



WATCH.

BY DINAMARCA PR.

Ficha técnica

WATCH. es el primer estudio que mide actividad, influencia y potencial de los candidatos en redes sociales.

Ofrece un detalle semanal profundo de volumen y sentiment, segmentado por perfil y por distrito en **Facebook, Instagram, Tik Tok y X.**

Los datos y el análisis que surgen de este exhaustivo relevamiento funcionan como potentes herramientas de información y estrategia para líderes de opinión, tomadores de decisiones y para la opinión pública en general.

Actividad. Da cuenta del volumen de participación de cada candidato.

Influencia. Releva y categoriza las interacciones positivas recibidas.

Potencial. Muestra la evolución (o involución) de seguidores.



Período relevado

12 al 17 de octubre



Cantidad de publicaciones analizadas

725

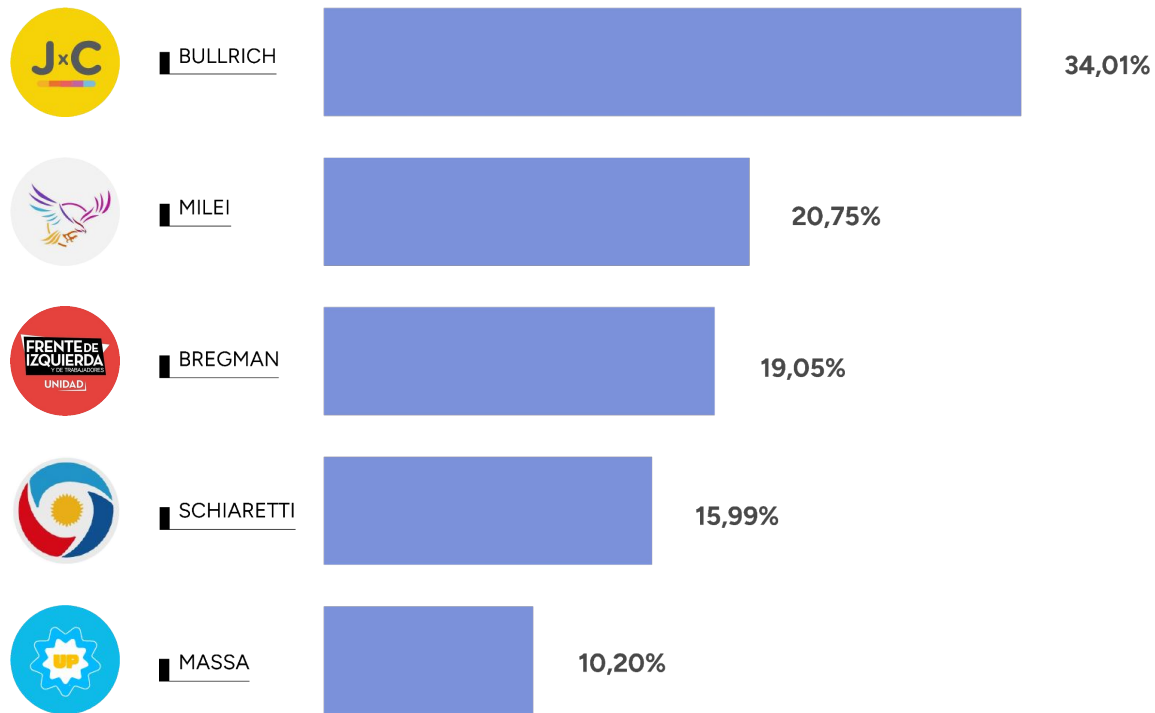


Cantidad de interacciones analizadas

5.078.415

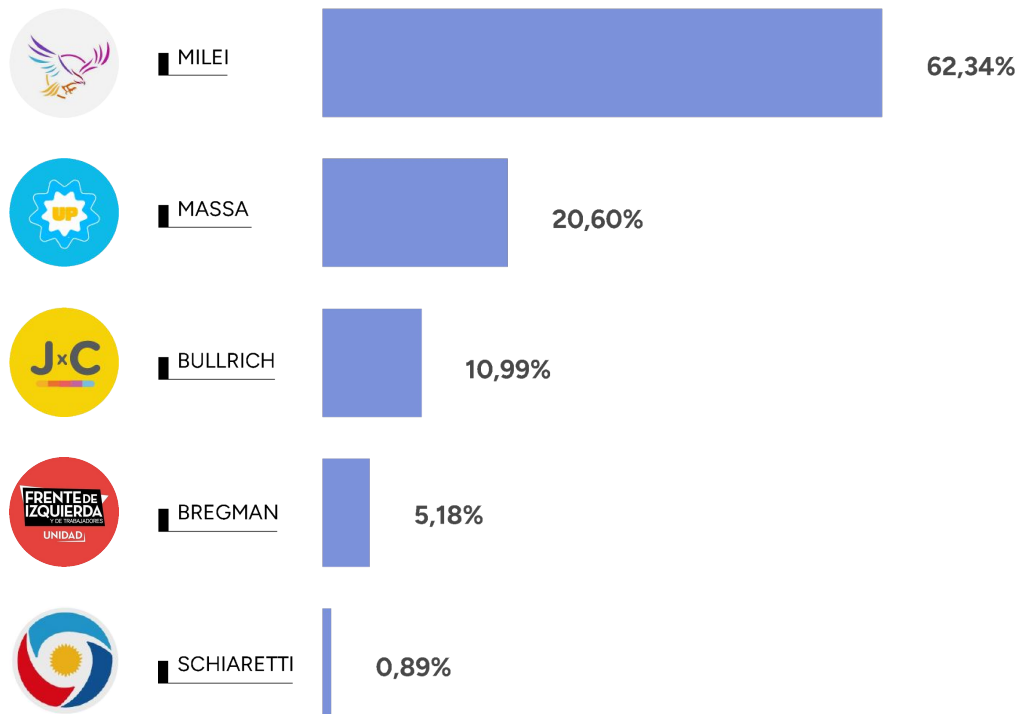
Actividad en redes sociales

NACIÓN



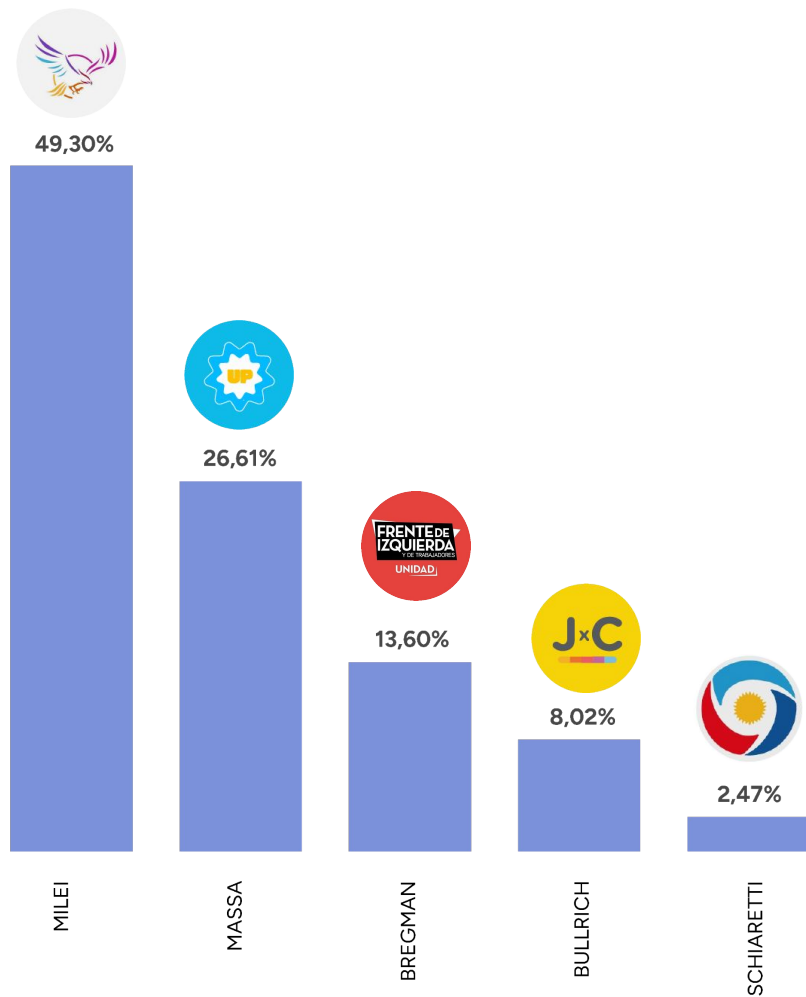
Influencia en redes sociales

NACIÓN



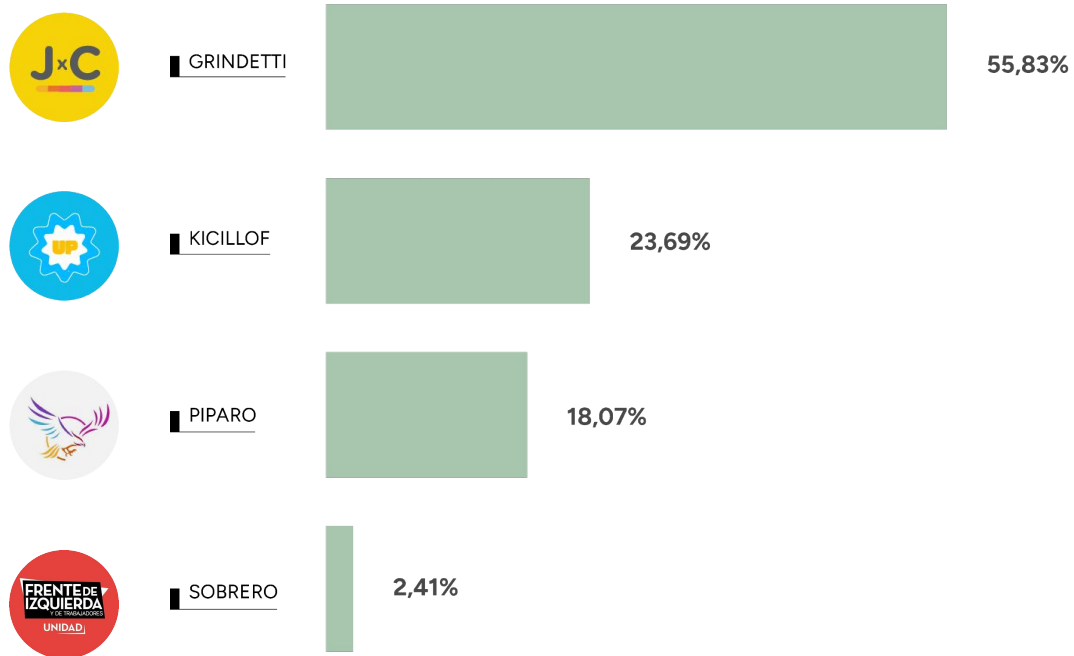
Potencial en redes sociales

NACIÓN



Actividad en redes sociales

PBA



Influencia en redes sociales

PBA



KICILLOF



53,37%



PIPARO



35,69%



GRINETTI



8,97%



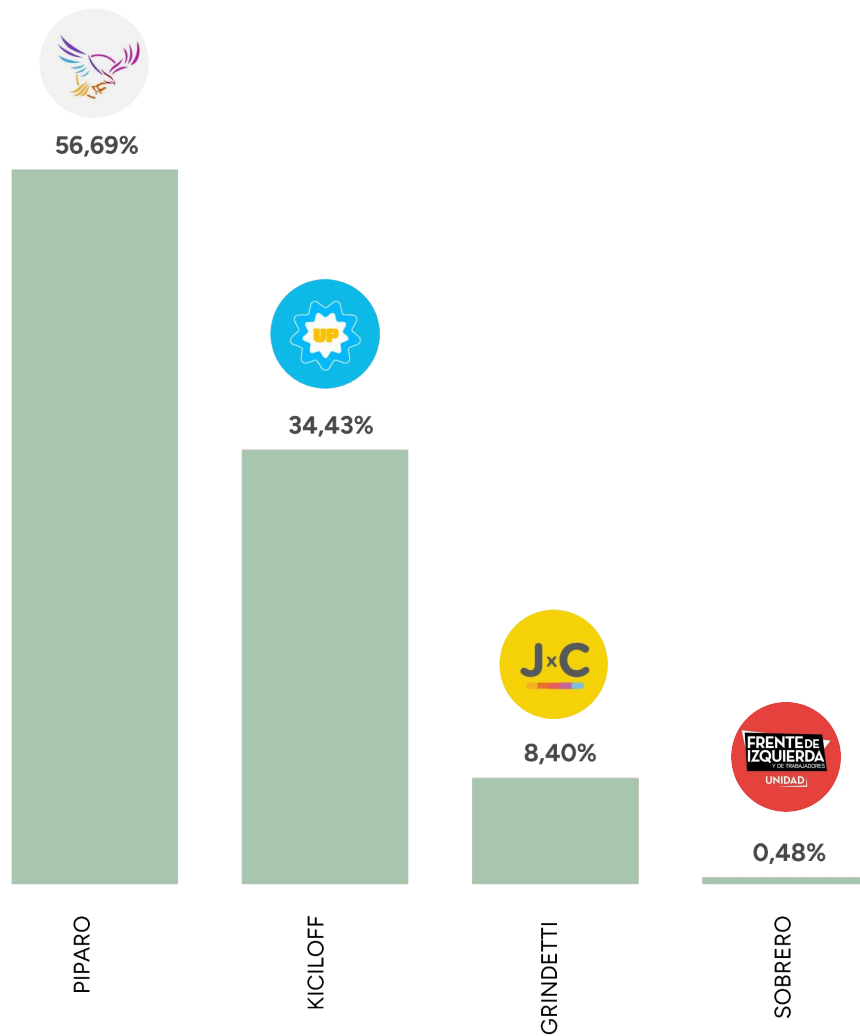
SOBRERO



1,97%

Potencial en redes sociales

PBA



Actividad en redes sociales

CIUDAD



VANINA BIASI



26,93%



SANTORO



26,37%



JORGE MACRI



25,82%



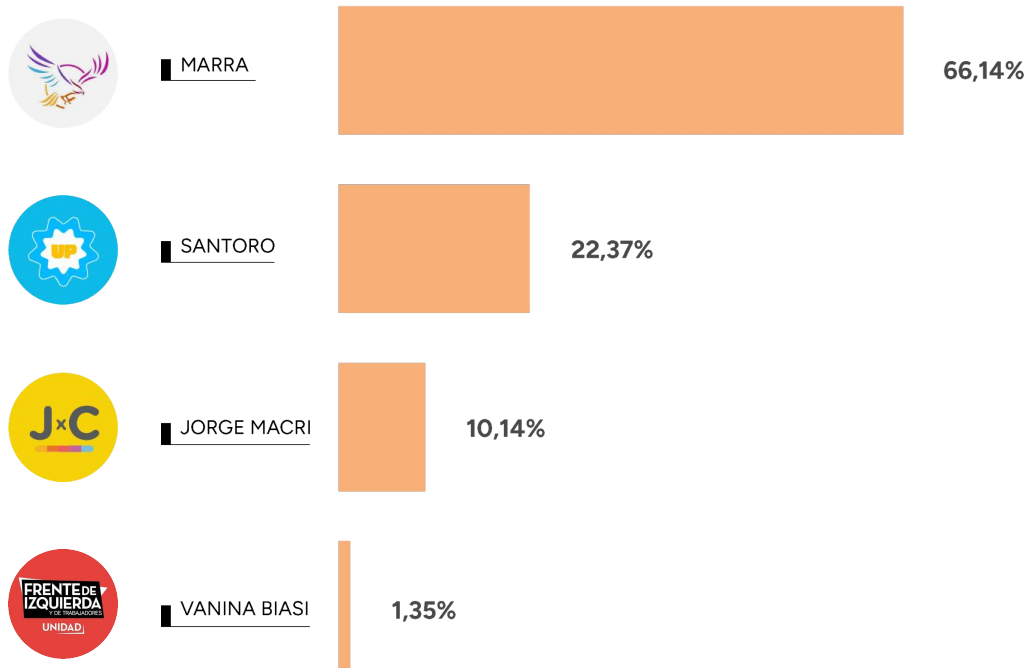
MARRA



20,88%

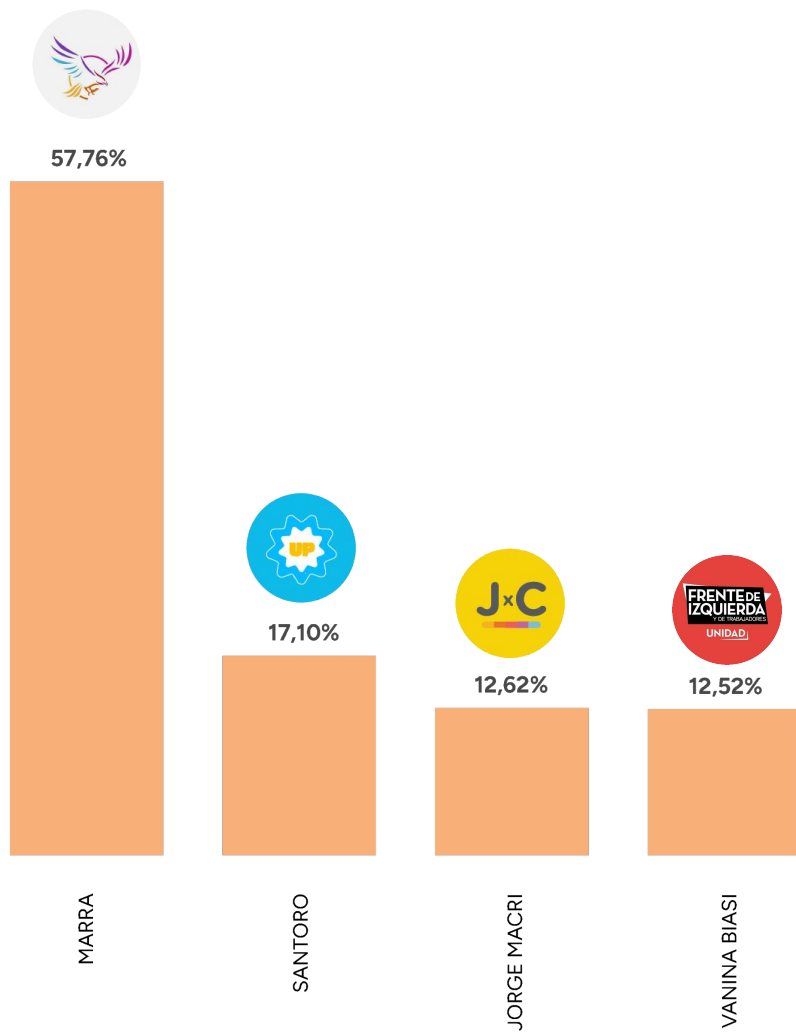
Influencia en redes sociales

CIUDAD



Potencial en redes sociales

CIUDAD



Conclusiones

A nivel nacional, **Milei** marcó su récord histórico de influencia en redes sociales, con el 62%. En el sprint final jugó a la pelota, arengó a la tribuna y prometió ganar el partido en primera vuelta.

Massa y Bullrich se mantuvieron en la disputa del segundo puesto. El ministro logró ampliar la diferencia y alcanzó el 20%, apoyado en Facebook, la red que más le rindió a lo largo de la campaña. Por su parte, la candidata de JxC contó en vivo que sumaba a Larreta al equipo y fue a fondo en Córdoba.

En la provincia de Buenos Aires, **Kicillof** subió a Massa al escenario, fue de turista a Martín García y consolidó su influencia (53%). **Píparo** quedó muy atrás con el 35% y una campaña que siempre estuvo más apegada a la bajada orgánica de LLA que a su propia apuesta. **Grindetti** convocó a toda la primera línea y persistió en su modalidad hiperactiva, pero no le alcanzó para disputarle el liderazgo al gobernador.

En la Ciudad, durante la última semana de campaña todos los candidatos potenciaron su actividad y se distribuyeron, de manera pareja, los niveles de presencia en redes: **Santoro** (26%), **Jorge Macri** (25%) y **Marra** (20%). En influencia, LLA creció hasta alcanzar el 66%.



WATCH.

BY DINAMARCA PR.