

# ¿Comunicación institucional para jóvenes en la España vaciada? La apuesta móvil en el contexto demográfico de Castilla y León

## *Institutional communication for young people in “empty Spain”? The mobile bid in the demographic context of Castilla y León*



**Raquel Quevedo-Redondo.** Investigadora y Profesora Ayudante Doctora en el grado en Periodismo de la Universidad de Valladolid (UVA), donde actualmente lleva a cabo tareas propias de la coordinación de Área. En 2018, la profesora Quevedo Redondo finalizó su tesis doctoral, realizada tras obtener una beca de Formación del Profesorado Universitario (FPU) y distinguida por ACOP con la mención ‘finalista’ del III Premio a la mejor tesis doctoral sobre Comunicación Política. Actualmente compagina la docencia con la participación en proyectos de investigación como “Politainment ante la fragmentación mediática: Desintermediación, *engagement* y polarización” (Referencia PID2020-114193RB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Sus principales líneas de investigación se centran en la feminización de la política y su aplicación a la comunicación, así como en el estudio de las diversas formas que adopta el *politainment*.

Universidad de Valladolid, España  
raquel.quevedo.redondo@uva.es  
ORCID: 0000-0002-6219-3237



**Salvador Gómez García.** Doctor europeo en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid. Investigador Principal del Proyecto “*Politainment* ante la fragmentación mediática: Desintermediación, *engagement* y polarización” (Referencia PID2020-114193RB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Sus principales líneas de investigación comprenden tanto la historia de los medios de comunicación como las narrativas digitales interactivas. En la actualidad desarrolla una estancia de investigación en la Universidad Complutense de Madrid con el proyecto LÚDICO (Ludificación política: comunicación y cultura digital) dentro del programa de recualificación del profesorado universitario financiado por el Ministerio de Universidades y la Universidad de Valladolid (2022-2024).

Universidad de Valladolid, España  
sgomez@uva.es  
ORCID: 0000-0001-5126-6464

Recibido: 01/06/2022 - Aceptado: 23/09/2022 - En edición: 30/09/2022 - Publicado: 01/01/2023

Received: 01/06/2022 - Accepted: 23/09/2022 - Early access: 30/09/2022 - Published: 01/01/2023

### Resumen:

Esta investigación aborda el estado actual de la comunicación institucional a través de las aplicaciones móviles, atendiendo al alcance de su implantación y a sus características definitorias en un particular contexto sociodemográfico: el de Castilla y León (España). El análisis de un total de 258 apps se dirige a identificar los factores que propician que un municipio de esta región cuente con una aplicación propia, conocer la cantidad de uso que tienen estos recursos y averiguar cuál es el tipo preeminente de desarrollador. En último término se anhela

### Abstract:

*This research addresses the current state of institutional communication through mobile applications, examining the scope of their implementation and defining their characteristics in a specific sociodemographic context: Castile and Leon (Spain). We analysed a total of 258 apps to identify the factors that lead a municipality in this region to have its application to determine the extent to which these resources are used, and determine the prevailing developer type. Ultimately, we want to answer the question of whether young people*

### Cómo citar este artículo:

Quevedo-Redondo, R. y Gómez García, S. (2023). ¿Comunicación institucional para jóvenes en la España vaciada? La apuesta móvil en el contexto demográfico de Castilla y León. *Doxa Comunicación*, 36, pp. 341-358.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1708>

responder a la pregunta sobre si los jóvenes castellanos y leoneses (público potencial de los creadores de apps) pueden sacar partido a los recursos que se les brindan o si, simplemente, quienes impulsan las herramientas bajo el sello institucional lo hacen para evitar la comparación negativa con municipios cercanos que sí tienen presencia en el ecosistema al que nos aproximamos.

**Palabras clave:**

Comunicación institucional; jóvenes; aplicaciones móviles; ayuntamientos; Castilla y León.

*in Castile and Leon (the potential target group of app developers) can take advantage of the resources made available to them, or whether those who promote tools under the institutional seal do so to avoid unfavourable comparisons with neighbouring communities in the ecosystem we are addressing.*

**Keywords:**

*Institutional communication; young people; mobile applications; municipalities; Castilla y León.*

## 1. Introducción

Una de cada cuatro personas residentes en Castilla y León tiene más de 65 años, de acuerdo a lo que en 2022 indican los datos del Padrón elaborados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Para ser exactos, el 26,1% de los castellanos y leoneses supera la edad de jubilación frente al 19,97% de la media de españoles, por lo que las nueve provincias que integran el territorio componen un escenario objetivamente envejecido donde la evolución demográfica se ha transformado en prioridad estratégica. A este respecto, la 'Agenda para la Población 2010-2020' ha dedicado la última década a emprender acciones dirigidas a colectivos sociales considerados clave para alcanzar una mayor vitalidad demográfica, empezando por los jóvenes, las familias y los emigrantes que buscan un lugar idóneo para vivir y construir su futuro (Vidal-Domínguez y Fernández-Portela, 2020). Hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 15 y los 34 años (lo que el Instituto de la Juventud considera "jóvenes") desempeñan, de acuerdo con la premisa expuesta, un papel fundamental en aquellas regiones y comarcas donde se persigue un cambio de tendencia sobre el censo a corto/medio plazo. Para ello resulta elemental crear oportunidades laborales, pero también que los líderes políticos y las instituciones públicas conecten con un público especial, que demanda nuevas formas de comunicación y que emplea unos códigos de lenguaje concretos mediante unas estrategias adaptadas a sus particulares gustos y necesidades.

En política las apariencias importan (Blakeley, 2016) y el elector del siglo XXI no sólo quiere sentirse escuchado, sino también comprendido. Se entiende así que la apuesta por la comunicación 2.0 y, más concretamente, por el ecosistema de aplicaciones móviles (en adelante, apps) en el plano gubernativo, vaya en aumento (Monteserín-Leiva, 2014; Gómez-García et al., 2019; Navarro-Sierra y Quevedo-Redondo, 2020), pese a que –en ocasiones– los creadores de esta clase de propuestas sólo ansían contar con presencia en Red y descuidan lo fundamental: el contenido (Quevedo-Redondo et al., 2021).

Dentro de comunidades autónomas como la que ocupa la presente investigación, habitualmente la comunicación política e institucional focaliza el grueso de los esfuerzos en forjar una coxexión con los votantes de mayor edad a través de la concesión de entrevistas, ruedas de prensa o comunicados dirigidos a soportes y medios tradicionales (prensa, radio y televisión), no obstante, estudios recientes prueban que cada vez son más los municipios castellanos y leoneses con apps ligadas a sus ayuntamientos (Suárez-Álvarez, 2021) y que, en consecuencia, convierten las aplicaciones en la "cara visible de buenas o malas estrategias de modernización e innovación en las instituciones" (De la Hera Conde-Pumpido, 2009:1), en ocasiones conectadas con la idea de las ciudades inteligentes en España (Barceló-Ugarte, 2017). Precisamente en año de adelanto electoral para Castilla y León, los candidatos a la presidencia de la Junta en 2022 (Alfonso Fernández Mañueco –PP–, Luis Tudanca –PSOE–, Francisco Igea –Ciudadanos–,

Pablo Fernández -Podemos- y Juan García-Gallardo -Vox-) han dedicado parte de sus antagónicas campañas a comprometerse a pensar más en los jóvenes y autónomos del medio rural que piden ayuda para no tener que abandonar sus pueblos. De esos discursos electoralistas se desprende que los políticos no son ajenos a los incentivos que la juventud necesita para evitar el éxodo y, por ende, la despoblación, pero también evidencian la importancia que tiene llegar a los 2.248 municipios de las nueve provincias y conectar con sus vecinos de una manera más personalizada y adaptada a los tiempos que corren.

En relación a la consideración anterior, huelga decir que un primer paso pasaría por favorecer la creación de aplicaciones que no sólo informen de los servicios que brindan los consistorios, sino que reflejen el sentir popular sobre algunos de los problemas y necesidades más acuciantes de cada entorno. Para saber con exactitud hasta qué punto existen carencias en este sentido, la propuesta que da lugar a este artículo toma como punto de partida las siguientes preguntas de investigación:

PI<sub>1</sub>: ¿Qué territorios de Castilla y León contaban con apps propias en el periodo anterior a la convocatoria electoral (es decir, en el año 2021)? Al analizar los casos afirmativos, ¿se observa relación entre la cantidad de jóvenes censados en el municipio y el mayor uso de aplicaciones móviles o influyen otros factores?

PI<sub>2</sub>: En atención a los servicios que brindan a los usuarios las aplicaciones de tipo institucional, ¿se aplican criterios de micro-segmentación por edad a la hora de crear contenidos o la tendencia es seguir un criterio de utilidad único para el conjunto de la ciudadanía?

Además de dar respuesta a los interrogantes formulados, en última instancia se espera sentar las bases para abrir la discusión sobre si los jóvenes castellanos y leoneses pueden sacar partido a las aplicaciones que se les brindan o si, simplemente, quienes impulsan la herramienta bajo sello institucional lo hacen para evitar la comparación negativa con municipios cercanos que sí tienen presencia en el ecosistema esbozado.

## 2. Marco teórico

Esta investigación atiende a cuestiones tan diversas como la despoblación en el contexto español, la comunicación dirigida a diferentes franjas generacionales, el uso de las nuevas narrativas y el aprovechamiento de la denominada “plataformización” (García et al. 2021), así como el estudio de la comunicación pública a través de nuevos medios. A continuación, se propone un marco integrador que pretende, en cualquier caso, ofrecer las claves de interpretación necesarias para situar el rol comunicativo de las apps institucionales en el contexto sociodemográfico de Castilla y León.

En primer lugar, cabe señalar que la juventud juega un papel incuestionable en relación al tipo de consumo que impera en la sociedad actual, con la consiguiente dotación de interés al estudio de la comunicación en distintos entornos sociales. Tal interés, en todo caso, no resulta proporcional al número de trabajos académicos que existen sobre nuevas formas de comunicación institucional desde los ayuntamientos, por lo que podría decirse que investigaciones como la que aquí se detalla ocupan un campo relativamente inexplorado, quizá porque la comunicación institucional está sometida a una variedad terminológica que dificulta en cierto modo su estudio. A este respecto, en manuales y artículos científicos se observan referencias con apelativos tan diversos como “información administrativa”, “comunicación organizacional” y “publicidad institucional”, entre otras combinaciones. Al margen de cuál sea la terminología empleada, Núñez-Manzano (2017) ejemplifica el sentir de todos los autores que describen

la esfera delineada como aquella que busca acercar una organización a su público y mejorar la percepción que éste tiene de ella, además de asegurar la prosperidad de la organización para sí misma. Se da a entender en consecuencia que su razón de ser es gestionar el diálogo entre la institución y la sociedad, y más concretamente, entre la institución y su público externo, pues en los últimos tiempos la comunicación que cercamos ha pasado de centrarse en los objetivos de las organizaciones a estructurarse mirando a las audiencias. En otras palabras: “el eje de gravedad de la gestión comunicativa se ha desplazado, pues ha dejado de apoyarse sobre las necesidades de las organizaciones para pivotar sobre los comportamientos y las actitudes de los individuos” (Costa-Sánchez, Míguez y Túñez-López, 2018, p. 922).

A pesar de la variedad de términos utilizados para aludir a la comunicación institucional pública, existe una suerte de consenso en cuanto a su definición como “interacción comunicativo-relacional bidireccional establecida entre la Administración y los ciudadanos mediante mensajes dotados de significados heterogéneos (como objeto de la comunicación), a través de medios interpersonales, colectivos, colectivos de masas y telemáticos” (Campillo-Alhama, 2008, p. 549). La principal diferencia entre la comunicación pública y la relacionada con el mundo empresarial se asentaría así sobre el doble objetivo que persigue la primera de ellas. Y es que, aunque ambos tipos de instituciones (públicas y privadas) pretenden mejorar su imagen de cara al público, las administraciones buscan a mayores cubrir necesidades de sus administrados. O sea, se pretende que los ayuntamientos se muestren al servicio del ciudadano y, sobre todo, que éste así lo perciba (Almansa-Martínez, 2008) para que la comunicación que emana de los consistorios no sea “una cuestión intrascendente, sino que llegue a convertirse si se gestiona de manera correcta en un elemento estratégico para conseguir mejorar la imagen de la institución” (Núñez-Manzano, 2017, p. 88). Para lograr tal fin, como quiera que sea, la comunicación ha de promover las relaciones con la ciudadanía y reforzar la imagen que ésta posee de la administración, pues impera la meta de lograr consenso en torno a la gestión pública y de que el ciudadano se sienta “informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas que pueden incidir en su condición de administrado” (Campillo-Alhama, 2010, p. 47).

Cuando no se produce una comunicación pública verdaderamente eficiente, puede darse el caso de que hombres y mujeres no valoren la correcta acción de gobierno de su ayuntamiento y que la relación con los líderes locales se deteriore. Sin ir más lejos y sobre este mismo punto, Costa (citado en Núñez-Manzano, 2017) afirma que una ausencia o déficit en la comunicación pública conlleva el riesgo de provocar que “una buena gestión no sea lo suficientemente valorada porque no se ha sabido explicar” y que, en consecuencia, aunque el municipio ofrezca buenos productos y servicios, los dirigentes se aíslan del conjunto de la ciudadanía. Esto resultaría absolutamente perjudicial, y es que de acuerdo con Montserín-Leiva (2014) “la opinión e involucración de los ciudadanos es imprescindible para optimizar los recursos disponibles” (p. 392), de manera que la comunicación cumpla un doble objetivo: resultar útil para la ciudadanía y útil para la administración, conjugando las opiniones de ambos interlocutores para definirse.

La necesaria bidireccionalidad es en la actualidad más urgente que nunca debido al desarrollo institucional y social, pues las administraciones han pasado de ser organismos “autocráticos, aislados y apartados de la realidad social” a un ente que “se adapta a las transformaciones que suceden a su alrededor” (Núñez-Manzano, 2017, p. 77). Precisamente sobre esta consideración es justo recordar que el estudio hallado sobre comunicación pública en Castilla y León que Patricia Montserín llevó a cabo en 2014 revelaba una baja implementación de servicios de información administrativa que explicaría, según la autora, por qué unas relaciones entre gobernantes y gobernados descuidadas, hasta cierto punto impersonales y/o ineficientes, suelen ir relacionadas con una larga demora en las respuestas.

### 2.1. El turno móvil de la Comunicación Pública

Focalizando la atención en el punto que más interesa para esta investigación (la comunicación institucional pública a través de aplicaciones móviles), el estudio específico de las apps reviste interés desde el momento en que se asume que esta herramienta goza de la capacidad para construir comunidades de individuos con intereses o necesidades comunes (Holmen et al., 2017) y, además, impulsar el compromiso y la motivación de dichas comunidades (Kim, Lin y Sung, 2013). No en vano, esta influencia se puede trasladar a la opinión pública cuando se contribuye a “cambiar el ecosistema informativo y del esparcimiento” (Planells de la Maza, 2020, p. 17). Asimismo y en cuanto a la oferta de servicios al ciudadano, una de las mayores ventajas de una aplicación para gestionar la comunicación pública es que podría paliar la reticencia de la mayoría de los usuarios a entablar diálogos con los ayuntamientos a través de las redes sociales, siempre y cuando el empleo que se hace de las plataformas sea responsable y se traduzca en la emisión de contenidos que “aporten al proceso” (Suárez-Álvarez, 2021, p. 16).

Otra de las ventajas que supone para una institución contar con una app propia tiene que ver con su utilidad para tratar de minimizar las dificultades asociadas al uso poco cualificado de páginas web de consistorios que, con el tiempo, han podido quedar obsoletas (Muñoz y Hernández, 2022). Este aspecto, sin duda, es relevante si consideramos el envejecimiento de la población de Castilla y León, y es que, como indica Xavier Peytibi (2016, p. 35), la ciudadanía debe tener “herramientas sencillas” (manejables para personas de cualquier edad y formación) para saber qué está pasando en las calles, quejarse cuando es preciso y “ayudar a su ayuntamiento a mejorar las cosas”. La bondad de propuestas como la apuntada anteriormente implica explorar el nivel de adopción y consumo de aplicaciones móviles por parte de las diferentes generaciones, así como determinar la utilidad y facilidad de uso como elementos clave para su éxito (Fernández-Lores, Marquez y Villaverde, 2021).

### 3. Metodología

La investigación que ocupa estas páginas toma como referencia el estudio de Suárez-Álvarez (2021) sobre la comunicación institucional a través de aplicaciones móviles en municipios de Castilla y León, al objeto de cubrir el vacío que el trabajo no llena en relación a la atención específica que los desarrolladores de las apps prestan al público que, *a priori*, mejor maneja los recursos derivados de la tecnología móvil y las nuevas herramientas: los jóvenes. Para ello, se propone un análisis basado en la consulta y obtención directa de datos sobre apps relacionadas con la comunicación institucional en territorio castellano y leonés, reflexionando sobre el tipo de contenido que más puede atraer a hombres y mujeres menores de 35 años en el contexto demográfico de la comunidad más extensa de la Unión Europea.

Interesa especialmente la vertiente cualitativa de la tarea analítica, pues “mientras sólo haya una reproducción acrítica de cifras facilitadas por cualquier fuente que no entre a valorar la calidad metodológica de las mismas, no se habrá atravesado la barrera del periodismo –y de la investigación– convencional” (Dader y Fernández, 1993, p. 101). En cuanto al proceso de recopilación de datos para la realización del artículo, responde a la selección de apps vinculadas a núcleos poblacionales de Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora cuyo contenido está directamente relacionado con la comunicación institucional. Para ser exactos, la muestra se centra en las aplicaciones disponibles en la tienda virtual de Android, *Google Play*, al tratarse del sistema operativo predominante en España (Statista, 2022). Respecto a la búsqueda, se acomete desde la combinación del nombre de cada municipio con operadores booleanos y palabras clave como “informa”, “información”, “comunicación insti-

tucional”, “ayuntamiento” o “consistorio”. Tras llevar a cabo el proceso con cada uno de los 2248 municipios de Castilla y León, se detectaron 302 apps relacionadas con 276 de ellos. Durante el cribado de la muestra, eso sí, quedaron excluidas las apps que una vez descargadas presentaban errores a la hora de acceder al contenido tras verificarse que el error persistía independientemente de la versión de Android utilizada. Posteriormente y tras revisar y descargar cada aplicación, se suprimieron las que no contenían ningún tipo de información o comunicación institucional y las que no presentaban uso/actividad desde 2020, así como aquellas cuyo contenido no incluía información actualizable (sobre todo, apps relacionadas con el turismo como único reclamo). De este modo, la muestra final (disponible en el apartado de ‘anexos’) comprendió 258 aplicaciones móviles correspondientes a 250 municipios y desarrolladas por 48 desarrolladores distintos, con una fecha de creación que comprende desde el 13 de noviembre de 2014 hasta un año antes de que se celebrasen elecciones en la comunidad autónoma presidida por Alfonso Fernández Mañueco (el 13 de febrero de 2021).

Respecto a la plantilla diseñada para el análisis, los campos se dividieron en seis bloques con distintas variables. Esta distribución proviene de modelos desarrollados por investigaciones anteriores que han concretado las diferentes unidades de análisis que se emplean (Gómez-García, et al., 2019; Quevedo-Redondo et al., 2021; Fernández-Lores et al., 2021):

1º Bloque dedicado a datos descriptivos de las apps, para dejar constancia del nombre de la aplicación y del municipio al que está ligada.

2º Bloque de características básicas de municipio y app, para especificar a cuál de las nueve provincias corresponde el territorio y el número de habitantes censados en él según el Instituto Nacional de Estadística, además de la fecha de la primera y última publicación/actualización dentro de la aplicación (información disponible en la Play Store).

3º Bloque referido al uso cuantitativo de la app, con información sobre el número de descargas y promedio de días transcurridos entre publicaciones.

4º Bloque referido al uso cualitativo de la aplicación, con información sobre la valoración media de los usuarios recibida en la tienda virtual de *Google Play*, número de comentarios de usuarios que aparecen en este mismo espacio y tipología. Esta construcción se evalúa de forma cuantitativa (en función del número de estrellas que recibe la app de media) y cualitativa: comentarios positivos (aquellos que alaban los servicios de las apps o destacan sus virtudes), negativos (aquellos que se centran en sus limitaciones o cuestionan su utilidad) o neutros (aquellos que abordan otras cuestiones no vinculadas directamente con la app). A ello habría que sumar la variable de flujo de información registrada (unidireccional, bidireccional y multidireccional).

5º Bloque referido a los desarrolladores, para señalar quién se ha ocupado de crear la app objeto de estudio y cuál es su perfil (desarrollador institucional, comercial o particular/independiente).

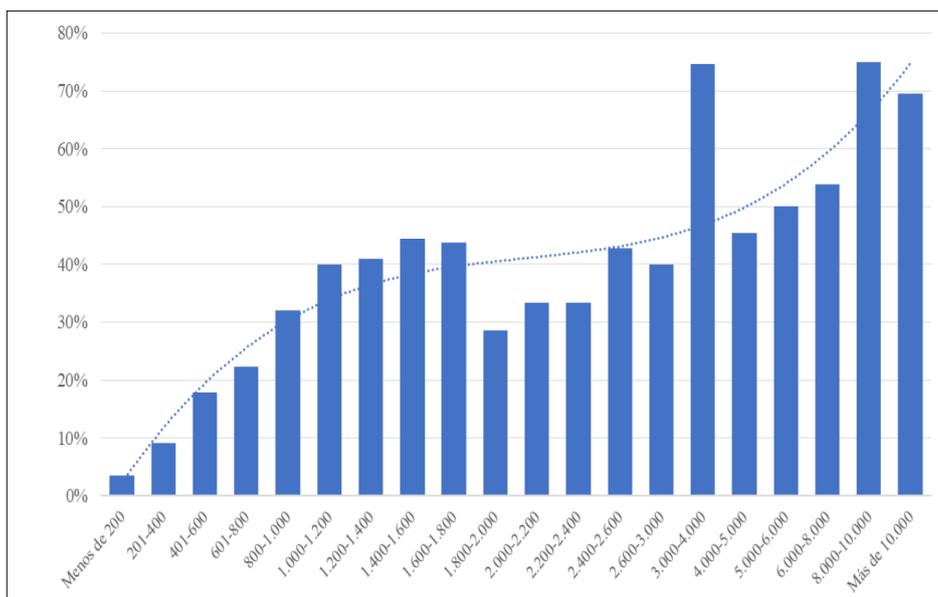
6º Finalmente, se creó un bloque destinado a identificar la existencia o no de contenidos específicamente dirigidos a jóvenes como principal público usuario de las nuevas tecnologías.

A estos bloques cabe sumar un espacio dedicado a recoger observaciones reseñables de tipo cualitativo que ha permitido confirmar la ausencia de contenidos de tipo electoralista o vinculado a partidos políticos concretos (al menos, de forma directa).

#### 4. Resultados

El primer punto de interés que resulta del análisis de aplicaciones móviles tiene que ver con la diferenciación entre los municipios que tienen una app dedicada a la comunicación institucional y los que carecen de ella. En este sentido cabría pensar que el número de habitantes es un factor determinante para que un municipio cuente con una aplicación propia, pero al dividir el rango absoluto de población de los municipios castellanos y leoneses (desde los 44 habitantes censados en Riofrío de Rianza hasta los 176.418 de Burgos) en veinte tramos que varían/aumentan con la cantidad de censados se observa que éste no tiene por qué ser siempre un factor decisivo.

**Gráfico 1. Relación entre rango de población y porcentaje de municipios con app**



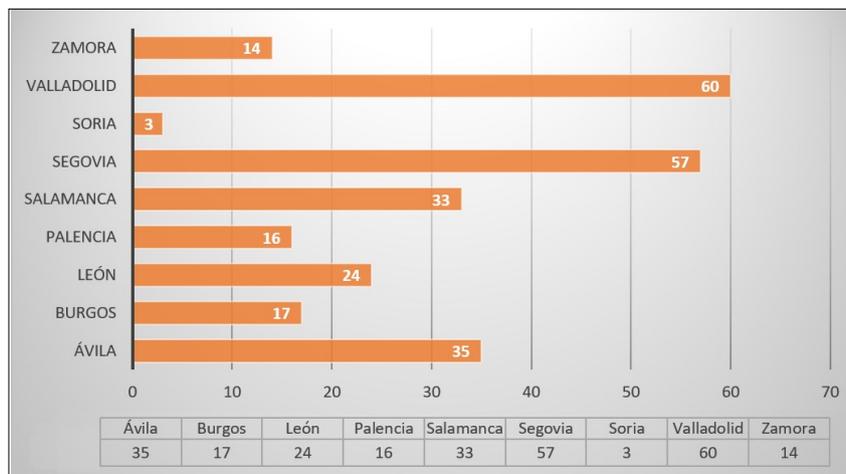
Fuente: adaptación de Suárez-Álvarez (2021)

De acuerdo con lo que refleja el gráfico 1, la tendencia al alza en el porcentaje de municipios con app propia según aumentan los habitantes censados no siempre responde a un incremento lineal. Como quiera que sea, se aprecia que entre las localidades con menos de 200 habitantes sólo un 3,5% da el salto al ecosistema de los dispositivos móviles. Este porcentaje aumenta hasta el 9,09% entre los 200 y 400 censados y continúa creciendo regularmente hasta el 40% que se desprende de los concejos con población entre el millar y los 1.200 vecinos. Entre los 3.000 y los 4.000 habitantes se localizaría el mayor aumento, con un porcentaje del 74,7%.

Desde una perspectiva eminentemente geográfica y acorde a la clasificación provincial de las apps, se aprecian también importantes diferencias. En concreto, llama la atención el número de aplicaciones móviles con las que cuenta tanto Ávila como Segovia,

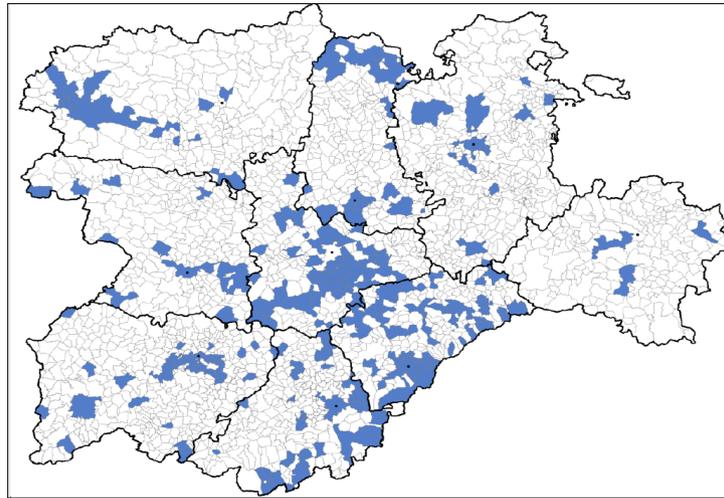
ya que, aunque ambas se sitúan detrás de Soria en la lista de provincias con menos empadronados de la Comunidad (157.664 los abulenses y 153.47 los segovianos), son las dos que proponen más recursos tras Valladolid.

**Gráfico 2. Distribución de apps por provincias en 2021**



**Fuente: elaboración propia**

Sin perder de vista el factor geográfico y añadiendo a la interpretación de resultados la variable del tipo de desarrollador junto a la de proximidad entre localidades, se descubre que los municipios con aplicaciones de comunicación institucional tienden a colindar con otros municipios que, al margen de la cantidad de mujeres y hombres censados, tienen apps ligadas al nombre de su pueblo o ciudad. Un simple vistazo al mapa que a continuación se presenta basta para comprobar la veracidad de la afirmación anterior, pues únicamente cuatro de los sesenta municipios vallisoletanos con aplicación propia (es decir, el 6,7%) se encuentran lejos de otros de su misma condición; 3 de 57 en Segovia (el 5,3%) y 4 de 35 en Ávila (el 11,4%).

**Gráfico 3. Mapa de proximidad entre municipios con app propia**

Fuente: adaptación de Suárez-Álvarez (2021)

Estos datos reflejan que las zonas próximas a urbes como Segovia, Salamanca, Burgos y Valladolid son propensas a presentar un elevado número de municipios con aplicaciones. Incluso en aquellos casos en los que la capital no posee una app de comunicación institucional propia bajo la fórmula común (“Nombre de la localidad + Informa”, como ocurre en Campaspero, Serrada, Mojados, Vitoria o Villanubla –entre otros muchos casos–), la ciudad está rodeada de territorios que sí la tienen.

En lo referente al uso cuantitativo de las aplicaciones resulta posible abordarlo desde dos enfoques complementarios: el empleo que le dan los ayuntamientos y la utilización que hacen los ciudadanos. Sobre el primer punto cabe señalar que la frecuencia más habitual de actualización de contenido (en la que se encuadra el 28,3% de la muestra) corresponde a la generación de dos publicaciones por semana. Sobre tal escenario es justo apuntar que la media de censados en municipios asociados a las aplicaciones de mayor actividad es de 6.570 personas, mientras que los concejos con apps que se actualizan dos veces al día arrojan una media de 3.614 habitantes. Cerca de 2.000 vecinos (1.959) es el promedio asociado a la franja de municipios que publica información nueva cada tres días; 1.788 para los que publican semanalmente; 1.598 para quienes lo hacen una vez por quincena; 1.126 para el último mes, y 1.067 para el último bimestre. En definitiva: ningún municipio que destaque por actividad cuenta con una población inferior a las 1.000 personas, demostrando que, a mayor tamaño de la localidad, mayor parece ser el interés por sacar partido a las aplicaciones móviles (al menos, en términos cuantitativos).

En cuando al enfoque referente a la utilización específica de apps por parte de la ciudadanía, la presente investigación utiliza los datos sobre cifras de descargas cruzados con datos de población. Los resultados reflejan que diez de las apps analizadas tienen un número de descargas por encima de la cantidad de vecinos que recoge el censo: Riofrío de Rianza (44 habitantes censados), Moral de Hornuez (49), La Matilla (78), Maderuelo (137), Cuevas del Valle (475), La Parrilla (479), Pedro Bernardo (787), Montemayor de

Pililla (857), Fresno el Viejo (878) y Candelario (860). Es destacable que todas estas localidades tienen menos de 1000 habitantes, que en verano cuentan con veraneantes y que las cuatro primeras localidades pertenecen a municipalidades segovianas próximas a la capital de España.

En el extremo opuesto al apunte anterior se sitúan las apps “DigiPalserviciosurbanos”, “Salamanca 010”, “Ponferrada Clic” y “Linea-zamora”, que pertenecen a Palencia, Salamanca, Ponferrada (León) y Zamora. Sobre estas apps con una mejorable proporcionalidad entre censo y número de descargas sorprende que correspondan a cuatro capitales de provincia, sin embargo, hay que matizar que ninguna es exclusiva en su municipio ni ha sido creada por los desarrolladores habituales para esta clase de aplicaciones en Castilla y León (Bandomovil, REGTSA, Difadi, Pixel y ATMovilidad). Para ser exactos, las tres aplicaciones con peores resultados (en proporción) han sido desarrolladas directamente por equipos ligados a ayuntamientos.

En un plano más cualitativo y vinculado a la satisfacción del usuario que deja algún tipo de comentario en *Google Play*, el análisis de 435 valoraciones relativas a 105 aplicaciones permite comprobar que en un 85,2% de los casos las opiniones son positivas, 13,3% negativas y 1,5% neutras. Así, el hecho de encontrar únicamente cuatro aplicaciones que suscitan opiniones negativas en su totalidad hace pensar que el consumidor de contenido de tipo institucional agradece la existencia de esta clase de recursos que ofrecen posibilidades informativas diversas. Entre otras, información relacionada con las secciones de transparencia y trámites administrativos como las que brinda la aplicación “Ayuntamiento de Muñogalindo”, o la sección de participación ciudadana que atrae el interés del usuario de “Medina 21” y del de “Santa María del Páramo” –entre otros casos–.

Precisamente con vistas a la participación ciudadana, parte del interés de la tarea analítica acometida se centró en desentrañar el tipo de flujo de información que favorecen las apps: flujo de información unidireccional (del ayuntamiento hacia el ciudadano), bidireccional (en ambos sentidos entre ayuntamiento y ciudadano) y multidireccional (a la comunicación entre ayuntamiento y ciudadano se suma la posibilidad de comunicarse entre usuarios). Contrariamente a lo que se podía esperar al comienzo de la investigación, durante la labor de campo no se halló ninguna aplicación que posibilite el flujo multidireccional, y sí más de un 40% cuya única función es que la ciudadanía se comunique con el consistorio para trasladar sus dudas, quejas o sugerencias. Así, existe una mayoría de aplicaciones cuyo único cometido es la publicación de información de tipo municipal (57,4% de la muestra), mientras que el 40,7% facilitan que los vecinos censados en el municipio trasladen comentarios al equipo consistorial (en su mayoría, incidencias). Además, cinco apps del total se revelan como portales destinados exclusivamente a la comunicación con el ayuntamiento para reportar problemas.

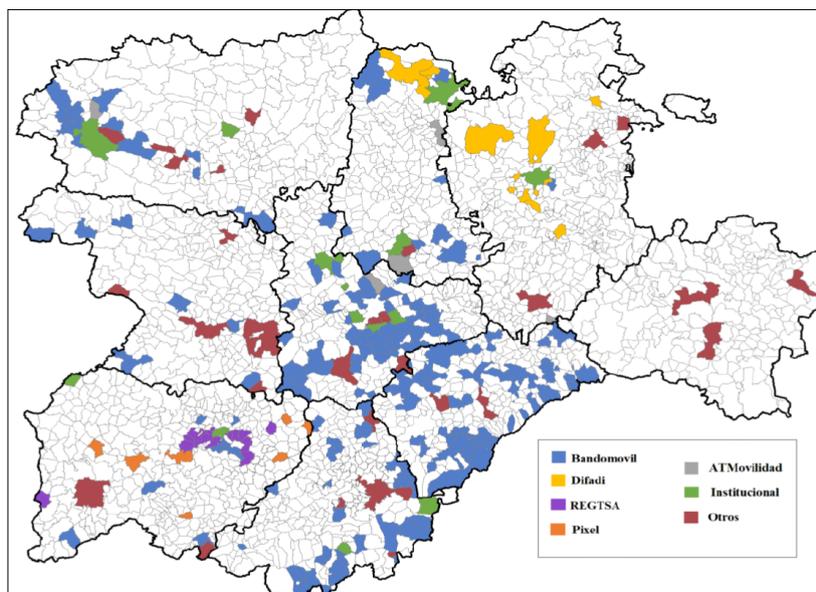
Entre todas las opciones posibles, los castellanos y leoneses prefieren aquellas aplicaciones que incorporan funciones para establecer canales de comunicación en un doble sentido, pues la media de valoración de estas apps no sólo es de 2,35 puntos sobre 5 frente al 1,84 de las unidireccionales, sino que el promedio de comentarios positivos se inclina del lado de las que se caracterizan por el flujo bidireccional. No en vano, en el análisis de comentarios destaca uno relativo a la app “Arenas de San Pedro Informa” (desarrollada por Bandomovil) que, si bien no representa una opinión generalizada, sí arroja luz sobre el pensamiento de algunos usuarios. Dice: “es muy buena iniciativa, pero creo que habría que contar más con la voz de la ciudadanía y abrir un apartado de denuncias para frenar el mal uso de las dotaciones. El tema medioambiental brilla por su ausencia, así como el de la opinión y participación ciudadana”.

A mayores de lo especificado, interesa subrayar ejemplos de aplicaciones que, bien por su contenido o bien por su diseño, son dignas de destacar dentro del grupo de las que presentan mayor calidad. Una de ellas es “El Espinar Comunica”, desarrollada por Bandomovil y perteneciente al municipio segoviano del mismo nombre, que contiene uno de los menús más completos de su categoría, con información fija sobre transporte, teléfonos de interés y farmacias de guardia, además del acceso al portal para comunicarse con el consistorio. Igualmente, incluye uno de los apartados de secciones más diverso y explotado, con todos los comunicados públicos ordenados por temática –desde “actividades infantiles” hasta “turismo”, sin olvidar “agentes forestales”, “anuncios”, “avisos de meteorología”, “averías” y “bandos”, entre otros temas. El resultado es óptimo y, sin duda, mejora la experiencia de uso elemental en la que a priori piensan los desarrolladores cuando hacen sus propuestas.

En torno a los desarrolladores referidos gira la última parte de la exposición de resultados, que lleva a descubrir 48 perfiles diferentes, 40 de los cuales están detrás del funcionamiento de una única app. En este sentido, la empresa Bandomovil se erige en líder indiscutible en materia de aplicaciones de comunicación institucional en Castilla y León –y presumiblemente en España, ya que cuenta con más de 900 apps en todo el territorio–, por delante de REGTSA, Pixel Innovación y Desarrollo, Inbox Mobile, Difadi.com, Diseño y Comunicación SL y ATMovilidad. Sobre este escenario es factible afirmar que una inmensa mayoría de aplicaciones para dispositivos móviles –el 87,3%– están desarrolladas con fines lucrativos. Únicamente un desarrollador habitual, REGTSA (correspondiente a las siglas Recaudación y Gestión Tributaria de la Diputación de Salamanca), se enmarca en la categoría de “institucional”. Así, se entiende importante señalar que tan solo 15 consistorios de Castilla y León crearon apps de manera independiente (el Ayuntamiento de Palencia, por ejemplo, cuenta con una de información turística y otra para el aviso de incidencias), mientras que “Nava del Rey” es la única propuesta creada por una persona física concreta para el municipio del mismo nombre.

Una vez que se comprueba que la mayor parte de apps han sido creadas en busca del beneficio económico, resulta de interés identificar quiénes están detrás del proyecto. Para ello, se observó a los desarrolladores comerciales más habituales, diferenciando entre los cinco más prolíficos. Como se ha comentado, Bandomovil encabeza el nicho de mercado en Castilla y León, a tenor de que 171 ayuntamientos han contratado sus servicios (el 77% de consistorios que han decidido pagar a desarrolladores comerciales). En segundo lugar se encuentra Difadi.com, con diez apps (el 4,4%), seguido por Pixel Innovación y ATMovilidad, creadores de siete apps cada uno. Las 32 aplicaciones restantes fueron desarrolladas por un total de 28 creadores diferentes.

**Gráfico 4. Municipios con apps segmentadas por desarrollador y provincia**



Fuente: adaptación de Suárez-Álvarez (2021)

Detrás de Bandomovil se halla la empresa Lemur Ideas S.L, con domicilio en la localidad segoviana de Coca. El fundador de la compañía es Miguel González Aranda y en su web señalan que coadyuvan habitualmente con múltiples colaboradores y que se dedican a desarrollar apps relacionadas con la comunicación en áreas tan diversas como la relativa a cartas digitales para restaurantes, reservas en comercios y control de aforo, comunicación para asociaciones parentales de colegios y solicitudes de cita previa (entre otras funciones). La empresa se constituyó el 13 de marzo de 2017 con un capital social de 3.000 euros y un inicio de actividad fechado a 1 de febrero de 2017. Es posible además consultar las tarifas que tienen para los ayuntamientos, que van desde los 80€ anuales para municipios de menos de 500 habitantes hasta los 680€ para los de población superior a 50.000 personas.

La app de Bandomovil presenta un diseño formal e idéntico en las 171 versiones relacionadas con consistorios de las nueve provincias objeto de estudio, con la única variación de la denominación del municipio que aparece en el encabezado junto a una pequeña imagen que acostumbra a ser el escudo del concejo. En cuanto a las funcionalidades, la principal diferencia entre propuestas reside en el flujo de comunicación (el 64,3% de apps únicamente permiten la comunicación de los ayuntamientos con la ciudadanía y no a la inversa). Asimismo, 61 de las aplicaciones analizadas bajo el sello de Bandomovil incluyen la sección '¡Comunica!', a través de la cual los vecinos pueden denunciar incidencias, realizar consultas y proponer ideas al consistorio. En lo relativo a contenidos, para finalizar, se observa un contraste cuantitativo en la información disponible de cada app (tanto la fija como la actualizable), con variaciones que invitan a pensar que esta cuestión depende únicamente del uso que los consistorios quieran o sepan dar a la herramienta.

Sobre otro de los desarrolladores destacados, como es Difadi.com, es posible especificar que se trata de una compañía burgalesa que tiene su área geográfica de actividad en las provincias de Palencia y Burgos. Respecto a sus apps, al igual que ocurre con Bandomovil, presentan una distribución idéntica entre ellas, aunque con un diseño más personalizable y visual (ofrece una página principal en la que se puede ver una imagen del municipio a toda pantalla).

Pixel Innovación (agencia de marketing digital salmantina), está detrás de las aplicaciones ligadas a la comunicación institucional que se encuentran en su propia provincia –Salamanca– y ofrece las opciones más personalizables entre las estudiadas para este trabajo. El diseño de sus apps para dispositivos móviles es, por tanto, de los más dispares registrados en *softwares* de un mismo desarrollador y posibilita que el contenido cambie sustancialmente en función de cuál sea la propuesta.

ATM, por último, es una empresa zaragozana dedicada al desarrollo de apps relacionadas con la promoción turística, que comercializa cinco de las aplicaciones estudiadas en el marco de este artículo: dos también destinadas a ayuntamientos, una para establecimientos hoteleros, una para museos y una para turoperadores. Sus propuestas (con especial presencia en Valladolid, León, Palencia y Burgos) ofrecen contenido más adaptable que la mayoría de las vinculadas a grandes desarrolladores, y aunque todas ellas están relacionadas con el turismo, algunas como la perteneciente al municipio de Dueñas tienen un enfoque casi familiar, con visuales apartados de ‘incidencias’. A diferencia de las apps de Pixel, eso sí, las de esta compañía comparten un diseño prácticamente inmutable –a excepción de la imagen de fondo de la pantalla principal y de los colores de los menús–.

Dos datos llaman la atención tras comparar la información de las empresas citadas, y es que, a excepción de ATM, los principales creadores de apps relacionadas con la comunicación institucional desarrollan su actividad en Castilla y León, y en todos los casos se trata de PYMES con equipos muy reducidos. En otras palabras y aunque esta consideración enlaza con el apartado de “conclusiones y discusión”: la comunicación institucional en materia de aplicaciones para dispositivos móviles todavía se entiende como una cuestión menor (al menos, en Castilla y León), pues da la impresión de que casi cualquier empresa podría proporcionar este recurso con tintes impersonales por un módico precio. Al fin y al cabo, el tipo preeminente de desarrollador influye más en la forma (diseño) que en el fondo (tipo de información ofrecida al usuario), haciendo que prácticamente no se identifique la existencia de secciones y/o contenidos dirigidos a jóvenes como principal público usuario de las nuevas tecnologías.

## 5. Conclusiones y discusión

A través de esta investigación se ha pretendido comprobar si la comunicación institucional a través de las apps cuenta con más presencia y calidad en los municipios con más empadronados y, concretamente, con más jóvenes. Se partía de esta premisa porque Castilla y León es una comunidad con un acusado problema de despoblación e interesa, tanto a nivel sociodemográfico como desde un punto de vista político, retener a la población menor de 35 años en los núcleos rurales. El trabajo de campo ha permitido descartar esta idea, a tenor de que aunque los municipios más poblados suelen contar con aplicaciones para dispositivos móviles, lo habitual es no aplicar criterios de microsegmentación por edad a los contenidos ni promover en exceso el intercambio de respuestas entre ayuntamiento y vecinos dentro de un flujo comunicativo bidireccional que, cuando se da, hace que las herramientas sean mejor valoradas por los usuarios. En otras palabras y tomando como referencia el modo en que fueron formuladas las preguntas de investigación al comienzo de esta propuesta: se aplica un criterio de utilidad único a la hora de crear contenidos

para el conjunto de la ciudadanía, de modo que otros factores influyen más que la cantidad de menores de 35 años censados en el municipio.

En concreto, la localización geográfica y, para ser más exactos, la proximidad entre localidades que cuentan con app propia parece el verdadero factor que promueve la apuesta por la clase de recursos que ha centrado este trabajo. Así, aunque es cierto que las aplicaciones de municipios grandes son las que más uso presentan por parte de la administración (además de contar con mayor número de descargas), cabe pensar que quienes impulsan la herramienta bajo sello institucional lo hacen para evitar comparaciones negativas con municipios cercanos que sí tienen presencia en el ecosistema que cercamos. Además, la existencia de un único desarrollador institucional (REGTSA) permite concluir que la visión de utilidad pública que entrañan las apps apenas está explotada, además de caracterizarse por una organización escasa y a menudo basada en iniciativas residuales. En este contexto comunicativo, tecnológico y de consumo no es baladí añadir que un porcentaje elevado de las propuestas analizadas (cercano al 90%) se desarrolla con fines lucrativos más que desde una vocación de servicio ciudadano, y que urge alertar del riesgo de utilizar herramientas gestionadas por terceros para canalizar la comunicación, así como plantear nuevos estudios con métodos declarativos para conocer en profundidad las percepciones de los públicos involucrados.

En línea con lo planteado por Núñez-Manzano (2017, p. 84) cuando asegura que la buena comunicación pública “es cuestión de voluntad política”, se han de valorar los intentos por recoger quejas y sugerencias para tener en cuenta acciones de mejora en la manera de gobernar. Esta opción que brindan más de un 30% de las aplicaciones es quizá la más interesante entre las comunes detectadas, pues permite a la ciudadanía (y en especial, a los jóvenes) expresarse. Si hablamos o no de una utilidad que se concreta más en hechos que en promesas electorales, sólo el tiempo y futuras investigaciones lo dirán.

## 6. Agradecimientos

Esta investigación se localiza dentro del proyecto “*Politainment* ante la fragmentación mediática: Desintermediación, *engagement* y polarización” (Referencia PID2020-114193RB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

Este artículo ha sido traducido al inglés por Sophie Phillips.

## 7. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Raquel Quevedo Redondo
Metodología	Raquel Quevedo Redondo
Recogida y análisis de datos	Raquel Quevedo Redondo y Salvador Gómez García
Discusión y conclusiones	Raquel Quevedo Redondo y Salvador Gómez García
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Salvador Gómez García y Raquel Quevedo Redondo

## 8. Referencias bibliográficas

- Almansa-Martínez, A. (2008). Estudio sobre el uso de las nuevas tecnologías en comunicación institucional. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 6(2), 19-33. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v6i2.349>
- Barceló-Ugarte, T.; Cabezuelo-Lorenzo, F. y Sánchez-Martínez, M. (2017). Ciudades inteligentes y apps para la ciudadanía: Análisis de casos pioneros en España. *Anuario electrónico de estudios en comunicación social*, 10(2), 225-236. DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.5106>
- Blakeley, G. (2016). “Vestir el muñeco”: Torcuato Fernández-Miranda, la “herestética” y la Ley para la Reforma Política. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (154), 3-19.
- Campillo-Alhama, C. (2008). De la comunicación administrativa a la comunicación pública. Publicidad y ciudadanía. En E. Feliu. (Ed.), *Comunicación. Memoria, historia, modelos* (pp. 547-551). Madrid: Edipo.
- Campillo-Alhama, C. (2010). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural. *Pensar la Publicidad*, IV(1), 45-62.
- Costa-Sánchez, C., Míguez, M. I. y Túñez-López, M. (2018). Avances y retos de la gestión de la comunicación en el siglo XXI. Procesos, necesidades y carencias en el ámbito institucional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 921-940.
- Dader, J.L., y Fernández, P.G. (1993). Periodismo de precisión”: una nueva metodología para transformar el periodismo. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 15, 99-116.
- De la Hera Conde-Pumpido, T. (2009). Comunicación Institucional Online: Un modelo para el análisis de usos y potencialidades de la web 2.0. El caso de la Gripe A. *Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, 2009. Tenerife: Universidad de la Laguna. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1765/110505>
- Fernández-Lores, S., Marquez, J. A., y Villaverde, S. (2021). Mobile communication and seniors: An exploratory study on their consumption of apps. *Journal of Promotion Management*, 27(7), 952-970. <http://doi.org/10.1080/10496491.2021.1888183>
- Marcos-García, S., Doménech-Fabregat, H. y Casero-Ripollés, A. (2021). La plataformización de la comunicación política institucional. El uso de WhatsApp por parte de las administraciones locales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, pp. 100-126. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1520>
- Gómez-García, S.; Gil-Torres, A.; Carrillo-Vera, J.A. y Navarro-Sierra, N. (2019). Creando a Donald Trump: Las apps en el discurso político sobre el presidente de Estados Unidos. *Comunicar*, 27(59), pp. 49-59. DOI: <https://doi.org/10.3916/C59-2019-05>
- Holmen, H., Wahl, A. K., Cvancarova Småstuen, M., y Ribu, L. (2017). Tailored Communication Within Mobile Apps for Diabetes Self-Management: A Systematic Review. *Journal of medical Internet research*, 19(6), e227. <https://doi.org/10.2196/jmir.7045>
- Kim, E., Lin, J. S., y Sung, Y. (2013). To app or not to app: Engaging consumers via branded mobile apps. *Journal of Interactive Advertising*, 13(1), 53-65. <https://doi.org/10.1080/15252019.2013.782780>
- Monteserín-Leiva, P. (2014) *Comunicación institucional y social media en Castilla y León: análisis y elaboración de un plan estratégico de comunicación 2.0* (tesis doctoral). Universidad de Burgos, España.

Muñoz, C. F. y Hernández, P. A. (2022). El uso de aplicaciones móviles como estrategia de comunicación en ayuntamientos de ciudades de la península con más de 500.000 habitantes. En A.M. de Vicente y G. Bonales (Eds.) *Estrategias de comunicación publicitaria en redes sociales: diseño, gestión e impacto*. (pp. 183-200). Madrid: McGraw Hill.

Navarro-Sierra, N. y Quevedo-Redondo, R. (2020). El liderazgo político de la Unión Europea a través del ecosistema de aplicaciones móviles. *Revista Prisma Social*, 30, 1-21. Recuperado de: <https://revistaprismasocial.es/article/view/3731>

Núñez-Manzano, C. (2017). *La Comunicación Institucional de los Ayuntamientos. El Caso de Comunidad Autónoma de Extremadura* (tesis doctoral). Universidad de Extremadura, España.

Peytibi, X. (2016) Nuevas Tendencias en Comunicación Institucional Local. *Más Poder Local*, 28, 32-36.

Planells de la Maza, A. J. (2020). Los videojuegos como mundos ludoficcionales críticos: el caso de la crisis política española en el ocio digital móvil (2008-2015). *Comunicación y Sociedad*, 1-16. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7365>

Quevedo-Redondo, R., Navarro-Sierra, N., Berrocal-Gonzalo, S. y Gómez-García, S. (2021) Political Leaders in the APP Ecosystem. *Social Sciences*, 10(8), 1-16. <https://doi.org/10.3390/socsci10080307>

Suárez-Álvarez, C. (2021). *Análisis de la comunicación institucional a través de aplicaciones móviles en municipios de Castilla y León* (trabajo de fin de grado). Universidad de Valladolid, Valladolid, España.

Vidal-Domínguez, M.J. y Fernández-Portela, J. (2020). La redistribución de la población en la provincia de Valladolid: entre el despoblamiento y la leve revitalización demográfica (2001-2015). En J.D. Sempere, C. Cortés, E. Cutillas y J.R. Valero (Eds.), *Población y territorio. España tras la crisis de 2008* (pp. 762-778). Granada: Salam.

## 9. Anexos

## Anexo I

Apps analizadas en cada provincia (excluyendo aplicaciones sin uso/actividad)
<p><b>Segovia:</b> 'Arroyo de Cuéllar Informa', 'Bernuy de Porreros Informa', 'Boceguillas Informa', 'Carbonero el Mayor', 'Castillejo de Mesleón Informa', 'Cerezo de Abajo Informa', 'Coca Informa', 'Cuéllar al día', 'Campo de Cuéllar Informa', 'Duruelo Informa', 'Escalona del Prado Informa', 'El Espinar Comunica', 'Fuente de Santa Cruz Informa', 'Fuenterrebollo Informa', 'Fuentesauco de Fuentidueña Informa', 'Fuentidueña Informa', 'Garcillán Informa', 'Grajera Informa', 'Hontanares de Eresma Informa', 'Lastras de Cuellar Informa', 'La Lastrilla Informa', 'Madeurelo Informa', 'Marugán Informa', 'Matabuena Informa', 'La Matilla Informa', 'Moral de Hornuez Informa', 'Mozoncillo Informa', 'Nava de la Asunción Informa', 'Navafría Informa', 'Navas de Riofrío Informa', 'Olombrada Informa', 'Ortigosa del Monte Informa', 'Palazuelos de Eresma Informa', 'Prádena Informa', 'Real Sitio de San Ildelfonso Informa', 'Remondo Informa', 'Riaza Informa', 'Riofrío de Riaza Informa', 'Sacramenia Informa', 'Samboal Informa', 'San Cristobal Informa', 'San Martín y Mudrián Informa', 'San Pedro de Gaillos Informa', 'Sangarcía Informa', 'Santo Tomé del Puerto Informa', 'Sebúlcór Informa', 'Segovia al día', 'Segovia SAC', 'Sepúlveda Informa', 'Torrecaballeros Informa', 'Trescasas Informa', 'Ayuntamiento de Turégano', 'Valseca Informa', 'Valverde del Majano Informa', 'Villaverde de Íscar Informa', 'Zarzuela del Monte Informa'.</p>
<p><b>Soria:</b> 'ALMAZAN', 'Golmayo', 'Ayuntamiento de Ólvega'.</p>
<p><b>Burgos:</b> 'Ayuntamiento de Aranda de Duero', 'Arcos de la Llana', 'Briviesca Agenda', 'Burgos al móvil', 'Cardeñajimeno', 'Castrillo del Val Informa', 'Cavia', 'Cogollos Burgos', 'Covarrubias', 'Frias', 'Merindad de Río Ubierna', 'Pancorbo Turismo', 'Saldaña de Burgos', 'Santa Cruz de la Salceda Guía Oficial', 'Tardajos', 'Villadiego'.</p>
<p><b>Zamora:</b> 'Alcañices en tu mano', 'Ayuntamiento de Benavente', 'Carbajales de Alba Informa', 'Coreses Informa', 'Fuentesauco Informa', 'Hermisende Informa', 'Manzanal de los Infantes Informa', 'Manzanal del Barco Informa', 'Puebla de Sanabria Informa', 'Ayuntamiento de Toro', 'Villaescusa', 'Villar del Buey Informa', 'Lineazamora'.</p>
<p><b>Ávila:</b> 'Arenas de San Pedro Informa', 'Ayuntamiento de Arévalo', 'Ávila Guia', 'El Barco de Ávila Informa', 'El Barraco Informa', 'El Bohodón Informa', 'Burgohondo Informa', 'Ayuntamiento de Casillas', 'Cebreros Informa', 'Cillán Informa', 'Collado de Contreras Informa', 'Crespos Informa', 'Cuevas del Valle Informa', 'Diego del Carpio Informa', 'Fontiveros Informa', 'Gavilanes Informa', 'Guisando Informa', 'El Hoyo de Pinares Informa', 'Lanzahita Informa', 'Maello Informa', 'Mediana de Voltoya Informa', 'Ayuntamiento de Muñogalindo', 'Nava de Arévalo Informa', 'Navarrevisca', 'Las Navas Digital – Ayto. Las Navas del Marqués', 'Ojos Albos Informa', 'Palacios de Goda Informa', 'Pedro Bernardo Informa', 'Rasueros Informa', 'San Vicente de Arévalo Informa', 'Santa María del Cubillo Informa', 'Santa María del Tiétar Informa', 'Serranillos Informa', 'Solosancho Informa', 'Villarejo del Valle Informa'.</p>
<p><b>León:</b> 'Arganza Informa', 'Astorga – Turismo, Gastronomía y Eventos', 'Astorga – Soview's', 'Cacabelos Informa', 'Camponaraya Informa', 'Carracedelo Informa', 'Castropodame Informa', 'Cubillos del Sil', 'Molinaseca', 'Ponferrada CLIC', 'Priaranza del Bierzo Informa', 'Santa Colomba de Somoza Informa', 'Santa María del Páramo', 'Soto de la Vega Informa', 'Toral de los Vados Informa', 'Toreno Informa', 'Valderas Informa', 'AytoValderrey', 'Valverde de la Virgen 3.0', 'Ayuntamiento de Villafranca del Bierzo', 'Villafranca del Bierzo Informa', 'Villaquejida Informa', 'Robledo de Torío', 'Villarejo de Órbigo Informa'.</p>

<p><b>Palencia:</b> 'Aguilar Contigo', 'Aguilar Contigo', 'Ampudia Informa', 'Baltanás Informa', 'Barruelo de Santullán Informa', 'Cervera de Pisuerga Informa', 'Dueñas Guía', 'Herrera de Pisuerga', 'Lantadilla Informa', 'Magaz de Pisuerga', 'DigiPalserviciosurbanos', 'Palencia Turismo Oficial', 'Santibañez de la Peña Informa', 'Torquemada Informa', 'Velilla del Río Carrión Informa', 'Villamuriel de Cerrato', 'Villarramiel Informa'.</p>
<p><b>Salamanca:</b> 'Alba de Tormes', 'Turismo Aldeadávila Arribes', 'Aldeatejada', 'Arapiles-Las Torres Informa', 'Barbadillo', 'Béjar Informa', 'Calvarrasa de Abajo', 'Calzada de Don Diego', 'Candelario', 'Carrascal de Barregas', 'Castellanos Informa', 'Avisa Ciudad Rodrigo', 'Doñinos de Salamanca', 'La Fuente de San Esteban', 'Fuentes de Oñoro', 'Galindo y Perahuy', 'Machacón', 'Macotera', 'Matilla de los Caños del Río', 'Miranda de Azán Informa', 'Pelabravo', 'El Pino de Tormes Informa', 'Póveda de las Cintas', 'Ayuntamiento de Rágama', 'Rableda Informa', 'Salamanca 010', 'San Esteban de la Sierra', 'Santa Marta de Tormes', 'Tamames Informa', 'Terradillos Informa', 'Villagonzalo de Tormes', 'Villavieja de Yeltes', 'Villoria'.</p>
<p><b>Valladolid:</b> 'Alaejos Informa', 'Alcacerén Informa', 'Aldea de San Miguel Informa', 'Aldeamayor de San Martín Infor', 'Ataquines Imforma', 'Ayuntamiento de Boecillo', 'Cabezón de Pisuerga Informa', 'Campaspero Informa', 'Castrejón de Trabancos Informa', 'Cigales', 'ATMovilidad', 'Ayuntamiento de La Cistérniga', 'Cogeces del Monte Informa', 'Cogeces del Monte (Valladolid)', 'Fresno el Viejo', 'Fuensaldaña Informa', 'Geria Informa', 'Ayuntamiento de Íscar', 'Ayuntamiento Laguna de Duero', 'Matapozuelos Informa', 'APP Municipal. Ayuntamiento de Medina de Rioseco', 'Medina 21,Línea Ciudadana', 'Megeces Informa', 'Mojados Informa', 'Montemayor de Pililla Informa', 'Mucientes Informa', 'Nava del Rey Informa', 'Nava del Rey', 'Olivares de Duero Informa', 'Olmos de Esgueva Informa', 'La Parrilla Informa', 'La Pedraja de Portillo Informa', 'Portillo Informa', 'Pozal de Gallinas Informa', 'Pozaldez Informa', 'Quintanilla de Onésimo Informa', 'Renedo de Esgueva Informa', 'San Miguel Arroyo Informa', 'San Román de Hornija Informa', 'Santovenia de Pisuerga Informa', 'Sardón de Duero Informa', 'Serrada Informa', 'Serrada', 'Ayuntamiento de Simancas', 'Tiedra Informa', 'Torrecilla de la Orden Informa', 'Torrelobatón Informa', 'Traspinedo Informa', 'Ayto.Tudela de Duero', 'Valdenebro de los Valles Informa', 'Valdestillas Informa', 'Valoria la Buena Informa', 'Viana de Cega Informa', 'Villabrágima Informa', 'Villalón de Campos Informa', 'Villanubla Informa', 'Villanueva de Duero Informa', 'Villavaquerín informa', 'Villaverde de Medina Informa', 'Viloria Informa', 'Zaratán Informa'.</p>

Fuente: elaboración propia