a que, por

ejemplo, no debe usarse Facebook de la misma manera que Twitter, puesto que, debido a las distintas formas de funcionamiento, la información puede cambiar, dependiendo del modo en que se presente.

A continuación, se realizará una breve enumeración con las funciones más generales que ofrecen las redes sociales y que todo ayuntamiento debe conocer para sacarle el máximo partido a éstas:

- Colgar anuncios de todo tipo
- Avisos
- Noticias
- Compartir información, fotos y vídeos.
- Responder a las demandas de los ciudadanos de manera más eficaz.
- Recibir y publicar opiniones sobre determinados asuntos
- Realizar encuestas
- Promover la cooperación mediante la creación de grupos y comunidades
- Contacto con otras entidades profesionales
- Promoción y publicidad de la imagen.
- Comunicación a corto plazo con los diferentes usuarios.
- Mensajes privados

Por último, podemos destacar que una de las comunidades autónomas en las que se fomenta el uso de las redes sociales por parte de las administraciones públicas es Castilla y León, con el apoyo de la Red Rural Digital Transfronteriza (RRDT). Esta cuenta con una página principal, en la que nos podemos encontrar con una serie de noticias actualizadas día a día de cómo se está desarrollando dicho proyecto.

Además, actualmente existe un órgano estatal y vinculado a la entidad pública empresarial Red.es, que también promueve el uso de las TIC y de las redes sociales. Este es el ONTSI, órgano que realiza de manera constante y precisa, estudios sobre el desarrollo de este sector tecnológico. Es el órgano líder a nivel nacional en este sector.

Es uno de los pocos órganos que han conseguido establecer unas fuertes relaciones entre las TIC y las administraciones públicas.

Figura 8:

ONTSI. (2019). Página principal. Obtenido de <https://www.ontsi.red.es/ontsi/>



Figura 9:

ONTSI. (2019). Página principal. Obtenido de <https://www.ontsi.red.es/ontsi/>



Como podemos observar en las figuras 8 y 9, la página principal del ONTSI en términos generales, es muy completa. Por un lado, vemos que cuenta con la función de la unión de la página principal con sus redes sociales, con el fin de agilizar el proceso de comunicación. Además, dispone de un apartado con las noticias más actualizadas y una

vista previa de los tweets que este órgano va publicando en el día a día en su cuenta oficial de Twitter.

Un aspecto muy llamativo de esta página es, que dispone de una versión accesible en la parte izquierda de ésta. Gracias a esta función, podemos navegar por los diferentes apartados utilizando únicamente la combinación numérica del teclado, en la que cada uno de los números se corresponde con un apartado.

#### **4. Metodología**

En esta sección, se explica cómo se ha realizado el estudio, indicando qué entidades se han escogido y por qué, el número de cuentas analizadas y las redes sociales que se han tenido en cuenta. Finalmente, se realizará una breve introducción a uno de los portales de los ayuntamientos más relevantes, para su mayor conocimiento y a modo de ejemplo.

Para comenzar, se ha realizado un estudio sobre los ayuntamientos de la provincia de Alicante, poblaciones que cuentan actualmente con más de 5000 habitantes. Se han elegido dichas entidades, debido a que, tal y como se había indicado anteriormente, son las administraciones públicas más cercanas al ciudadano.

Algunos datos del estudio son del año 2018, cuya fuente de información es el INE (Instituto Nacional de Estadística). Pero los datos obtenidos de las redes sociales, sí que se encuentran actualizados al momento de la consulta. Se han estudiado y analizado 57 municipios, de un total de 144 que componen la provincia de Alicante, en base a los criterios indicados.

En cuanto al tema de las redes sociales, se han utilizado para este estudio Twitter, Facebook e Instagram (actualmente son las 3 redes más utilizadas, que ofrecen un perfil público que facilita su estudio). Se han analizado campos como el número de seguidores, número de mensajes, tiempo de actividad del perfil y el número de me gusta).

Para llevar a cabo este estudio de una forma correcta y organizada, inicialmente, se fue accediendo a los portales oficiales de los distintos ayuntamientos, en los que nos podremos encontrar con una remisión directa a sus redes sociales. Posteriormente, se procedió a la recogida de información (que se ha utilizado para la realización del correspondiente análisis) contenida en cada una de las redes sociales de los distintos ayuntamientos.

A continuación, en las siguientes figuras podremos observar a términos generales y de una forma más visual, el procedimiento seguido para este estudio. En éstas, se ha tomado como claro ejemplo el ayuntamiento de Alicante (que es uno de los más principales de entre los 57 ayuntamientos analizados).

Figura 10:

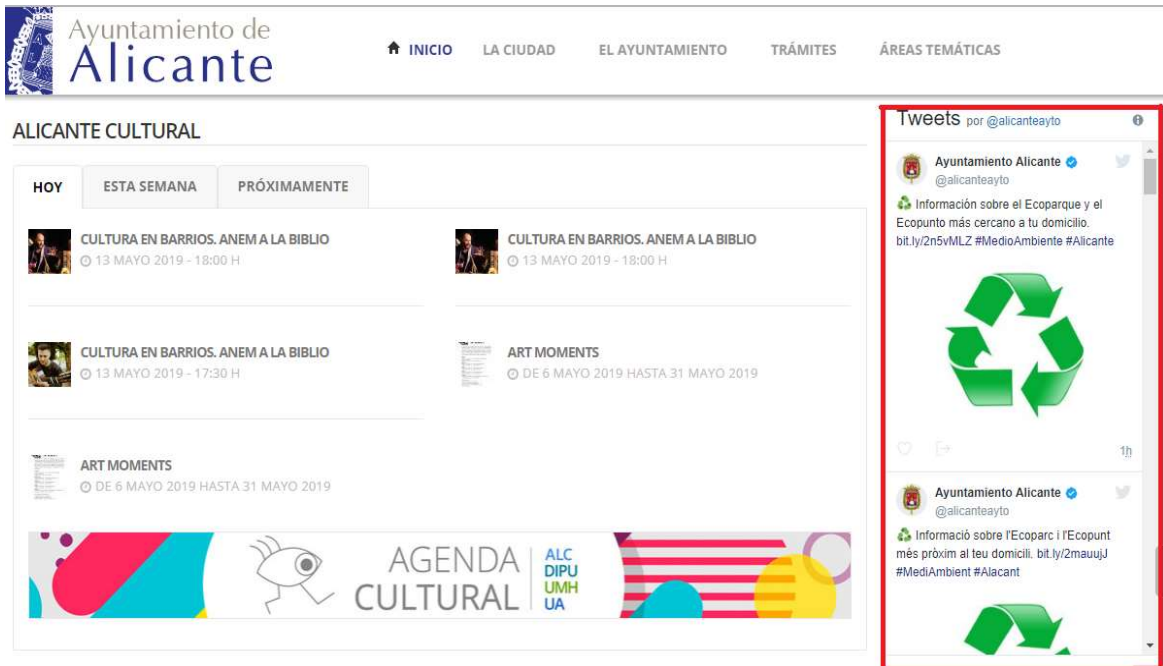
*Ayuntamiento de Alicante. (2019). Portal Oficial. Obtenido de <https://www.alicante.es/es>*



Tal y como podemos observar en la figura 10, el portal del ayuntamiento de Alicante, presenta el código de redirección a sus redes sociales en la esquina superior derecha (en la que vemos que, además de las 3 redes principales, tiene otras como Youtube y Pinterest. Además, cuenta con un espacio en el que se publican las noticias actualizadas.

Figura 11:

Ayuntamiento de Alicante (2019). Portal Oficial. Obtenido de <https://www.alicante.es/es>



En esta figura 11, nos encontramos en la parte inferior del portal oficial del ayuntamiento de Alicante, en el que podemos ver, que cuenta con un apartado informativo de los eventos culturales de la semana. Y lo más importante, en la parte derecha de la figura, vemos que dispone de una vista previa de los tweets que va publicando dicho ayuntamiento en su cuenta oficial de Twitter.

Figura 12:

Ayuntamiento de Alicante (2019). Página Oficial de Facebook. Obtenido de <https://www.facebook.com/AyuntamientoAlicante/>

The image shows the Facebook profile of the Ayuntamiento de Alicante. The profile picture is the city's coat of arms. The name is 'Ayuntamiento de Alicante - Ajuntament d'Alacant' with the handle '@AyuntamientoAlicante'. The page has 2.7 stars from 483 reviews. A recent post from 'Vectalia Movilidad' (3 hours ago) announces that bus stop 12 is now operational and stop 11 is cancelled. The post includes a map of the intersection and a yellow banner that reads 'PARADA HABILITADA' and 'PARADAS ANULADAS'. The 'Comunidad' section shows 21,567 likes and 22,659 followers.

Podemos ver en la figura 12, que nos encontramos en la página oficial de Facebook del ayuntamiento de Alicante. La información más relevante, objeto de nuestro estudio, se encuentra en la parte derecha de la figura, en el recuadro de comunidad, que recoge el número de likes (21567) y debajo de ésta, el número de seguidores (22659). En cuanto al número de mensajes, tomaremos como referencia principal la cuenta de Twitter, debido a que Facebook no facilita este campo de información.

Figura 13:

Ayuntamiento de Alicante (2019). Página Oficial de Facebook. Obtenido de <https://www.facebook.com/AyuntamientoAlicante/>

The image shows a screenshot of the Ayuntamiento de Alicante Facebook page. On the left is the profile header with the coat of arms and the name 'Ayuntamiento de Alicante - Ajuntament d'Alacant'. The main content area features a post from 'ALICANTE.ES' with the headline 'El Ayuntamiento inicia el desmontaje para sustituir la pasarela deteriorada de Albufereta'. Below the post are interaction buttons for 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'. To the right of the post is a 'Fotos' section showing a photo of a walkway with the text 'Iniciativas Juveniles'. On the far right, the 'Más información' sidebar includes contact details, a 'Transparencia De La Página' box (highlighted with a red rectangle) stating 'Creación de la página: 30 de julio de 2014', and a 'Horas más populares' bar chart.

En la figura 13, seguimos en la página oficial de Facebook, en la que podemos observar en la parte inferior derecha, un recuadro denominado transparencia de la página, que recoge información acerca de la fecha de creación de ésta (30 de Julio de 2014).



Figura 14:

Ayuntamiento de Alicante (2019). Página Oficial de Twitter. Obtenido de [https://twitter.com/alicanteayto?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/alicanteayto?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)



Tal y como podemos observar en la figura 14, nos encontramos en la página oficial de Twitter del ayuntamiento de Alicante. En la parte superior de la figura, podemos localizar la información de varios de los campos analizados, como el número de mensajes (25937 tweets), número de seguidores (15332) y el número de me gusta (3930). Por último, en la parte inferior izquierda de la figura, nos encontraremos con la fecha de creación de la cuenta (que en este caso es julio del 2014).

Figura 15:

Ayuntamiento de Alicante (2019). Página Oficial de Instagram. Obtenido de <https://www.instagram.com/alicanteayto/?hl=es>



En la figura 15, podemos ver el aspecto actual de la página oficial de Instagram del ayuntamiento de Alicante. La información recogida para nuestro estudio, se encuentra en la parte superior de la figura. Datos como el número de mensajes – publicaciones (498) y el número de seguidores (9733). Destacar que, la información que muestra Instagram al público, es más reducida que la que aparece en Facebook y Twitter. Por ello, hay campos como el número de me gusta y la fecha de creación, que no se han podido analizar. No obstante, se ha extraído diversa información de cada una de estas redes sociales, en cuanto, por ejemplo, a número de seguidores, mensajes etc.

En general, con la ayuda de dicho estudio, se pretende reflejar la presencia que tienen los ayuntamientos en las redes sociales (si son activos, si tienen unos números considerables de seguidores etc.).

Por último, se han analizado un total de 117 cuentas, con la suma de Facebook, Twitter e Instagram. Cabe destacar, que no todos los ayuntamientos analizados disponen de los 3 tipos de cuentas (de esta forma, se hubiesen analizado un total de 171 cuentas).

## 5. Resultados

Tal y como se indicaba en el expositivo número 4, a continuación, y según se desprende de los datos obtenidos, los cuales figuran en el Anexo núm. 1: en la sección 5.1. se muestran ejemplos de los 3 municipios más importantes de la provincia de Alicante, según su actividad en redes sociales, así como la utilización de éstas, estructuradas por orden de importancia. A continuación, se desarrollan las subsecciones 5.2, 5.3 y 5.4, en los que se muestra y comenta la información recogida de las cuentas de Facebook, Twitter e Instagram respectivamente, y siguiendo una serie de criterios, para un mejor reflejo de los resultados.

### 5.1. Ejemplos de municipios, según su Actividad en Redes Sociales.

*Figura 16:*

*Los 3 municipios con mayor influencia en redes sociales (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia*

LISTADO DE MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE ALICANTE - DATOS NUMÉRICOS DE PARTICIPACION EN REDES SOCIALES										
MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Seguidores Twitter	Seguidores Instagram	Total Seguidores	Fecha Creación Facebook	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Publicaciones Instagram	Me Gusta Facebook	Me Gusta Twitter
BENIDORM	55308	8572	2823	66703	02/12/2008	jun.-09	11654	925	56534	1693
ALICANTE/ALACANT	22659	15332	9556	47547	30/07/2014	jul.-14	25937	496	21567	3930
ELCHE/ELX	20748	17495	NO	38243	04/08/2011	ago.-11	11823	*	19242	631

Como se observa en la figura 16, se recoge la información objeto de nuestro estudio, de los 3 municipios con mayor actividad en redes sociales, si se tienen en cuenta todos los

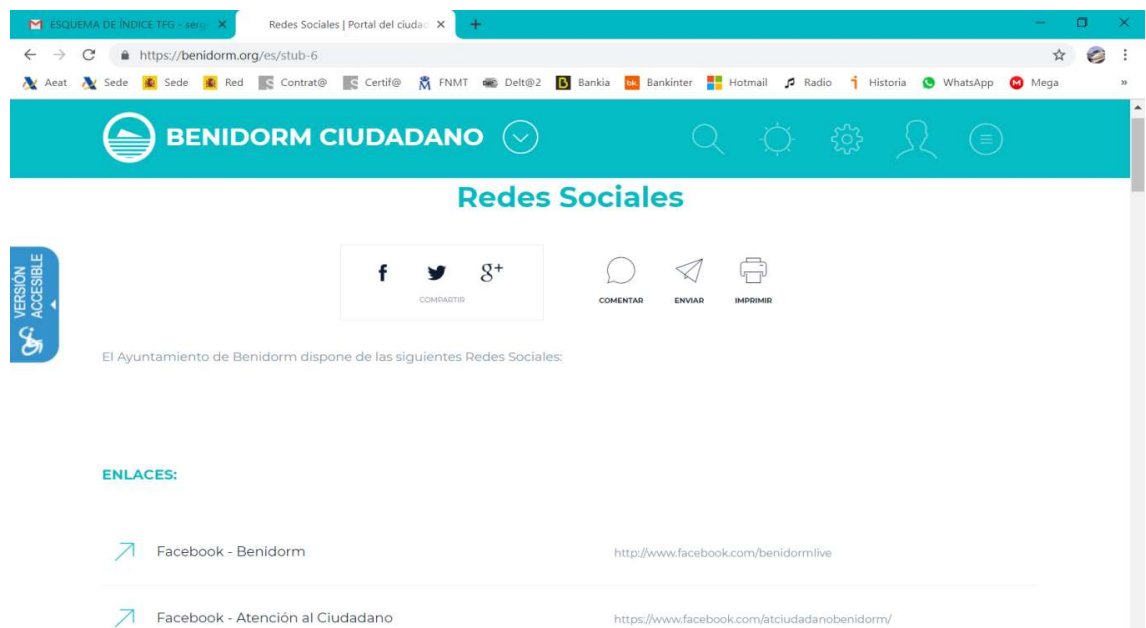
parámetros que se muestran en la tabla, que en este caso son Benidorm, Alicante y Elche (ordenadas de mayor a menor).

Además, vemos que en alguno de los campos analizados aparece un NO, y esto significa, que dicho municipio no dispone de alguna de las 3 cuentas.

## 1. Benidorm (67.558 Habitantes)

Figura 17:

Ayuntamiento de Benidorm (2019). Portal Oficial. Obtenido de <https://benidorm.org/es>



Es el municipio con el mayor número de seguidores en las redes sociales, según se manifiesta por los datos obtenidos, aunque no es la ciudad más importante de la provincia, en cuanto a habitantes se refiere. Puede deberse a la población flotante, por su atractivo turístico. Cuenta con un total de 66703 seguidores, si sumamos las 3 redes sociales analizadas, y la más utilizada es Facebook, dado que según se desprende de la

información facilitada, es la que más seguidores tiene, tanto en esta localidad como en todas las analizadas (municipios mayores de 5.000 habitantes).

Los datos obtenidos, se desglosan de la siguiente manera:

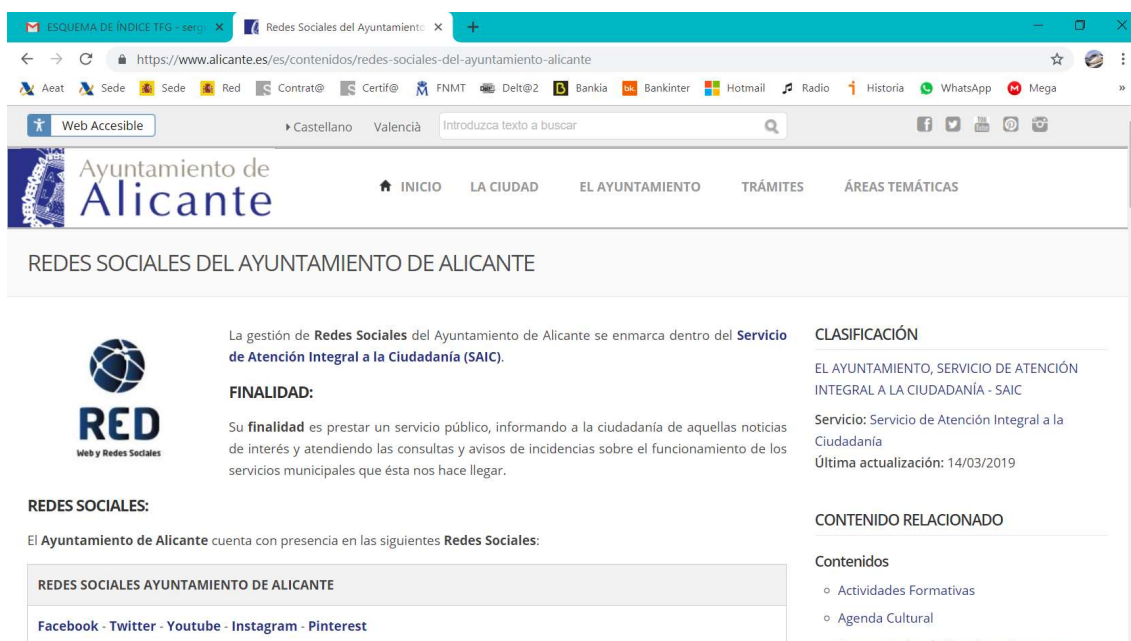
Seguidores Facebook:	55.308
Seguidores Twitter:	8.572
Seguidores Instagram:	2.823
Seguidores Totales:	66.703

## 2. Alicante (331.577 Habitantes)

Figura 18:

*Ayuntamiento de Alicante (2019). Portal Oficial.*

*Obtenido de <https://www.alicante.es/es/contenidos/redes-sociales-del-ayuntamiento-alicante>*



ESQUEMA DE INDICE TFG - set... x Redes Sociales del Ayuntamiento: x +


← → ↻ <https://www.alicante.es/es/contenidos/redes-sociales-del-ayuntamiento-alicante> ☆

Aeat Sede Sede Red Contrat@ Certif@ FNMT Delt@2 Bankia Bankinter Hotmail Radio Historia WhatsApp Mega

Web Accesible Castellano Valencà Introduce texto a buscar

Ayuntamiento de Alicante INICIO LA CIUDAD EL AYUNTAMIENTO TRÁMITES ÁREAS TEMÁTICAS

### REDES SOCIALES DEL AYUNTAMIENTO DE ALICANTE

 La gestión de **Redes Sociales** del Ayuntamiento de Alicante se enmarca dentro del **Servicio de Atención Integral a la Ciudadanía (SAIC)**.

**FINALIDAD:**

Su **finalidad** es prestar un servicio público, informando a la ciudadanía de aquellas noticias de interés y atendiendo las consultas y avisos de incidencias sobre el funcionamiento de los servicios municipales que ésta nos hace llegar.

**REDES SOCIALES:**

El **Ayuntamiento de Alicante** cuenta con presencia en las siguientes **Redes Sociales**:

REDES SOCIALES AYUNTAMIENTO DE ALICANTE

Facebook - Twitter - Youtube - Instagram - Pinterest

**CLASIFICACIÓN**

EL AYUNTAMIENTO, SERVICIO DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA CIUDADANÍA - SAIC

Servicio: Servicio de Atención Integral a la Ciudadanía

Última actualización: 14/03/2019

**CONTENIDO RELACIONADO**

**Contenidos**

- o Actividades Formativas
- o Agenda Cultural
- o Convocatorias de Premios y Concursos

Aunque es la capital de la Provincia y la que más habitantes tiene, figura en el puesto núm. 2.

Seguidores Facebook:	22.659
Seguidores Twitter:	15.332
Seguidores Instagram:	9.556
Seguidores Totales:	47.547

### 3. Elche (230.625 Habitantes)

*Figura 19:*

*Ayuntamiento de Elche (2019). Página principal. Obtenido de [www.elche.es/](http://www.elche.es/)*

The screenshot shows the homepage of the Ayuntamiento de Elche. At the top left is the coat of arms and the text 'Ajuntament d'Elx'. In the center is the 'Portal de Transparencia' logo. To the right, there is a search bar with the text 'Buscar...' and a magnifying glass icon. Below the header is a navigation bar with four items: 'Inicio', 'Observatorio', 'Transparencia', and 'Participación'. Below the navigation bar is a large green heading: '::Redes sociales del Ajuntament d'Elx'. Underneath this heading are two social media widgets. The first is a Facebook page preview for 'Ayuntamiento de Elche - Ajuntament d'Elx' with 19,310 likes. The second is a Twitter tweet from @ajuntamentelx that reads: 'La Agenda de la Infancia propone crear en Elche un Consejo Municipal de los niños, niñas y adolescentes. [elche.es/2019/05/la-age...](http://elche.es/2019/05/la-age...)'.

Es el 3º municipio con la mayor actividad en redes sociales. Podemos destacar del ayuntamiento de Elche que no dispone de cuenta de Instagram, por lo que es evidente que su presencia en redes sociales es menor a la de Benidorm y Alicante.

Seguidores Facebook:	20.748
Seguidores Twitter:	17.495
Seguidores Instagram:	No tiene
Seguidores Totales:	38.243

## 5.2. Facebook

*Figura 20:*

*Los 3 municipios con el mayor número de seguidores (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Fecha Creación Facebook	Me Gusta Facebook
BENIDORM	55308	02/12/2008	56534
ALICANTE/ALACANT	22659	30/07/2014	21567
ELCHE/ELX	20748	04/08/2011	19242

Tal y como podemos observar en la figura 20, se recogen los 3 municipios con el mayor número de seguidores en Facebook, en atención a la información proporcionada por el Anexo III. En primera posición, se encuentra Benidorm (55.308), seguido de Alicante (con 22.659) y, por último, el ayuntamiento de Elche (20.748) seguidores.

*Figura 21:*

*Los 3 municipios con el menor número de seguidores (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Fecha Creación Facebook	Me Gusta Facebook
JIJONA/XIXONA	653	24/08/2018	625
Banyeres de Mariola	1462	06/07/2015	1416
ONIL	1654	29/01/2014	1568

En esta figura 21, podemos observar los 3 municipios con el menor número de seguidores de Facebook. El primero es el ayuntamiento Jijona (653 seguidores), seguido de Banyeres de Mariola, con 1.462 seguidores. Y, por último, la tercera posición la ocupa el ayuntamiento de Onil (1.654).

*Figura 22:*

*Los 3 municipios con la fecha más antigua de creación del Facebook (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Fecha Creación Facebook	Me Gusta Facebook
BENIDORM	55308	02/12/2008	56534
SANT JOAN D'ALACANT	7197	03/04/2009	7094
JÁVEA/XÀBIA	12674	13/01/2010	12313

Como podemos ver en la figura 22, nos encontramos con los 3 municipios con la fecha de creación más antigua de la cuenta de Facebook. Bajo este criterio, ocupa la primera posición el ayuntamiento de Benidorm (02/12/2008), seguido del ayuntamiento de San Juan (03/04/2009), y, por último, el ayuntamiento de Jávea (13/01/2010).

*Figura 23:*

*Los 3 municipios con la fecha más reciente de creación del Facebook (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*



MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Fecha Creación Facebook	Me Gusta Facebook
JIJONA/XIXONA	653	24/08/2018	625
PETRER	4831	22/06/2017	4631
Callosa de Segura	3642	19/09/2015	3510

En la figura 23, podemos observar los 3 municipios con la fecha de creación más reciente de la cuenta de Facebook. Por tanto, ocupa el primer lugar el ayuntamiento de Jijona (24/08/2018), seguido de Petrer (con fecha 22/06/2017). Por último, se encuentra el ayuntamiento de Callosa de Segura (19/09/2015).

Figura 24:

Los 3 municipios con el mayor número de likes/me gusta (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.

MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Fecha Creación Facebook	Me Gusta Facebook
BENIDORM	55308	02/12/2008	56534
ALICANTE/ALACANT	22659	30/07/2014	21567
ELCHE/ELX	20748	04/08/2011	19242

Tal y como podemos observar en la figura 24, se recogen los 3 municipios con el mayor número de likes/me gusta. La primera posición la ocupa el ayuntamiento de Benidorm (56534 likes), seguido del ayuntamiento de Alicante, con 21567. Por último, se encuentra el ayuntamiento de Elche (19242).

Figura 25:

Los 3 municipios con el menor número de likes/me gusta (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia

MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Fecha Creación Facebook	Me Gusta Facebook
JIJONA/XIXONA	653	24/08/2018	625
Banyeres de Mariola	1462	06/07/2015	1416
ONIL	1654	29/01/2014	1568

Según se observa en la figura 25, de los datos consignados se desprenden los resultados de los 3 municipios con el menor número de likes/me gusta. En primera posición, de menor a mayor, se encuentra el Ayuntamiento de Jijona (625), seguido de Banyeres de Mariola (1.416) y, por último, Onil (1.568).

*Figura 26:  
Promedio Total (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia*

DATOS ANALISIS	PROMEDIO
Seguidores de Facebook	6.764
Likes/Me gusta Facebook	6.550

En esta figura 26, podemos ver el promedio total de Facebook, tanto en lo referido al número de seguidores (6764), como al número de likes/Me gusta (6550).

Figura 27:

Desviación estándar total (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia

DATOS ANALISIS	PROMEDIO	DESVESTA
Seguidores de Facebook	6.764	8.144
Likes/Me gusta Facebook	6.550	8.174

Como podemos ver en la figura 27, se refleja la desviación estándar total (Desvesta) de Facebook, tanto la del número de seguidores (8144), como la del número de likes/Me gusta (8174).

Por último, en cuanto al número de mensajes, analizaremos únicamente las cuentas de Twitter (tweets) e Instagram (publicaciones). Al respecto, cabe decir que no se da información del número de mensajes, puesto que es un dato no facilitado por Facebook.

### 5.3. Twitter

Figura 28:

Los 3 municipios con el mayor número de seguidores (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter
ELCHE/ELX	17495	ago.-11	11823
ALICANTE/ALACANT	15332	jul.-14	25937
BENIDORM	8572	jun.-09	11654

Tal y como podemos observar en la figura 28, se recoge la información referente a los 3 municipios con el mayor número de seguidores en Twitter (Anexo IV). En primer lugar, se encuentra el Ayuntamiento de Elche (17495), le sigue Alicante (15332). En tercer lugar, tenemos a Benidorm (8572).

*Figura 29:*

*Los 3 municipios con el menor número de seguidores (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
BENISSA	8	ene.-17	*	0
ONDARA	13	ene.-15	31	24
ONIL	114	feb.-14	217	-

Según se observa en la figura 29, de los datos consignados se desprenden los resultados de los 3 municipios con el menor número de seguidores en Twitter. La primera posición la ocupa el Ayuntamiento de Benissa (8), seguido de Ondara (13). Por último, se encuentra Onil (114).

*Figura 30:*

*Los 3 municipios con la fecha más antigua de creación del Twitter (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
BENIDORM	8572	jun.-09	11654	1693
PILAR DE LA HORADADA	2772	jun.-09	10255	5691
JÁVEA/XÀBIA	4150	oct.-09	2763	233

Como podemos ver en la figura 30, nos encontramos con los 3 municipios con la fecha de creación más antigua de la cuenta de Twitter. Bajo este criterio, ocupan la primera

posición, tanto el ayuntamiento de Benidorm (jun - 2009), como el ayuntamiento de Pilar de la Horadada (jun - 2009), y, por último, en segunda posición, se encuentra el ayuntamiento de Jávea (oct- 2009).

*Figura 31:*

*Los 3 municipios con la fecha más reciente de creación del Twitter (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
ALBATERA	152	oct.-17	868	3
BENISSA	8	ene.-17	*	0
ASPE	2026	sep.-15	4439	1864

En la figura 31, podemos observar los 3 municipios con la fecha de creación más reciente de la cuenta de Twitter. Por tanto, ocupa el primer lugar el ayuntamiento de Albatera (oct. - 2017), seguido de Benissa (ene. - 2017). Por último, se encuentra el ayuntamiento de Aspe (sep. - 2015).

*Figura 32:*

*Los 3 municipios con el mayor número de mensajes (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia*

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
NUCIA (LA)	6937	sep.-12	33609	9934
ALICANTE/ALACANT	15332	jul.-14	25937	3930
DÉNIA	5212	may.-10	17074	382

Tal y como podemos observar en la figura 32, se recoge en una tabla Excel los 3 municipios con el mayor número de mensajes en Twitter. De esta forma, ocupa el

primer puesto el Ayuntamiento de La Nucia (33609), seguido de Alicante (25937). En tercer lugar, se encuentra Denia (17074).

*Figura 33:*

*Los 3 municipios con el menor número de mensajes (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia*

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
SAX	306	jun.-15	27	10
ONDARA	13	ene.-15	31	24
Banyeres de Mariola	225	jul.-15	190	8

Como podemos ver en la figura 33, nos encontramos con los 3 municipios que tienen el menor número de mensajes de Twitter. Bajo este criterio, ocupa la primera posición el ayuntamiento de Sax (27), seguido del ayuntamiento de Ondara (31). Por último, se encuentra Banyeres de Mariola (190).

*Figura 34:*

*Los 3 municipios con el mayor número de likes/me gusta (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
VILLENA	5470	may.-12	13576	10938
NUCIA (LA)	6937	sep.-12	33609	9934
MONFORTE DEL CID	614	jun.-12	5641	8227

En la figura 34, podemos observar los 3 municipios con el mayor número de likes/me gusta en Twitter. Por tanto, ocupa el primer lugar el ayuntamiento de Villena (10938), seguido de La Nucia (9934). Por último, se encuentra el Ayuntamiento de Monforte del Cid (8227).

Figura 35:

Los 3 municipios con el menor número de likes/me gusta (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
ALBATERA	152	oct.-17	868	3
MONÓVAR/MONÒVER	763	sep.-11	762	8
Banyeres de Mariola	225	jul.-15	190	8

Según se observa en la figura 35, de los datos consignados se desprenden los resultados de los 3 municipios con el menor número de likes/me gusta. La primera posición la ocupa el Ayuntamiento de Albatera (3). Pero la segunda posición, la comparten tanto el ayuntamiento de Monóvar, (8) como el de Banyeres de Mariola (8).

Figura 36:

Promedio Total (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia

DATOS ANALISIS	PROMEDIO	DESVESTA
Seguidores de Twitter	2.517	3.392
Mensajes de Twitter	5.526	6.416
Likes/Me gusta de Twitter	1.331	2.340

En esta figura 36, podemos ver el promedio total de Twitter, en lo referente al número de seguidores (2517), número de mensajes (5526) y el número de likes/Me gusta (1331).

*Figura 37:*

*Desviación estándar total (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia*

<b>DATOS ANALISIS</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVESTA</b>
<b>Seguidores de Twitter</b>	2.517	3.392
<b>Mensajes de Twitter</b>	5.526	6.416
<b>Likes/Me gusta de Twitter</b>	1.331	2.340

Como podemos ver en la figura 37, se refleja la desviación estándar total (Desvesta) de Twitter, en atención al número de seguidores (3392), número de mensajes (6416) y al número de likes/Me gusta (2340).



## 5.4. Instagram

Figura 38:

Los 3 municipios con el mayor número de seguidores (2019). Hoja de Excel. Fuente:  
Elaboración propia.

MUNICIPIO	Seguidores Instagram	Fecha Creac. Instagram	Publicaciones Instagram	Me Gusta Instagram
ALICANTE/ALACANT	9556	-	496	-
NUCIA (LA)	3882	-	765	-
ALCOY	3661	-	1232	-

Tal y como podemos observar en la figura 38, se recoge la información referente a los 3 municipios con el mayor número de seguidores en Instagram (Anexo V). En primer lugar, se encuentra el Ayuntamiento de Alicante (9556), le sigue La Nucia (3882). El último lugar, lo ocupa Alcoy (3661).

Figura 39:

Los 3 municipios con el menor número de seguidores (2019). Hoja de Excel. Fuente:  
Elaboración propia.

MUNICIPIO	Seguidores Instagram	Fecha Creac. Instagram	Publicaciones Instagram	Me Gusta Instagram
Benejúzar	267	-	17	-
BIGASTRO	612	-	32	-
SAN VICENTE DEL RASPEIG	758	-	395	-

Según se observa en la figura 39, de los datos consignados se desprenden los resultados de los 3 municipios con el menor número de seguidores en Instagram. La primera

posición la ocupa el Ayuntamiento de Benezúzar (267), seguido de Bigastro (612). Por último, se encuentra San Vicente del Raspeig (758).

A continuación, en las siguientes figuras podremos observar los 3 municipios con el mayor y el menor número de mensajes – publicaciones. Destacar que, tal y como se había indicado anteriormente, Instagram no revela la misma cantidad de información que Facebook y Twitter, por lo que no se han podido analizar los campos referidos a la fecha de creación de la cuenta y al número de likes/me gusta.

*Figura 40:*

*Los 3 municipios con el mayor número de mensajes - publicaciones (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia*

MUNICIPIO	Seguidores Instagram	Fecha Creac. Instagram	Publicaciones Instagram	Me Gusta Instagram
ALCOY	3661	-	1232	-
BENISSA	1454	-	1137	-
BENIDORM	2823	-	925	-

Como podemos ver en la figura 40, se recoge en una tabla Excel los 3 municipios con el mayor número de mensajes en Instagram. De esta forma, ocupa el primer puesto el Ayuntamiento de Alcoy (1232), seguido de Benissa (1137). En último lugar, se encuentra Benidorm (925).

Figura 41:

Los 3 municipios con el menor número de mensajes - publicaciones (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia

MUNICIPIO	Seguidores Instagram	Fecha Creac. Instagram	Publicaciones Instagram	Me Gusta Instagram
Benejúzar	267	-	17	-
BIGASTRO	612	-	32	-
Callosa de Segura	1121	-	171	-

En la figura 41, nos encontramos con los 3 municipios que tienen el menor número de mensajes de Instagram. Bajo este criterio, ocupa la primera posición el ayuntamiento de Benejúzar (17), seguido del ayuntamiento de Bigastro (32). Por último, se encuentra Callosa de Segura (171).

Figura 42:

Promedio Total (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia

DATOS ANALISIS	PROMEDIO	DESVESTA
Seguidores de Instagram	2.133	1.515
Mensajes - Publicaciones de Instagram	538	310

Tal y como podemos observar en la figura 42, se refleja el promedio total de Instagram, en atención al número de seguidores (2.133) y al número de mensajes – publicaciones (538).

Figura 43:

Desviación estándar total (2019). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia

<b>DATOS ANALISIS</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>DESVESTA</b>
Seguidores de Instagram	2.133	1.515
Mensajes - Publicaciones de Instagram	538	310

Como podemos ver en la figura 43, se refleja la desviación estándar total (Desvesta) de Instagram, en atención al número de seguidores (1515) y al número de mensajes - publicaciones (310).

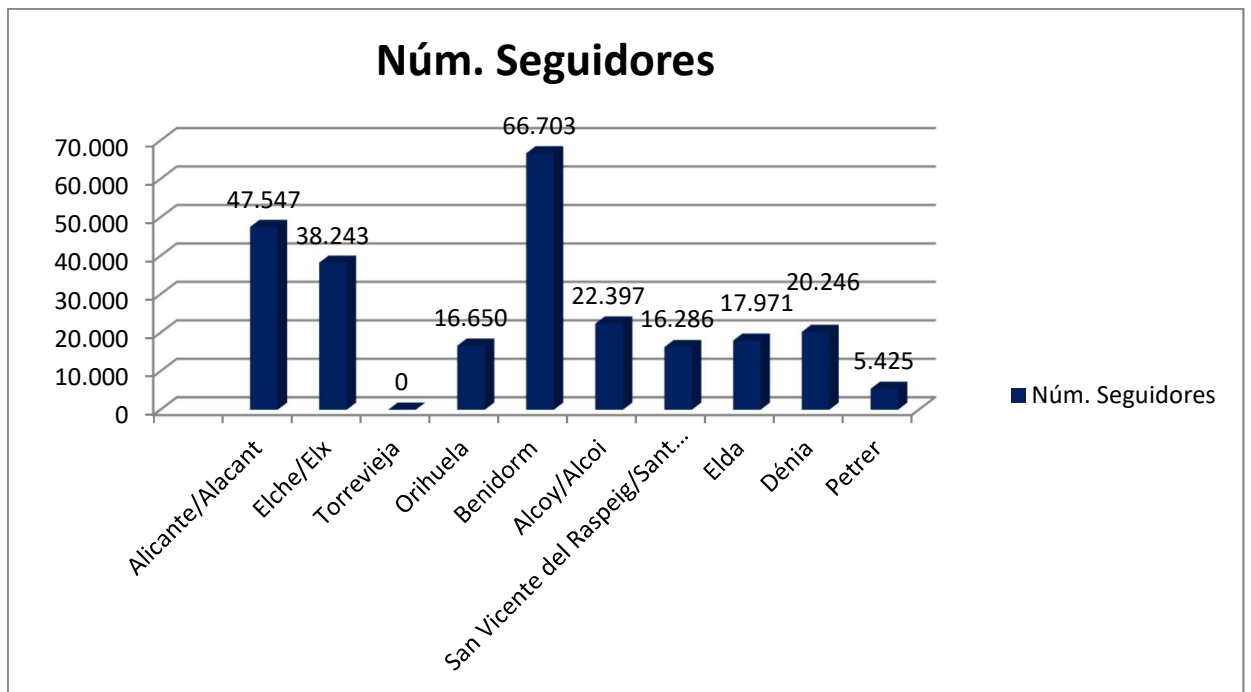
## 5.5. 10 municipios con el mayor número de habitantes

A continuación, se muestran y comentan, 3 gráficas que recogen el total de seguidores, mensajes y likes/me gusta de los 10 municipios con el mayor número de habitantes (Anexo VI).

Figura 44:

10 municipios con el mayor número total de seguidores (2019). Gráfica de Columnas.

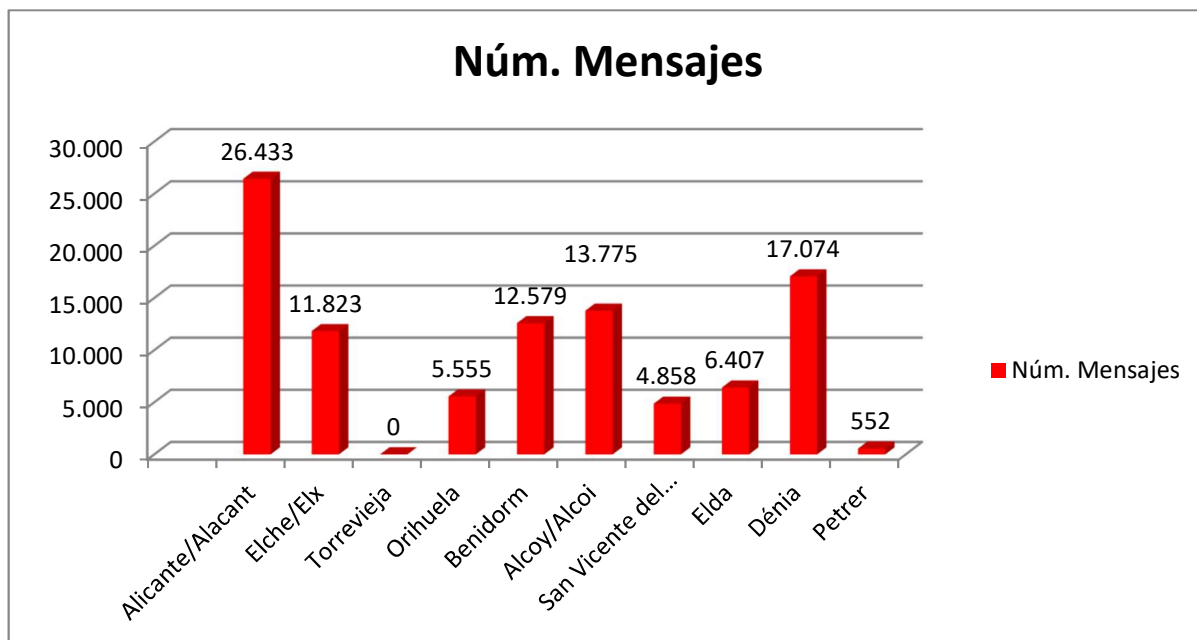
Fuente: Elaboración propia.



En la figura 44, nos encontramos con una gráfica que representa a los 10 municipios con el mayor número total de seguidores. De todos ellos, Benidorm ocupa la 1ª posición (66.703), seguido de Alicante (47.547) y Elche (38.243). En último puesto lo ocupa el Ayuntamiento de Petrer. Destacar que, el ayuntamiento de Torrevieja, está representado con el valor de 0, puesto que dicho ayuntamiento no dispone de redes sociales, pese a su gran volumen de población. En relación a dicho Ayuntamiento en redes sociales, figura únicamente la concejalía de juventud.

Figura 45:

10 municipios con el mayor número total de mensajes – publicaciones (2019). Gráfica de Columnas. Fuente: Elaboración propia.

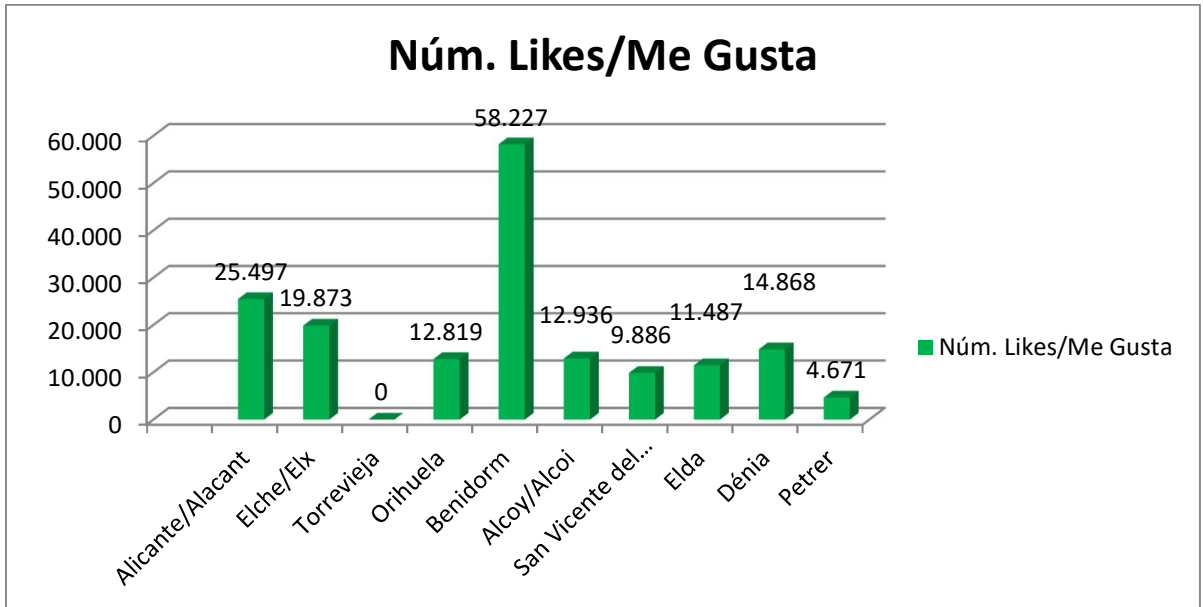


Según se observa en la figura 45, aparece reflejada en una gráfica, los 10 municipios con el mayor número total de mensajes – publicaciones (2019). En atención a este criterio, ocupa el primer puesto el Ayuntamiento de Alicante (26433), seguido de Denia (17074) y de Alcoy (13775). En el último lugar, se encuentra el ayuntamiento de Petrer (552).

Figura 46:

10 municipios con el mayor número total de likes/me gusta (2019). Gráfica de Columnas.

Fuente: Elaboración propia.



Por último, en esta figura 46, podemos apreciar una gráfica de columnas, en la que se representa a los 10 municipios con el mayor número total de likes/me gusta. En primer lugar, tenemos el Ayuntamiento de Benidorm (58227), seguido de Alicante (25497) y de Elche (19873). El último puesto, lo ocupa el ayuntamiento de Petrer (4671).

## 6. Discusión

En esta sección, se desarrollará una valoración personal, en referencia a los municipios analizados y destacando lo más relevante de los resultados que se han ido mostrando en el apartado anterior.

En primer lugar, podemos destacar que la desviación estándar es muy grande en todos los valores analizados, lo que nos indica que existen diferencias importantes de unos ayuntamientos con otros; hay algunos de ellos con muchos seguidores, otros sin embargo con muy pocos, unos con muchos tweets y otros con un número reducido de ellos, etc.

Asimismo, se ha comprobado que el tamaño de los municipios sí que influye en las redes sociales, puesto que Alicante, Benidorm y Elche, son 3 de los municipios que más habitantes tienen y coincide que sus cifras en redes sociales, son las más elevadas.

Dichos Ayuntamientos, se han mantenido líderes en la mayoría de los campos analizados, aunque en algunos casos, sobresalen entidades de menor población, como, por ejemplo, el ayuntamiento de La Nucia en cuanto al número de “me gusta” en Twitter.

Sin duda, es un caso lógico, puesto que, si un municipio es muy grande, dispone de mucho más presupuesto para publicitarse y tener más presencia en las redes sociales, aunque se debe destacar como caso excepcional, que hay algunos de los ayuntamientos analizados, que no disponen de las redes sociales o de alguna de las 3, como es el caso de Torrevejea, y ésta tiene un número considerable de habitantes, pero no está haciendo uso de los beneficios que aportan las redes.

Uno de los rasgos que podríamos destacar de los resultados obtenidos, es que casi todos los Ayuntamientos analizados, no disponen de cuenta de Instagram. Usan preferentemente Facebook, seguido de Twitter. Pero en el caso de Instagram, únicamente lo tienen ciertos ayuntamientos como el de Alicante y Benidorm.

Esto puede ser debido a que Facebook y Twitter, presentan más funcionalidades de cara a la comunicación con los ciudadanos, puesto que la función principal de Instagram, es subir fotos e imágenes.



Además, podemos decir que los ayuntamientos, en atención a los resultados que se han mostrado y analizado, sí que hacen un uso elevado de las redes sociales, puesto que, salvo excepciones, son muy activos en éstas, atendiendo las demandas de los ciudadanos y facilitando enormemente tanto su comunicación con éstos, como su presencia en dichas plataformas.

Otro aspecto que ha quedado patente, es que los ayuntamientos estudiados, comenzaron a utilizar las redes sociales en el período comprendido entre 2008 y 2015, años en los que las redes sociales se desarrollaron enormemente, debido principalmente a la gran revolución que experimentaron las nuevas tecnologías.

No obstante, existen grandes diferencias en la utilización de las redes sociales por los distintos ayuntamientos, a pesar de que se hayan involucrado en éstas a un mismo tiempo. Unos ayuntamientos las utilizan cada vez más, y en otros, sin embargo, aparecen de forma testimonial en las páginas web correspondientes, sin apenas utilizarse, por lo que podríamos calificar a dichas cuentas como “muertas”. Estos resultados se deben a que, por parte de algunos consistorios, no se ha publicitado y alimentado adecuadamente la oferta de participación a través de estos mecanismos.

Algunos ejemplos de cuanto se comenta en el párrafo anterior, son el ayuntamiento de Sax, Ondara y Banyeres de Mariola, que, aunque sus cuentas de Twitter fueron creadas en 2015, cuentan en total con 27, 31 y 190 mensajes, respectivamente, lo que constituye unas cifras muy bajas, si tenemos en cuenta que han transcurrido casi cuatro años desde la puesta en marcha de su funcionamiento. A continuación, va a realizarse un pequeño análisis, para reflejar esta situación con una mayor claridad:

- el ayuntamiento de Sax, dispone de Twitter desde el 2015. Tiene publicados 27 tweets (6 tweets por año aproximadamente), pero el último lo publicó el 4 de junio de 2016, por lo que se trata de una cuenta muerta.
- El ayuntamiento de Ondara, dispone de Twitter desde el 2015. Tiene publicados 31 tweets (7 tweets por año aproximadamente). Dicho ayuntamiento, comenzó a publicar mensajes el 28 de septiembre del 2018 (y el último es de este mismo día), por lo que nos encontramos de nuevo ante un caso de cuenta muerta.

- Por último, el ayuntamiento de Banyeres de Mariola, dispone de Twitter desde el 2015. Tiene publicados 190 tweets (47 tweets por año aproximadamente). Cabe destacar, que el número de mensajes publicados por dicho ayuntamiento es muy superior al de los otros dos ayuntamientos, pero su último tweet es del 8 de septiembre del 2016, por lo que podríamos contarla como otra cuenta muerta.

## 7. Conclusiones

Por último, en esta sección, se resumirá todo lo abordado en este trabajo y se desarrollarán las conclusiones más principales que se han ido extrayendo en la elaboración de dicho análisis.

Con este estudio, se ha pretendido mostrar el uso que hacen las administraciones públicas de las redes sociales, en concreto, los Ayuntamientos de la provincia de Alicante que cuentan con más de 5000 habitantes. Se han utilizado para dicho estudio, las tres redes sociales más importantes en la actualidad, que son Facebook, Twitter e Instagram.

Al comienzo de este trabajo, se ha hablado sobre las redes sociales, para posteriormente, introducirlas en las administraciones públicas, haciendo especial hincapié en aspectos como el concepto, origen, evolución histórica y la tipología de éstas (epígrafe en el cual, se ha procedido a desarrollar brevemente cada una de las diferentes redes sociales).

Posteriormente, se han ido desarrollando las diferentes ventajas que presentan las redes sociales a las administraciones públicas, en las que se ha llegado a la conclusión, que hoy en día, éstas se presentan como una herramienta imprescindible para todas las entidades y que son evidentemente, un signo de desarrollo tecnológico.

Más adelante, se ha realizado una explicación acerca de cómo se ha hecho el estudio, en lo referido a las redes sociales utilizadas, que entidades se han analizado, etc.,

mostrando en una serie de figuras el procedimiento seguido para la obtención de los resultados.

Después, se han revelado y comentado los resultados del estudio a través de una serie de figuras y gráficas, separando los resultados de cada una de las redes sociales y utilizando algunos criterios como los 3 municipios con el mayor y el menor número de seguidores, los 3 municipios con la fecha de creación más antigua y más reciente de las cuentas, los 3 municipios con el mayor y el menor número de mensajes, los 3 municipios con el mayor y el menor número de likes/me gusta y por último, se ha obtenido el promedio y la desviación estándar de los campos analizados.

Finalmente, se ha redactado una valoración personal, en atención a los municipios analizados.

En cuanto a las conclusiones, podemos decir en primer lugar, que las redes sociales son unos medios informáticos por los cuales, los usuarios pueden comunicarse entre sí (como es el caso de la administración pública con los ciudadanos), desde cualquier parte del mundo y siempre y cuando, dispongan de un ordenador y de internet. De esta forma, los usuarios pueden compartir y recibir información.

En los últimos años, las redes sociales han ido adquiriendo especial importancia, hasta el punto que en la actualidad, se han desarrollado numerosas redes que cuentan cada vez más con una gran diversidad de funciones que se ponen al servicio de los usuarios. Gracias a éstas, puede ampliarse el nivel de transparencia y a su vez, permite que los usuarios puedan participar con más facilidad en las decisiones del gobierno.

Es evidente, que las redes sociales promueven la comunicación con otras personas. Sin embargo, también presentan ciertas desventajas si se abusa de éstas, como la violación de la privacidad, el desarrollo de actos criminales etc.

Por último, hemos visto que los ayuntamientos objeto de nuestro estudio, usan con gran frecuencia las redes sociales, y, por tanto, han agilizado en gran medida los trámites que deben desarrollar diariamente.

## BIBLIOGRAFÍA

AIBAR, E. y URGELL, F. (2007). *Estado, Burocracia y Red*. Universidad de Valencia: editorial Ariel.

ÁVILA – TOSCANO, JOSÉ HERNANDO (2012). “*Redes Sociales y Análisis de Redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*”. Barranquilla: Corporación Universitaria Reformada. Obtenido de:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/511130.pdf>

CONSEJERÍA DE FOMENTO Y MEDIO AMBIENTE DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN (2012). *Guía Práctica para el Uso de las Redes Sociales en los Ayuntamientos*. Obtenido de:

<https://telecentros.burgos.es/sites/default/files/file/page/Gua%20Redes%20Sociales%20para%20Ayuntamientos.pdf>

CERRILLO, A. (2008). *E – administración*. Universidad de Valencia: editorial UOC.

CRIADO, J. IGNACIO (2016). “*Redes Sociales y Administraciones Públicas. Hacia una Gestión Estratégica en el Sector Público*”. Obtenido de <https://www.infotec.mx/work/models/infotec/Resource/1274/1/images/cap8.pdf>

DIPUTACIÓN DE ALICANTE (enero de 2015). *El Community Manager en la Diputación de Alicante*. Obtenido de:

<http://gfw.diputacionalicante.es/repo/rec/733/EI%20community%20manager%20en%20la%20Diputaci%C3%B3n%20de%20Alicante.pdf>

DELOITTE (2014). *Los Orígenes de las Redes Sociales y los Medios de Comunicación*. Boletín Gobierno Corporativo. Obtenido de:

[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC\\_Boletin\\_invierno2014\\_tema2.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC_Boletin_invierno2014_tema2.pdf)

DIPUTACIÓN DE ALICANTE (2018). *Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (Evolución)*. Obtenido de:

<http://documentacion.diputacionalicante.es/censo.asp>

FACEBOOK (2019). *Página Principal*. Obtenido de:

<https://www.facebook.com/>

INSTAGRAM (2019). *Página principal*. Obtenido de:

<https://www.instagram.com/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2019). *Página Principal*. Obtenido de

<http://www.ine.es/>

NEOATTACK (2019). *Las 24 Redes Sociales más Usadas en 2019*. Obtenido de

<https://neoattack.com/redes-sociales/>.

OBSERVATORIO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE INFORMACIÓN (diciembre de 2011). *Las Redes Sociales en Internet*.

Obtenido de:

[https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes\\_sociales-documento\\_0.pdf](https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf)

OBSERVATORIO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE INFORMACIÓN (2019). *Portal Oficial*. Obtenido de

<https://www.ontsi.red.es/ontsi/es>

PONCE, ISABEL (17 de abril de 2012). *Redes Sociales – Historia de las Redes Sociales*. Obtenido de

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=2>

ROS – MARTÍN, MARCOS (2009). *Evolución de los Servicios de Redes Sociales en Internet*. Obtenido de:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/septiembre/09.pdf>

TWITTER (2019). *Página Principal*. Obtenido de <https://twitter.com/?lang=es>

WIKIPEDIA (2019). *Teoría de los Seis Grados de Separación*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Seis\\_grados\\_de\\_separaci%C3%B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Seis_grados_de_separaci%C3%B3n)

## ANEXOS

A continuación, se muestran los anexos utilizados en el trabajo.

ANEXO I												
LISTADO DE MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE ALICANTE - DATOS NUMÉRICOS DE PARTICIPACION EN REDES SOCIALES												
MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Seguidores Twitter	Seguidores Instagram	Total Seguidores	Fecha Creación Facebook	Fecha Creación Twitter	Fecha Creac. Instagram	Mensajes Twitter	Publicaciones Instagram	Me Gusta Facebook	Me Gusta Twitter	Me Gusta Instagram
ALBATERA	2722	152	NO	2874	17/07/2015	oct.-17	NO	868	*	2618	3	NO
ALCOY	12934	5802	3661	22397	15/01/2013	ene.-13	*	12543	1232	12204	732	*
Alfàs del Pi (L')	2037	1516	NO	3553	07/08/2012	feb.-12	NO	6459	*	1887	*	NO
ALICANTE/ALACANT	22659	15332	9556	47547	30/07/2014	jul.-14	*	25937	496	21567	3930	*
ALMORADÍ	5644	1182	NO	6826	12/09/2013	sep.-13	NO	1844	*	5370	84	NO
ALTEA	5934	2208	1340	9482	10/07/2013	sep.-11	*	9742	726	5739	340	*
ASPE	4025	2026	NO	6051	08/09/2015	sep.-15	NO	4439	*	3827	1864	NO
Banyeres de Mariola	1462	225	NO	1687	06/07/2015	jul.-15	NO	190	*	1416	8	NO
Benejúzar	2756	NO	267	3023	03/02/2012	NO	*	*	17	2668	NO	*
BENIDORM	55308	8572	2823	66703	02/12/2008	jun.-09	*	11654	925	56534	1693	*
BENISSA	NO	8	1454	1462	NO	ene.-17	*	*	1137	NO	0	*
BIGASTRO	2589	227	612	3428	17/12/2013	oct.-10	*	220	32	2494	*	*
Callosa de Segura	3642	NO	1121	4763	19/09/2015	NO	*	*	171	3510	NO	*
Callosa d'En Sarrià	2480	270	NO	2750	18/03/2012	mar.-12	NO	1336	*	2395	23	NO
CALP	10238	2192	2447	14877	02/08/2011	ene.-11	*	3679	833	9803	395	*
Campello (El)	8855	554	NO	9409	15/09/2014	sep.-14	NO	1346	*	8796	273	NO
CASTALLA	2758	199	NO	2957	02/08/2012	nov.-14	NO	1427	*	2588	115	NO
CATRAL	3629	426	NO	4055	20/07/2015	jul.-15	NO	1339	*	3479	78	NO
COCENTAINA	2912	835	NO	3747	13/03/2014	may.-14	NO	1937	*	2800	561	NO
COX	2577	NO	NO	2577	09/01/2015	NO	NO	*	*	2469	NO	NO
CREVILLENTE	NO	NO	NO	0	NO	NO	NO	*	*	NO	NO	NO
DÉNIA	15034	5212	NO	20246	02/09/2010	may.-10	NO	17074	*	14486	382	NO
DOLORES	2689	NO	NO	2689	27/05/2014	NO	NO	*	*	2547	NO	NO
ELCHE/ELX	20748	17495	NO	38243	04/08/2011	ago.-11	NO	11823	*	19242	631	NO
ELDA	11556	4253	2162	17971	24/09/2013	ene.-11	*	6022	385	11135	352	*
FINESTRAT	4793	691	NO	5484	21/11/2012	may.-10	NO	3202	*	4665	2576	NO
GATA DE GORGOS	2960	905	NO	3865	28/10/2013	may.-14	NO	2431	*	2844	9	NO
GUARDAMAR DEL SEGURA	7560	1802	NO	9362	12/07/2011	jun.-12	NO	6672	*	7260	106	NO
IBI	5550	2719	NO	8269	04/11/2010	nov.-10	NO	7477	*	5174	2959	NO
JÁVEA/XÀBIA	12674	4150	NO	16824	13/01/2010	oct.-09	NO	2763	*	12313	233	NO
JUONA/XIXONA	653	NO	NO	653	24/08/2018	NO	NO	*	*	625	NO	NO
MONFORTE DEL CID	2066	614	773	3453	15/06/2015	jun.-12	*	5641	583	1987	8227	*
MONÓVAR/MONÓVER	3502	763	NO	4265	04/10/2011	sep.-11	NO	762	*	3445	8	NO
MURO DE ALCOY	2141	765	NO	2906	30/05/2013	abr.-14	NO	355	*	2051	10	NO
MUTXAMEL	3285	247	NO	3532	05/05/2014	sep.-15	NO	867	*	3153	25	NO
NOVELDA	2199	378	NO	2577	02/07/2015	sep.-14	NO	1986	*	2105	353	NO
NUCIA (LA)	7803	6937	3882	18622	18/02/2013	sep.-12	*	33609	765	7680	9934	*
ONDARA	2998	13	NO	3011	02/03/2011	ene.-15	NO	31	*	2840	24	NO
ONIL	1654	114	NO	1768	29/01/2014	feb.-14	NO	217	*	1568	*	NO
ORIHUELA	12574	4076	NO	16650	03/07/2011	dec.-12	NO	5555	*	12116	703	NO
PEDREGER	2484	1023	NO	3507	20/08/2011	abr.-12	NO	2659	*	2329	24	NO
PEGO	2967	1136	NO	4103	10/05/2011	may.-11	NO	2894	*	2810	*	NO
PETRETER	4831	594	NO	5425	22/06/2017	ene.-11	NO	552	*	4631	40	NO
PILAR DE LA HORADADA	8427	2772	1327	12526	31/03/2011	jun.-09	*	10255	257	8183	5691	*
PINOSO/PINÓS (EL)	NO	NO	NO	0	NO	NO	NO	*	*	NO	NO	NO
REDOVÁN	4361	1908	781	7050	23/05/2011	may.-11	*	9521	410	4194	469	*
ROIALES	3983	1014	NO	4997	15/06/2011	ago.-11	NO	1421	*	3749	72	NO
SAN FULGENCIO	3494	445	NO	3939	29/04/2010	abr.-13	NO	1831	*	3369	*	NO
SAN MIGUEL DE SALINAS	1923	NO	NO	1923	05/10/2011	NO	NO	*	*	1845	NO	NO
SAN VICENTE DEL RASPEIG	9843	5685	758	16286	22/06/2011	mar.-11	*	4463	395	9576	310	*
SANT JOAN D'ALACANT	7197	2324	NO	9521	03/04/2009	mar.-11	NO	5298	*	7094	2355	NO
SANTA POLA	5731	1447	NO	7178	06/04/2010	may.-11	NO	2047	*	5293	152	NO
SAX	2519	306	NO	2825	23/06/2015	jun.-15	NO	27	*	2426	10	NO
TEULADA	5592	2009	NO	7601	02/11/2012	may.-10	NO	6380	*	5267	220	NO
TORREVIEJA	NO	NO	NO	0	NO	NO	NO	*	*	NO	NO	NO
VILLAJOVOSA	8278	1829	1157	11264	21/06/2010	jun.-10	*	7370	236	8024	332	*
VILLENIA	9249	5470	NO	14719	06/11/2013	may.-12	NO	13576	*	8946	10938	NO
<b>Totales.....</b>	<b>358.479</b>	<b>120.822</b>	<b>34.121</b>	<b>513.422</b>				<b>259.741</b>	<b>8.600</b>	<b>347.136</b>	<b>57.244</b>	<b>0</b>

### NOTAS:

\* No se dispone de datos.

\*\* Los datos que figuran en la tabla anterior, se han obtenido a través de Internet, y son los facilitados por las distintas páginas de los Ayuntamientos mencionados, con fecha 30 de Abril de 2.019.

NO: El ayuntamiento en cuestión, no dispone de esta red social

*Anexo I:*

*Listado de municipios de la provincia de Alicante. Datos numéricos de participación en redes sociales. Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*





*Anexo II:*

*Revisión del padrón de habitantes (evolución). Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*

## ANEXO III

### Datos Facebook - Ordenados por Volumen de Participación

MUNICIPIO	Seguidores Facebook	Fecha Creación Facebook	Me Gusta Facebook
JIJONA/XIXONA	653	24/08/2018	625
Banyeres de Mariola	1462	06/07/2015	1416
ONIL	1654	29/01/2014	1568
SAN MIGUEL DE SALINAS	1923	05/10/2011	1845
Alfàs del Pi (L')	2037	07/08/2012	1887
MONFORTE DEL CID	2066	15/06/2015	1987
MURO DE ALCOY	2141	30/05/2013	2051
NOVELDA	2199	02/07/2015	2105
PEDREGER	2484	20/08/2011	2329
Callosa d'En Sarrià	2480	18/03/2012	2395
SAX	2519	23/06/2015	2426
COX	2577	09/01/2015	2469
BIGASTRO	2589	17/12/2013	2494
DOLORES	2689	27/05/2014	2547
CASTALLA	2758	02/08/2012	2588
ALBATERA	2722	17/07/2015	2618
Benejúzar	2756	03/02/2012	2668
COCENTAINA	2912	13/03/2014	2800
PEGO	2967	10/05/2011	2810
ONDARA	2998	02/03/2011	2840
GATA DE GORGOS	2960	28/10/2013	2844
MUTXAMEL	3285	05/05/2014	3153
SAN FULGENCIO	3494	29/04/2010	3369
MONÓVAR/MONÓVER	3502	04/10/2011	3445
CATRAL	3629	20/07/2015	3479
Callosa de Segura	3642	19/09/2015	3510
ROJALES	3983	15/06/2011	3749
ASPE	4025	08/09/2015	3827
REDOVÁN	4361	23/05/2011	4194
PETRER	4831	22/06/2017	4631
FINESTRAT	4793	21/11/2012	4665
IBI	5550	04/11/2010	5174
TEULADA	5592	02/11/2012	5267
SANTA POLA	5731	06/04/2010	5293
ALMORADÍ	5644	12/09/2013	5370
ALTEA	5934	10/07/2013	5739
SANT JOAN D'ALACANT	7197	03/04/2009	7094
GUARDAMAR DEL SEGURA	7560	12/07/2011	7260
NUCIA (LA)	7803	18/02/2013	7680
VILLAJYOYOSA	8278	21/06/2010	8024
PILAR DE LA HORADADA	8427	31/03/2011	8183
Campello (El)	8855	15/09/2014	8796
VILLENA	9249	06/11/2013	8946
SAN VICENTE DEL RASPEIG	9843	22/06/2011	9576
CALP	10238	02/08/2011	9803
ELDA	11556	24/09/2013	11135
ORIHUELA	12574	03/07/2011	12116
ALCOY	12934	15/01/2013	12204
JÁVEA/XÀBIA	12674	13/01/2010	12313
DÉNIA	15034	02/09/2010	14486
ELCHE/ELX	20748	04/08/2011	19242
ALICANTE/ALACANT	22659	30/07/2014	21567
BENIDORM	55308	02/12/2008	56534
BENISSA	NO	NO	NO
CREVILLENT	NO	NO	NO
PINOSO/PINÓS (EL)	NO	NO	NO
TORREVIEJA	NO	NO	NO
<b>Totales.....</b>	<b>358.479</b>		<b>347.136</b>

DATOS ANALISIS	PROMEDIO	DESVESTA
Seguidores de Facebook	6.764	8.144
Likes/Me gusta Facebook	6.550	8.174

*Anexo III:*

*Datos Facebook ordenados por volumen de participación. Hoja de Excel. Fuente:*

*Elaboración propia.*

## ANEXO IV

### Datos Twitter - Ordenados por Volumen de Participación

MUNICIPIO	Seguidores Twitter	Fecha Creación Twitter	Mensajes Twitter	Me Gusta Twitter
BENISSA	8	ene.-17	*	0
ALBATERA	152	oct.-17	868	3
MONÓVAR/MONÒVER	763	sep.-11	762	8
Banyeres de Mariola	225	jul.-15	190	8
GATA DE GORGOS	905	may.-14	2431	9
MURO DE ALCOY	765	abr.-14	355	10
SAX	306	jun.-15	27	10
Callosa d'En Sarrià	270	mar.-12	1336	23
PEDREGER	1023	abr.-12	2659	24
ONDARA	13	ene.-15	31	24
MUTXAMEL	247	sep.-15	867	25
PETRER	594	ene.-11	552	40
ROJALES	1014	ago.-11	1421	72
CATRAL	426	jul.-15	1339	78
ALMORADÍ	1182	sep.-13	1844	84
GUARDAMAR DEL SEGURA	1802	jun.-12	6672	106
CASTALLA	199	nov.-14	1427	115
SANTA POLA	1447	may.-11	2047	152
TEULADA	2009	may.-10	6380	220
JÁVEA/XÀBIA	4150	oct.-09	2763	233
Campello (El)	554	sep.-14	1346	273
SAN VICENTE DEL RASPEIG	5685	mar.-11	4463	310
VILLAJYOYOSA	1829	jun.-10	7370	332
ALTEA	2208	sep.-11	9742	340
ELDA	4253	ene.-11	6022	352
NOVELDA	378	sep.-14	1986	353
DÉNIA	5212	may.-10	17074	382
CALP	2192	ene.-11	3679	395
REDOVÁN	1908	may.-11	9521	469
COCENTAINA	835	may.-14	1937	561
ELCHE/ELX	17495	ago.-11	11823	631
ORIHUELA	4076	dec.-12	5555	703
ALCOY	5802	ene.-13	12543	732
BENIDORM	8572	jun.-09	11654	1693
ASPE	2026	sep.-15	4439	1864
SANT JOAN D'ALACANT	2324	mar.-11	5298	2355
FINESTRAT	691	may.-10	3202	2576
IBI	2719	nov.-10	7477	2959
ALICANTE/ALACANT	15332	jul.-14	25937	3930
PILAR DE LA HORADADA	2772	jun.-09	10255	5691
MONFORTE DEL CID	614	jun.-12	5641	8227
NUCIA (LA)	6937	sep.-12	33609	9934
VILLENA	5470	may.-12	13576	10938
PEGO	1136	may.-11	2894	-
SAN FULGENCIO	445	abr.-13	1831	-
Alfàs del Pi (L')	1516	feb.-12	6459	-
BIGASTRO	227	oct.-10	220	-
ONIL	114	feb.-14	217	-
Callosa de Segura	NO	NO	*	NO
Benejúzar	NO	NO	*	NO
DOLORES	NO	NO	*	NO
COX	NO	NO	*	NO
SAN MIGUEL DE SALINAS	NO	NO	*	NO
JIJONA/XIXONA	NO	NO	*	NO
CREVILLET	NO	NO	*	NO
PINOSO/PINÓS (EL)	NO	NO	*	NO
TORREVIEJA	NO	NO	*	NO

<b>Totales.....</b>	<b>120.822</b>	<b>259.741</b>	<b>57.244</b>
---------------------	----------------	----------------	---------------

DATOS ANALISIS	PROMEDIO	DESVESTA
Seguidores de Twitter	2.517	3.392
Mensajes de Twitter	5.526	6.416
Likes/Me gusta de Twitter	1.331	2.340

*Anexo IV:*

*Datos Twitter ordenados por volumen de participación. Hoja de Excel. Fuente:*

*Elaboración propia.*

## ANEXO V

### Datos Instagram - Ordenados por Volumen de Participación

MUNICIPIO	Seguidores Instagram	Fecha Creac. Instagram	Publicaciones Instagram	Me Gusta Instagram
BENIDORM	2823	-	925	-
ALICANTE/ALACANT	9556	-	496	-
ELCHE/ELX	NO	NO	*	NO
ALCOY	3661	-	1232	-
DÉNIA	NO	NO	*	NO
NUCIA (LA)	3882	-	765	-
ELDA	2162	-	385	-
JÁVEA/XÀBIA	NO	NO	*	NO
ORIHUELA	NO	NO	*	NO
SAN VICENTE DEL RASPEIG	758	-	395	-
CALP	2447	-	833	-
VILLENA	NO	NO	*	NO
PILAR DE LA HORADADA	1327	-	257	-
VILLAJYOSA	1157	-	236	-
SANT JOAN D'ALACANT	NO	NO	*	NO
ALTEA	1340	-	726	-
Campello (El)	NO	NO	*	NO
GUARDAMAR DEL SEGURA	NO	NO	*	NO
IBI	NO	NO	*	NO
TEULADA	NO	NO	*	NO
SANTA POLA	NO	NO	*	NO
REDOVÁN	781	-	410	-
ALMORADÍ	NO	NO	*	NO
ASPE	NO	NO	*	NO
FINESTRAT	NO	NO	*	NO
PETREER	NO	NO	*	NO
ROJALES	NO	NO	*	NO
Callosa de Segura	1121	-	171	-
MONÓVAR/MONÒVER	NO	NO	*	NO
PEGO	NO	NO	*	NO
CATRAL	NO	NO	*	NO
SAN FULGENCIO	NO	NO	*	NO
GATA DE GORGOS	NO	NO	*	NO
COCENTAINA	NO	NO	*	NO
Alfàs del Pi (L')	NO	NO	*	NO
MUTXAMEL	NO	NO	*	NO
PEDREGER	NO	NO	*	NO
MONFORTE DEL CID	773	-	583	-
BIGASTRO	612	-	32	-
Benejúzar	267	-	17	-
ONDARA	NO	NO	*	NO
CASTALLA	NO	NO	*	NO
MURO DE ALCOY	NO	NO	*	NO
ALBATERA	NO	NO	*	NO
SAX	NO	NO	*	NO
Callosa d'En Sarrià	NO	NO	*	NO
DOLORES	NO	NO	*	NO
COX	NO	NO	*	NO
NOVELDA	NO	NO	*	NO
SAN MIGUEL DE SALINAS	NO	NO	*	NO
ONIL	NO	NO	*	NO
Banyeres de Mariola	NO	NO	*	NO
BENISSA	1454	-	1137	-
JIJONA/XIXONA	NO	NO	*	NO
CREVILLET	NO	NO	*	NO
PINOSO/PINÓS (EL)	NO	NO	*	NO
TORREVIEJA	NO	NO	*	NO
<b>Totales.....</b>	<b>34.121</b>		<b>8.600</b>	<b>0</b>

DATOS ANALISIS	PROMEDIO	DESVESTA
Seguidores de Instagram	2.133	1.515
Mensajes - Publicaciones de Instagram	538	310

*Anexo V:*

*Datos de Instagram, ordenados por volumen de participación. Hoja de Excel. Fuente:  
Elaboración propia.*

<b>ANEXO VI</b>						
<b>DATOS 10 MUNICIPIOS CON MAS HABITANTES (Provincia Alicante)</b>						
Cód. INE	Municipio	Habitantes 2018	Núm. Seguidores	Núm. Mensajes	Núm. Likes/Me Gusta	
03014	Alicante/Alacant	331.577	47.547	26.433	25.497	
03065	Elche/Elx	230.625	38.243	11.823	19.873	
03133	Torreveija	82.599	***	***	***	
03099	Orihuela	76.778	16.650	5.555	12.819	
03031	Benidorm	67.558	66.703	12.579	58.227	
03009	Alcoy/Alcoi	58.977	22.397	13.775	12.936	
03122	San Vicente del Raspeig/Sant Vicent del Raspeig	57.785	16.286	4.858	9.886	
03066	Elda	52.404	17.971	6.407	11.487	
03063	Dénia	41.733	20.246	17.074	14.868	
03104	Petrer	34.479	5.425	552	4.671	

*Anexo VI:*

*Datos de los 10 municipios con el mayor número de habitantes (Provincia de Alicante).  
Hoja de Excel. Fuente: Elaboración propia.*