



Área de Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones

LA CAMPAÑA DE CAPTACIÓN Y RETORNO DE TALENTO ALCANZA MÁS DE 7 MILLONES DE IMPRESIONES EN MERCADOS DE EUROPA Y ESTADOS UNIDOS

El objetivo es atraer a aquellas personas que han desarrollado sus carreras fuera de Málaga, Andalucía o España y que hoy en día pueden retornar por las oportunidades laborales que se presentan en la ciudad

Se enmarca en las acciones municipales para la reactivación económica, la atracción y retención de talento y de captación de inversiones

12/07/2022.- La campaña puesta en marcha el pasado mes de mayo por la empresa municipal Promálaga, perteneciente al Área de Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, ha alcanzado más de 7 millones de impresiones en usuarios vinculados al sector de las empresas tecnológicas de las principales ciudades de Europa y Estados Unidos, así como más de 50.000 clics en la web de 'MalagaWorkBay'.

La concejala delegada de Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, Rosa Sánchez, ha informado hoy del rendimiento de esta campaña que ha estado activa en soportes de publicidad programática y redes sociales (Facebook y LinkedIn) del 13 de mayo al 13 de junio.

El Ayuntamiento de Málaga continúa así su estrategia de fomentar la atracción y retención de talento. El objetivo de la campaña es recuperar expatriados, es decir, aquellas personas que abandonaron Málaga, Andalucía o España para desarrollar sus carreras profesionales y que hoy en día pueden retornar por las oportunidades laborales que se presentan en la ciudad.

La campaña está dirigida a usuarios que han estudiado en las principales universidades y escuelas de negocio de Andalucía y principales ciudades españolas, siempre vinculados al sector de la empresa tecnológica, así como a aquellos que están buscando empleo o vivienda en España. En el top 5 de las principales ciudades tecnológicas de Europa se encuentran Londres, París, Dublín, Múnich y Ámsterdam; y en el de Estados Unidos, Austin, Dallas, Raleigh, San Jose y Charlotte.

La campaña tenía un impacto previsto de 5,7 millones de usuarios y una estimación de casi 13.000 clics en la web de 'MalagaWorkBay'. Finalmente, los datos indican que se han generado un total de 7.222.061 impresiones y 50.616 clics.





En los anuncios de publicidad programática, publicados en sites de Málaga, Andalucía y España relacionados con búsqueda de empleo o vivienda, se han generado concretamente 7.015.815 impresiones y 46.009 clics. En los anuncios de Facebook se han generado 204.208 impresiones y 1.924 clics, y en los de LinkedIn han sido 2.038 las impresiones generadas y 1.663 clics.

Sánchez ha explicado que la campaña programática ha alcanzado un 254% más de tráfico de lo que estaba planificado, la de Facebook un 35% más y la de LinkedIn un 24% más. Asimismo, ha destacado que Málaga es una de las mejores ciudades para vivir y trabajar: “La calidad de vida de la ciudad junto con la llegada de empresas tecnológicas y el fortalecimiento de las startups locales hacen de Málaga uno de los ecosistemas más dinámicos de Europa, generando oportunidades laborales en las empresas tecnológicas más punteras”.

Además, los colegios internacionales y españoles, la posibilidad de trabajar en un entorno multicultural y los programas de softlanding hacen de la ciudad un entorno ideal para compaginar la vida laboral con la personal. “Con esta iniciativa buscamos convertir a Málaga en el destino ideal donde crecer profesionalmente”. Es una ciudad de vanguardia que también ofrece el asesoramiento que necesita un trabajador para asentarse en ella”, ha expresado la edil.

REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA CIUDAD CON ‘MALAGAWORKBAY’

El proyecto ‘MalagaWorkBay’ se puso en marcha en febrero de 2021 y se enmarca dentro de las acciones municipales para contribuir a la reactivación económica de la ciudad, así como fomentar la atracción y retención de talento y de inversión productiva.

Para ello, la Oficina del Inversor del Ayuntamiento de Málaga creó la página web <https://malagaworkbay.com/>, que ofrece toda la información relevante que necesita alguien que teletrabaja para instalarse en Málaga y poder trabajar y/o emprender: servicios, transportes, alojamiento, etc. Está disponible en diferentes idiomas: español, inglés y alemán.

Desde que se lanzó hasta marzo de 2022, la página web ha recibido 62.419 visitas correspondientes a 20.096 usuarios diferentes. Además de los españoles (12.261 visitas a la web), destaca el número de visitantes alemanes que han sido hasta el momento 1.942. A continuación, se encuentran los estadounidenses con 988 y los argentinos con 608. También han visitado la página desde Países Bajos (506), Reino Unido (478), Francia (271), Italia (202), Bélgica (198) y Suiza (175).

Hay que destacar que ‘MalagaWorkBay’ ha atendido por escrito un total de 617 consultas de diversa índole de teletrabajadores que han solicitado más información sobre la ciudad o han preguntado algunas dudas.





COMUNIDAD BAYWORKERS

El proyecto cuenta también con #BayWorkers, una comunidad formada actualmente por un total de 134 personas que teletrabajan y viven en Málaga. El objetivo de esta comunidad es identificar a estos profesionales y generar espacios de comunicación y de cooperación comunes que posicionen a Málaga como uno de los mejores lugares para teletrabajar.

De esta comunidad pueden formar parte freelances, empresarios, teletrabajadores y emprendedores que han puesto Málaga en su ruta. Con solo registrarse a través de la web <https://malagaworkbay.com/bayworkers/> accederán a un espacio de atención personalizada, descuentos y ventajas, actividades culturales y de ocio así como encuentros de networking.

