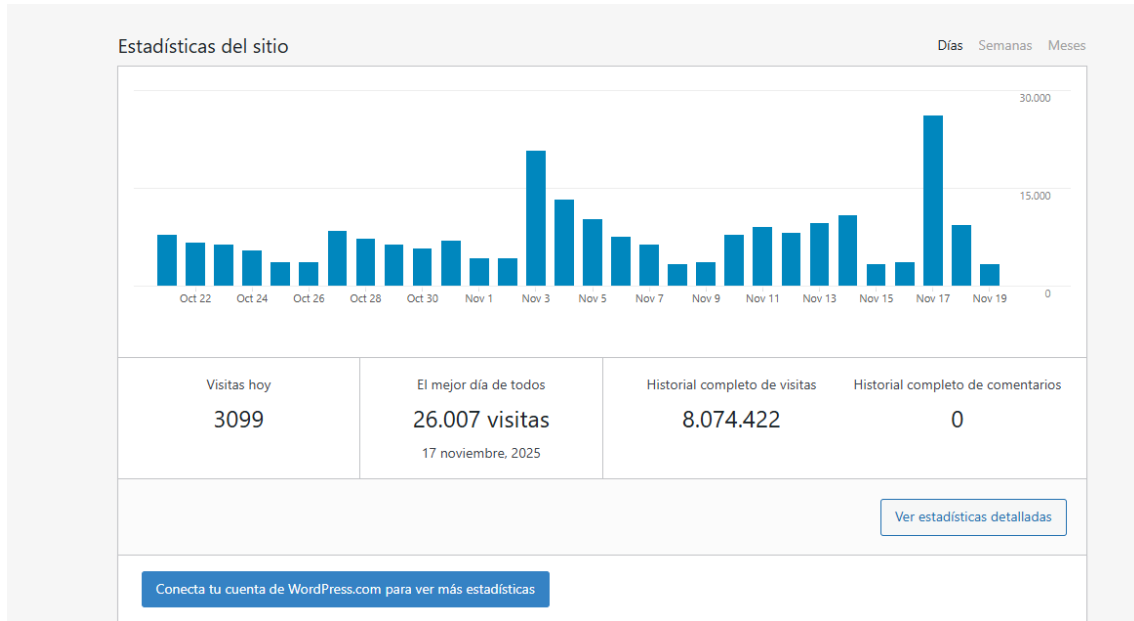


## Informe de Comunicación 2025

Desde la creación del sitio, se han acumulado **8.074.422 visitas** (desde septiembre de 2021).



Si se compara el último dato con el mismo periodo del año anterior (enero-octubre), con un total de **1.726.468 visitas**, se evidencia un crecimiento del 19% en términos de visitas. En el mismo periodo de 2024 se contabilizaron 1.445.724.

### **Interés en el contenido, por tópicos**



Los trámites y eventos ocupan el primer lugar entre los intereses de los lectores, tales como los que se refieren a “licencias de conducir” y “rentas”. Pero si prestamos atención específicamente al contenido periodístico, observamos que las notas con mayor cantidad de lecturas son los eventos o noticias en los que se los invita a los vecinos y lectores en general a notas de servicios como “escuela de verano”, “conocer el recorrido”, “mirar el cronograma” o los “artistas que participarán”.

El llamado a la acción en títulos, parece incrementar el tráfico de las notas. Y el enlace en redes sociales, especialmente **Instagram**, resulta clave para el aumento constante en las visitas al sitio.

Hasta la fecha, el 17 de noviembre fue el día de mayor tráfico a la página, coincidiendo con la apertura de inscripciones a la escuela de verano, con un total de **26.007 visitas**. A diferencia de otros eventos similares, en lugar de linkear en redes el link de inscripción directo, se asocia a cada publicación la nota de la página web, lo que permite aumentar el tráfico, al tiempo en que permite salvar posibles errores como caídas de formularios.

## ¿De dónde proviene el tráfico?

Los motores de búsqueda, principalmente Google, son nuestras fuentes principales de ingresos al sitio, seguidos por redes sociales, en primer lugar Facebook, y en segundo Instagram.

Desde	Vistas
Motores de búsqueda	769.936
com.google.android.googlequicksearchbox	105.853
losandes.com.ar	56.077
 Facebook	55.258
 Instagram	33.922

De hecho, en lo que va del año se registraron **769.963 visitas**, directamente de los motores de búsqueda, tales como google, y google discover. En el mismo periodo subió la cantidad de visitas que recibimos desde medios como losandes.com.ar, lo que le suma autoridad a la página nuestra en los motores de búsqueda.

Facebook refirió a nuestra web 55.258 visitas e Instagram 33.922, el resto se completa de otros buscadores, como Twitter, y diferentes medios de comunicación.

El objetivo de este año ha sido aumentar la presencia en Instagram, dado que ocupa el primer puesto de las redes más utilizadas en Argentina con un 26% de presencia, seguido por un 20,6% de Youtube, y 19% de los usuarios de redes sociales utiliza Facebook.

13:17



## Crecimiento y objetivos Instagram y Facebook



¡Tuviste un mes excelente!  
Aquí tienes el resumen de  
Octubre.

**1,2 mill.**

Visualizaciones de reels y publicaciones  
+2% respecto a Septiembre

**43%**

Visualizaciones de no seguidores  
+17% respecto a Septiembre

**62 mil**

Seguidores  
+3335 respecto a Septiembre

156.021 visualizaciones.



Durante lo que va de 2025 se observó un crecimiento del 42%, si se considera que iniciamos el año en 44.660 y a la fecha se cuentan 63.471.

Otro dato a destacar es el aumento en las visualizaciones, que nos permite llegar a un público mucho más amplio, que el mensaje lo vean vecinos y personas de otros departamentos incluso aunque no sigan la página oficial de la Municipalidad. En este sentido, aunque todos los meses rondan el millón de visualizaciones, cabe destacar la performance del mes de octubre con un total de **2,558,602**.

### Redes: visitas orgánicas y de pauta

Durante este año se incorporó la posibilidad de pautar directamente en redes sociales algunos contenidos seleccionados. Esto contribuyó a aumentar las visualizaciones y el alcance de contenidos.

Como por ejemplo, la campaña que inició Guaymallén junto a las protectoras de animales para la reutilización de cartelería política logró

## 1. Alcance e interacción

- ThruPlays: 25.147

Es un buen volumen: indica que más de 25 mil personas vieron el video hasta el final o al menos 15 segundos (dependiendo del formato del anuncio).

Esto sugiere alto interés o buen enganche inicial.

Alcance total: 156.021 personas

Impresiones: 101.515

Dato curioso: el alcance es mayor que las impresiones, algo que puede deberse a cómo la plataforma contabiliza usuarios únicos y vistas preliminares. Pero en funcionamiento normal, lo esperable es impresiones  $\geq$  alcance.

## 2. Costo

Costo por ThruPlay: \$2,77

Muy bueno.

***Para Argentina en campañas de reproducción, un CPTP entre \$2,5 y \$6 es eficiente. Estás en el rango óptimo.***

Gasto total: \$69.761 en 7 días

Esto indica una inversión alta para un video, pero como el costo por resultado es bueno, la campaña está siendo rentable en términos de reproducción por peso invertido.

## Conclusiones

- La campaña es eficiente: Costo bajo por ThruPlay + volumen alto.
- Amplio alcance: Más de 150 mil personas en una semana.
- Buena reproducción hasta el final: Más de 25 mil ThruPlays indican que el contenido retuvo.