



La Policía Nacional en las Redes Sociales

Un nuevo servicio de
atención al ciudadano



ANEXO 2. 1

FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN EN EL PREMIO CIUDADANÍA 2014

DATOS DE LA ORGANIZACION SOLICITANTE

Denominación oficial de la organización solicitante ¹	DIRECCIÓN GENERAL DE LA POLICIA	
Dirección postal completa	Calle Miguel Angel Número 5 MADRID (CP 28010)	
Responsable de la organización solicitante (nombre, apellidos)	Ignacio COSIDÓ GUTIERREZ	
Cargo	Director General de la Policía	Correo electrónico secretaria.director@policia.es
Nº de empleados	73.000	
Funciones y actividades	Proteger el libre ejercicio de los derechos y libertades de todos los ciudadanos, garantizar la seguridad ciudadana y promover las actuaciones necesarias para prevenir la comisión de hechos delictivos.	
Principales servicios prestados	La Policía Nacional es pionera en el uso de las RRSS, líder mundial en número de seguidores y la institución más retuiteada. @policia ha conducido a la detención de narcotraficantes, pederastas o fugitivos.	
Organización o unidad superior de la que depende, en su caso	MINISTERIO DEL INTERIOR	
Ámbito administrativo ²	Administración General del Estado	
Título de la práctica que se presenta	La Policía Nacional en las Redes Sociales, un nuevo servicio de atención al ciudadano.	
Persona de contacto ³	Antonio Nevado Raja	
Cargo en la organización	Jefe de la Oficina de Prensa y Relaciones Informativas	
Teléfono(s)	91 3223319	Fax 91 3223311
Correo(s) electrónico (s)	antonio.nevado@policia.es	

El solicitante declara ser ciertos los datos consignados en la presente solicitud y aceptar las bases del Premio Ciudadanía 2014.

14 de octubre de 2014

FIRMA DE LA PERSONA RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN⁴,

Fdo.: Ignacio Cosidó Gutiérrez

SRA. PRESIDENTA DE LA AGENCIA ESTATAL DE EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

- ¹ Órgano, organismo o unidad administrativa que presenta la práctica
- ² Administración General del Estado, de las Administraciones de las comunidades autónomas, de la Administración local, de las ciudades de Ceuta y Melilla, o de otros entes de derecho público
- ³ Interlocutor designado para comunicaciones respecto a la candidatura
- ⁴ Firma de la persona con máxima responsabilidad en la organización candidata



INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

1. Resumen ejecutivo

2. Presentación de la organización

- La Policía Nacional: origen y situación actual
- Los nuevos retos de una sociedad global

3. Descripción de la práctica

- La comunicación en la Policía Nacional
- Abriendo caminos en redes sociales: las cifras de @policia
- Los otras redes

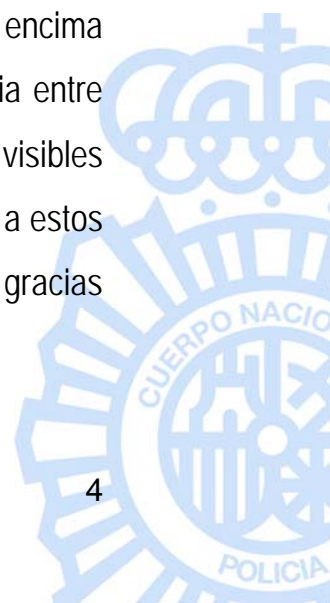


1. Resumen ejecutivo

La Policía Nacional española comenzó en marzo de 2009 su andadura en redes sociales como una herramienta más de la Oficina de Prensa de la Dirección General de la Policía para comunicar e informar del trabajo de sus agentes y el resultado de operaciones policiales. Se convertía así en una institución pionera en el uso de Twitter, Youtube o Facebook. Un uso que fue readaptándose para convertirse en una ventanilla abierta al ciudadano y ofrecer un servicio público de información, prevención, colaboración ciudadana o divulgación de pautas de seguridad.

En estos casi seis años de trabajo, la Policía Nacional se ha constituido en líder indiscutible, no sólo desde el punto de vista cuantitativo, sino también cualitativamente al convertir la web 3.0 en una plataforma de servicio público que aporta enormes ventajas al ciudadano y que además repercute en la operativa policial gracias al feedback y la colaboración aportada a través de estos canales.

La Policía Nacional es el cuerpo policial con más seguidores del mundo (más de 1.350.000 *followers*), es la institución con más retuits –por encima de la Casa Blanca-, y su canal en Youtube es el de mayor audiencia entre las instituciones públicas españolas y cuenta con más de 250 vídeos visibles al público, que han sido reproducidos más de 5.700.000 veces. Junto a estos datos se encuentran los excelentes resultados operativos obtenidos gracias



a estas herramientas. Algunos ejemplos de la enorme utilidad son los más de 500 detenidos vinculados al tráfico de estupefacientes arrestados gracias a las informaciones recibidas a través de los más de 16.000 correos enviados a antidroga@policia.es en la conocida *tweetredada*; las operaciones contra la explotación sexual desarrolladas gracias a los 1.868 correos enviados a trata@policia.es; los fugitivos reclamados por asesinatos, narcotráfico u otros delitos arrestados gracias a la difusión de carteles y vídeos a través de las redes sociales; o la paralización de la difusión de vídeos sexuales de menores gracias a la alerta privada de tuiteros.

Estos son algunos de los muchos casos que muestran la enorme utilidad real de este canal y mejor baluarte de la Policía 3.0, el uso de la innovación y la aplicación de la tecnología para la seguridad preventiva y operativa.

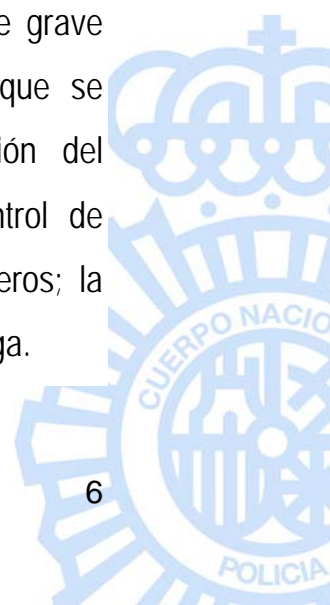


2. Presentación de la organización

2.1 La Policía Nacional: origen y situación actual

El 13 de enero de 1824 el dictó una Real Cédula en la que se creaba la Policía General del Reino, primer antecedente de la actual Policía, y que ya recogía como principal función de los agentes "el servicio público de seguridad, garantizando el bien y la seguridad pública". Actualmente, más de 68.000 agentes, de las distintas escalas y categorías, integran la Policía Nacional, de los cuales más de 8.800 son mujeres, es decir, un 13%. La Policía Nacional es uno de los cuerpos estatales con mayor presencia de mujeres de Europa y pionera en su incorporación, hace ya 35 años.

La Policía Nacional tiene entre sus funciones el velar por el cumplimiento de las leyes; auxiliar y proteger a las personas; vigilar y proteger los edificios e instalaciones públicos que lo requieran; velar por la protección y seguridad de altas personalidades; mantener y restablecer, en su caso, el orden y la seguridad ciudadana; prevenir la comisión de actos delictivos; investigar los delitos y detener a los presuntos autores; colaborar con los servicios de protección civil, en los casos de grave riesgo, catástrofe o calamidad pública, en los términos en que se establezcan en la legislación de Protección Civil; expedición del Documento Nacional de Identidad y de los Pasaportes; control de entrada y salida del territorio nacional de españoles y extranjeros; la investigación y persecución de los delitos relacionados con la droga.

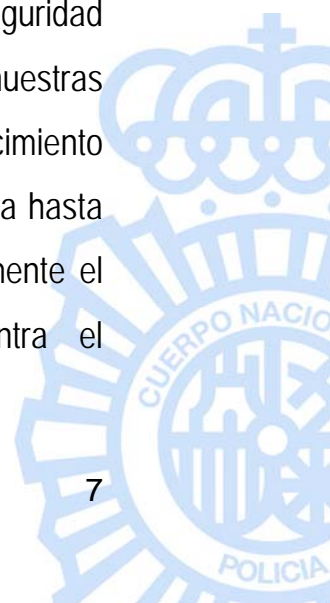


Los agentes forman parte del Cuerpo policial más antiguo de todas las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad españolas y que está inmerso en un plan estratégico que pretende la transformación del Cuerpo en una verdadera Policía Inteligente a través del objetivo denominado Policía 3.0.

Un proceso de transformación en el que están involucradas todas las unidades y grupos tanto a nivel central como periférico. La Policía Nacional se estructura en una organización central, -en la que destacan las cinco comisarías generales de Seguridad Ciudadana, Información, Policía Judicial, Extranjería y Fronteras y Policía Científica-, y una organización periférica formada por 20 Jefaturas Superiores, 52 Comisarías Provinciales y otras tantas Comisarías Locales y de Distrito. La Oficina de Prensa de la Dirección General de la Policía es la encargada de dirigir y coordinar la labor de comunicación de las distintas dependencias y la responsable también de gestionar los perfiles y canales de la Policía Nacional en las redes sociales.

2.2 Los nuevos retos de una sociedad global

La Policía Nacional se enfrenta hoy en día a nuevos desafíos. El terrorismo es la principal amenaza no sólo para nuestra seguridad interior, sino también para los intereses españoles fuera de nuestras fronteras. La estrategia policial frente a ETA se basa en el fortalecimiento de la lucha policial y el debilitamiento de la organización terrorista hasta su definitiva desaparición. El terrorismo internacional, especialmente el yihadista, focaliza la actuación policial en la lucha contra el



ciberterrorismo, la radicalización, el reclutamiento y la financiación, siendo claves la prevención, la cooperación y la colaboración internacional. En esta área, la Policía está incrementando también su eficacia en la lucha contra el ciberterrorismo desarrollando una vigilancia digital que garantice la seguridad en el ciberespacio.

El tercer delito más lucrativo a nivel mundial es el cibercrimen, después de la prostitución y el tráfico de drogas, por ello se ha convertido por primera vez en una prioridad estratégica. La Policía Nacional posee un gran prestigio en la lucha contra esta modalidad delictiva, -especialmente por el trabajo realizado por la Unidad de Investigación Tecnológica (UIT) y la Comisaría General de Información-, pero la constante innovación y la complejidad tecnológica requiere también una permanente formación y nuevas herramientas policiales.

La lucha contra la trata y el tráfico de personas, especialmente de mujeres y de menores, es otro de los objetivos de la actual Policía. La lucha contra el tráfico de seres humanos requiere de los investigadores una mayor cooperación con otras administraciones y un incremento de la colaboración con entidades de la sociedad civil, especialmente de las organizaciones asistenciales especializadas. La Policía Nacional tiene en marcha la segunda fase del Plan Policial contra la Trata con fines de explotación sexual que pretende reforzar la prevención y concienciación de todos los ciudadanos, y especialmente los clientes potenciales de estos servicios, de los delitos cometidos por estas redes que trafican con personas para su prostitución.



Además, los agentes especializados se enfrentan hoy en día a nuevas modalidades delictivas unidas a organizaciones criminales y que van más allá de los delitos concretos que cometen. Redes de crimen organizado que influyen con sus actividades en el normal desarrollo económico del Estado y buscan influencias políticas y que constituyen una amenaza global que intenta canalizar sus beneficios ilícitos mediante un sistema financiero global.

La Policía Nacional está trabajando y potenciando el desarrollo de investigaciones patrimoniales y de localización de activos con el fin de aflorar e intervenir los bienes producto de la actividad delictiva. Para ello se promueve la implicación de todos los sectores públicos y privados en la lucha contra la corrupción y la delincuencia económica grave y emergente.

Las acciones humanitarias y el espíritu de servicio son unas de las características policiales que estaban ya presentes cuando en 1824 se constituyó la Policía General del Reino. Unos valores de sacrificio, heroísmo, entrega y dedicación que hoy en día se están fomentando y reconociendo con un progresivo acercamiento a los ciudadanos para conocer directamente sus problemas en materia de seguridad, procurándoles una solución más rápida y eficaz. Se busca una retroalimentación entre la sociedad y la policía para poder incluso anticiparse a las pretensiones ciudadanas y seguir sirviendo a la sociedad en el siglo XXI.

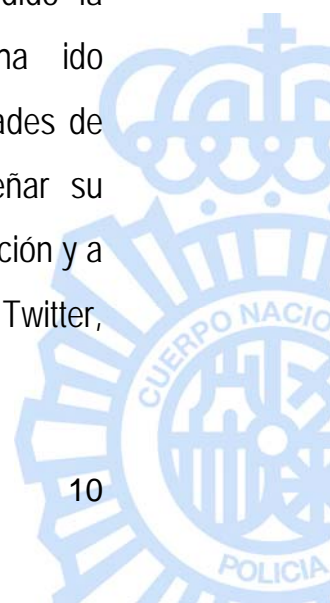


3. Descripción de la práctica

3.1 La comunicación en la Policía Nacional

La labor de comunicación dentro de la Policía Nacional arrancó en 1986 con la puesta en marcha del primer gabinete de prensa de la Dirección General de la Policía. Entonces existía un único gabinete a nivel central que aglutinaba las labores de información y comunicación de toda la Institución hasta que se fueron implantando los gabinetes de prensa territoriales en la Jefaturas Superiores y Comisarías Provinciales. El reto era poner todo el esfuerzo para que el trabajo diario de la Policía fuera visible para los españoles y la Policía ganara en eficacia y valoración gracias a esa labor de comunicación. Desde la Oficina de Prensa se considera que si se logra una mayor confianza de los ciudadanos en su Policía se puede desarrollar un mejor servicio policial y además repercute en una mejora de la seguridad subjetiva. Los primeros años del gabinete de prensa se centraron en mejorar la imagen pública de la Policía y la forma de comunicar desde esta institución, adaptándonos a un escenario en el que comenzaba a primar lo audiovisual.

El principal cometido de nuestra institución es el de servicio público, es decir, ser útil a los ciudadanos y desde siempre se ha pedido la colaboración ciudadana. Esa petición de colaboración ha ido evolucionando, adaptándose a los usos sociales y las posibilidades de comunicación. En 2007 la Policía Nacional comenzó a diseñar su estrategia para adaptarse a esos nuevos cambios en la comunicación y a perfilar su canal en Youtube, la puesta en marcha de un perfil en Twitter,



su página en Facebook o su reciente incorporación a Instagram, entre otras redes sociales.

La Policía Nacional se convierte en una referencia dentro de la Administración General del Estado tanto por el lanzamiento del canal como por los contenidos accesibles al público a través de la plataforma www.youtube.com/policia. Un proyecto de coste cero en el que se ha utilizado los recursos propios, abandonando la búsqueda de la calidad profesional por un espíritu amateur, natural, cercano, directo y real de los vídeos. El criterio que prima es el interés y la utilidad para el ciudadano, la información policial y la colaboración ciudadana para la acción policial.

La Policía española se convirtió también en una institución pionera al poner en marcha en marzo de 2009 su perfil en Twitter. La Policía Nacional no sólo es líder indiscutible desde el punto de vista cuantitativo sino en lo más importante, en la vertiente cualitativa: la utilidad que ha sabido encontrar en la web 2.0, para convertirla en una plataforma que aporta enormes ventajas al ciudadano y utilidad policial directa en el uso de innovador de estas nuevas tecnologías.

Las cuentas de la Dirección General de la Policía son el referente de los cuerpos de seguridad, emergencias, instituciones públicas, entidades privadas y organizaciones no gubernamentales como modelo de gestión de éxito de las nuevas tecnologías para optimizar el servicio público, así como para obtener resultados operativos tangibles con estas herramientas.



Pero el liderazgo del CNP en las redes sociales y el reconocimiento a la labor realizada desde la Oficina de Prensa de la Policía no solo es en las administraciones y organismos públicos locales, autonómicos y entidades de ámbito nacional: numerosos cuerpos de seguridad del extranjero, instituciones internacionales, Gobiernos y entes supranacionales tienen como referente el modelo de gestión realizado por la Policía española y han contactado con los responsables del proyecto para aprender de él e intentar implantarlo en sus correspondientes plataformas y ámbito de actividad. Organismos europeos, policías de todos los puntos de la península ibérica, Europa, África, Asia o América hablan de la Policía 2.0 y su implantación en España como un ejemplo de la excelencia en la gestión pública y la prevalencia de la Administración frente al sector privado en la elaboración y desarrollo de un programa de gestión y atención al ciudadano/cliente.

La Policía Nacional cuenta con presencia en varias redes sociales, aunque su actividad principal destaca en las redes sociales usadas masivamente por los internautas españoles, para así acceder al mayor número de ciudadanos posible y ser útiles de forma eficiente, con los recursos mínimos, midiendo al máximo su aprovechamiento para una óptima rentabilidad para el ciudadano.

Frente al 99% de las instituciones, entidades privadas, personalidades y perfiles creados para campañas o proyectos concretos, la Policía española no se limita a ser un altavoz para las noticias o informaciones corporativas de la institución, operaciones policiales y difusión puntual de acciones. La Policía ha desarrollado a través de un plan integral de



gestión acciones y utilidades de las plataformas 2.0, con infinidad de ejemplos y resultados cuantitativos y cualitativos excelentes.

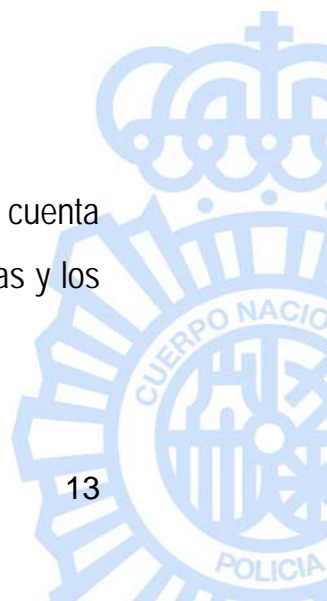
3.2 Abriendo caminos en redes sociales

La Policía dispone de varias cuentas en Twitter. La más relevante en acciones, contenidos y repercusión social es @policia, que lidera la presencia y estrategia de la Policía Nacional en las redes sociales, con casi seis años de trayectoria. Además, se utiliza @SpanishPolice para atender a los miles de residentes extranjeros en nuestro país y los medios de comunicación globales, informar sobre las operaciones conjuntas con otros países, potenciar las relaciones internacionales de la institución y reforzar la “marca España”.



Algunos datos y acciones de la Policía Nacional en Twitter:

- La Policía Nacional tiene más de 1.350.000 seguidores en su cuenta principal; el perfil @policia recibe unas 5.000 menciones diarias y los



agentes atienden de forma privada más de 150 consultas o interpelaciones de los usuarios

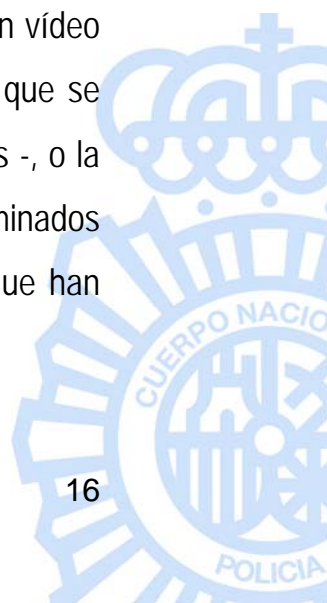
- Se atienden consultas desde todas las partes del mundo y referidas a la seguridad en todos sus ámbitos
- La prensa de todo el mundo ha hecho decenas artículos y reportajes audiovisuales sobre @policia, como una nueva y muy eficiente forma de comunicar, prevenir y concienciar sobre seguridad y gestionar desde la comunicación cuestiones policiales
- Facilita consejos e información de prevención de seguridad para el internauta, tanto de seguridad ciudadana como tecnológica, con ejemplos gráficos de fraudes y riesgos, prácticas inadecuadas, así como las medidas de autoprotección y prevención
- Información de servicio público para el ciudadano, tanto de seguridad como de cuestiones de Protección Civil
- Promoción del uso de la Administración electrónica española y su potencial, vinculado al DNI electrónico
- Campañas de concienciación y prevención en la privacidad y seguridad del uso de Internet, redes sociales y el móvil. Algunas protagonizadas por los principales artistas de la música española, los campeones de la selección española de fútbol u olímpicos como Mireia Belmonte



- Alertas tecnológicas sobre virus, *phishing*, troyanos...
- Concursos y acciones de comunicación con gran participación de los ciudadanos
- Campañas de prevención y concienciación con un resultado excelente como las campañas de difusión de los planes operativos contra la trata de seres humanos, contra el acoso escolar o contra la violencia de género
- Atención al ciudadano: la Policía recibe unas 5.000 menciones diarias y se responde todas las consultas que lo requieren de forma privada
- Dinamización de nuestros perfiles con acciones como la celebración de *tweetencuentros* monotemáticos en los que se atienden públicamente las consultas de los internautas y la organización de concursos en los que la seguridad y concienciación son fundamentales, con una participación masiva de los ciudadanos
- Uso innovador de redes sociales como canal de colaboración ciudadana, con resultados tangibles excelentes en la operativa policial:
 - Se ha conseguido la movilización de los ciudadanos y su formación en la denuncia de la pornografía infantil en Internet, con varias operaciones de desarticulación de redes que compartían ese material gracias al uso de las redes sociales



- De igual forma, ya son más las 500 detenciones de narcotraficantes logradas a través de las *Tweetredadas* y, lo más importante, se han desmantelado laboratorios de droga, cultivos y de puntos de venta gracias a las informaciones obtenidas por estos canales
- Un ejemplo de la colaboración ciudadana y su utilidad es el contacto privado con un testigo clave en una violación, recientemente esclarecida, y conseguir su colaboración con el grupo operativo a través de @policia para la detención del autor
- Paralizar la difusión por Internet de vídeos sexuales de menores gracias a la alerta privada de tuiteros (varios casos conocidos -por su repercusión en Twitter y medios de comunicación- ocurridos en Cádiz; Mahón o Albacete)
- Localización de varias víctimas de un abusador sexual con burundanga tras activar la búsqueda en Twitter (se facilitó a través de redes sociales un teléfono y se localizaron más de veinte nuevas víctimas)
- La detención de fugitivos tras viralizar vía Twitter un vídeo de "Los más buscados", -como Cabeza de Cerdo que se entregó "por la presión social" a las pocas semanas -, o la difusión de tuits para localizar a determinados delincuentes, en casos concretos y puntuales, y que han



tenido siempre una respuesta excelente y resultados operativos

La realización de decenas de acciones y campañas de comunicación y operativa policial a través de las redes sociales han conseguido una excelente acogida entre los internautas y el reconocimiento de los ciudadanos e instituciones de todo tipo y ámbito. La percepción social, institucional y mediática es excelente, tanto dentro como fuera de España.

3.3 Las otras redes

FACEBOOK

www.facebook.com/policianacional

La Policía Nacional utiliza esta red social desde hace varios años para informar a los ciudadanos a través de esta plataforma y tener acceso a una masa crítica de cerca de 14 millones de personas, y así aprovechar la fuerte viralidad demostrada por esta red social.

Es utilizada para realizar de forma integral las campañas de comunicación en la web 2.0, permite reforzar la vinculación y cercanía con los internautas que quieren mostrar su afecto e interés hacia la Policía española, además de estar informados y colaborar con nosotros en las acciones que requieren participación. Cuenta con más de 230.000 usuarios directos pero sus mensajes llegan a cientos de miles de internautas, gracias a su rápida y fácil propagación.



El contenido de interés y utilidad máxima para el ciudadano es lo prioritario, así como las acciones desarrolladas a través de este medio, que se pretende sea un elemento más para el servicio público que presta la Policía en todos los ámbitos.

Además, se ha conseguido realizar acciones en las que el ciudadano se involucra y participa y colabora con la Policía en su actividad.

YOUTUBE

www.youtube.com/policia

La Policía española es la institución pública española con el canal oficial más visto en España: más de 5.200.000 vistos en www.youtube.com/policia a un total de más de 250 vídeos donde la seguridad es el tema principal, basada en la información policial audiovisual, consejos de seguridad ciudadana, reportajes sobre la actividad de los agentes y lo más relevante y útil: vídeos para potenciar la colaboración ciudadana, con resultados directos e indirectos demostrados.

Las campañas en las que se facilita un canal para denunciar el vandalismo y el tráfico de drogas son una muestra, aunque el ejemplo más claro es el del vídeo con "Los más buscados", que permitió la entrega de un fugitivo ante la presión social y la detención de otro. También se ha distribuido otro vídeo similar con las obras de arte desaparecidas más buscadas.

En resumen, se ha mostrado como un canal de gran eficacia para la Policía Nacional que, al contrario de otros organismos, no disponía ni



dispone de la capacidad de realizar campañas publicitarias en medios *offline*.

INSTAGRAM

www.instagram.com/policianacional

Instagram es la última red a la que se ha incorporado la Policía Nacional y ya cuenta con 19.000 seguidores y 172 imágenes publicadas. En este canal se cuelgan fotos de los agentes, muchas de ellas tomadas por los propios policías o ciudadanos que las comparten en las redes, para transmitir la imagen cercana y preventiva de la Policía española.

En resumen, el desarrollo de este proyecto de la Policía 2.0 y sus resultados muestran cómo sin coste añadido alguno y desde el Gabinete de Prensa de la Policía Nacional se ha sabido aplicar y desarrollar las nuevas tecnologías para una innovadora gestión pública orientada hacia el ciudadano, con una comunicación bidireccional y con el Servicio Público, la Eficacia en la Seguridad, la atención al internauta y la máxima utilidad para la Administración Pública y los contribuyentes como principales premisas.

