1. Resumen ejecutivo

El ecosistema digital de Asociación Valponasca en 2025 muestra una combinación de elevada visibilidad social, adquisición web fuertemente apoyada en búsqueda orgánica y una audiencia social predominantemente adulta y local. Instagram registra 105.400 visualizaciones, un alcance de 14.100 y 2.347 interacciones; Facebook registra 48.016 visualizaciones y 3.148 interacciones. La web alcanza 6,4 mil usuarios activos, 6,3 mil usuarios nuevos y 19 mil vistas de página.

Indicador	Resultado
Instagram: visualizaciones	105.400
Facebook: visualizaciones	48.016
Facebook: interacciones	3.148
Instagram: interacciones	2.347
Usuarios activos web	6.400
Usuarios nuevos web	6.300
Vistas web	19.000
Descargas	1.000
Interacción media web	1 min 06 s

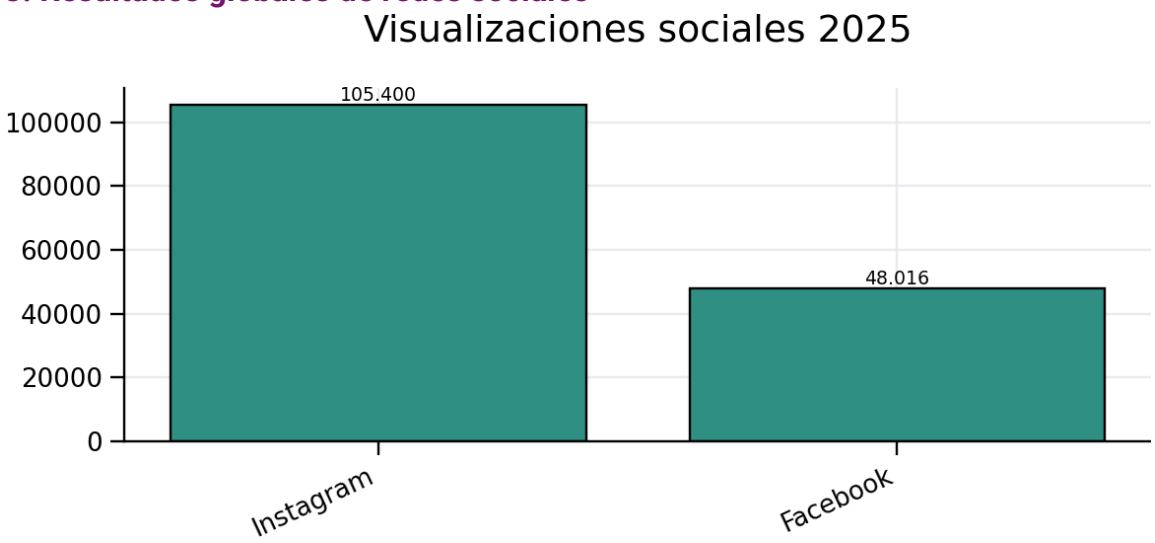
Fuente: Documentación interna de redes sociales 2025 y exportación Google Analytics, 1 ene-31 dic 2025.

2. Alcance y metodología

Este informe integra tres fuentes facilitadas: el Informe panorámico de Google Analytics del año natural 2025 y dos documentos internos de comunicación y redes sociales. Se han eliminado duplicidades y se han separado los datos directamente medidos de las interpretaciones. Cuando dos afirmaciones resultan incompatibles, se prioriza la cifra cuantitativa verificable y se evita conservar la conclusión contradictoria.

Niveles de evidencia utilizados: (1) evidencia sólida, cuando la cifra aparece directamente en la exportación o documentación suministrada; (2) interpretación inferencial, cuando se deriva razonablemente de los datos pero no demuestra causalidad; (3) dato no confirmable, cuando falta información suficiente. No se atribuyen a cambios de algoritmo u otras causas externas las variaciones de rendimiento porque la documentación disponible no permite demostrarlas.

3. Resultados globales de redes sociales



Fuente: Informes internos de comunicación digital y evolución en redes sociales 2025.

Instagram presenta el mayor volumen de visualizaciones entre los dos canales para los que se aporta una cifra anual comparable. El documento interno informa además de un aumento del 9,3 % en alcance y del 100 % en interacciones de Instagram. Facebook mantiene un volumen relevante de consumo y comunidad, aunque el propio informe interno señala descenso anual de las interacciones totales.

4. Facebook

Métrica	2025
Visualizaciones	48.016
Interacciones totales	3.148
Reacciones	1.207
Comentarios	12
Compartidos	158
Seguidores totales	1.232
Seguidores netos	+41
Bajas	7
Reproducciones 3 s	2.300
Reproducciones 1 min	133

El consumo por formato se concentra en publicaciones con varias fotos (47,1 %), fotografías individuales (29 %), reels (15,9 %), enlaces (6,3 %) e historias (1,5 %). En la distribución de interacciones aportada, fotos y reels mantienen un peso relevante, mientras que los comentarios son cuantitativamente reducidos frente a las reacciones.

Interpretación inferencial: Facebook funciona principalmente como canal de difusión y reconocimiento, con margen para estimular formas de participación más profundas. La documentación no permite identificar con certeza la causa del descenso anual de interacción.

Fuente: Informe de Evolución en Redes Sociales, Asociación Valponasca, 2025.

5. Instagram

Métrica	2025
Visualizaciones	105.400
Alcance	14.100 (+9,3 %)
Interacciones	2.347 (+100 % informado)
Seguidores	205

Los documentos describen carruseles y fotografías como los formatos de mejor rendimiento y señalan los reels como una vía con potencial de crecimiento. La actividad presenta picos vinculados a campañas y eventos. Interpretación inferencial: por la combinación de alcance e incremento de interacciones, Instagram es el canal con mayor capacidad actual para desarrollar comunidad, aunque no se dispone de una serie mensual completa para cuantificar la evolución con mayor precisión.

Fuente: Informes internos de comunicación digital y redes sociales 2025.

6. LinkedIn

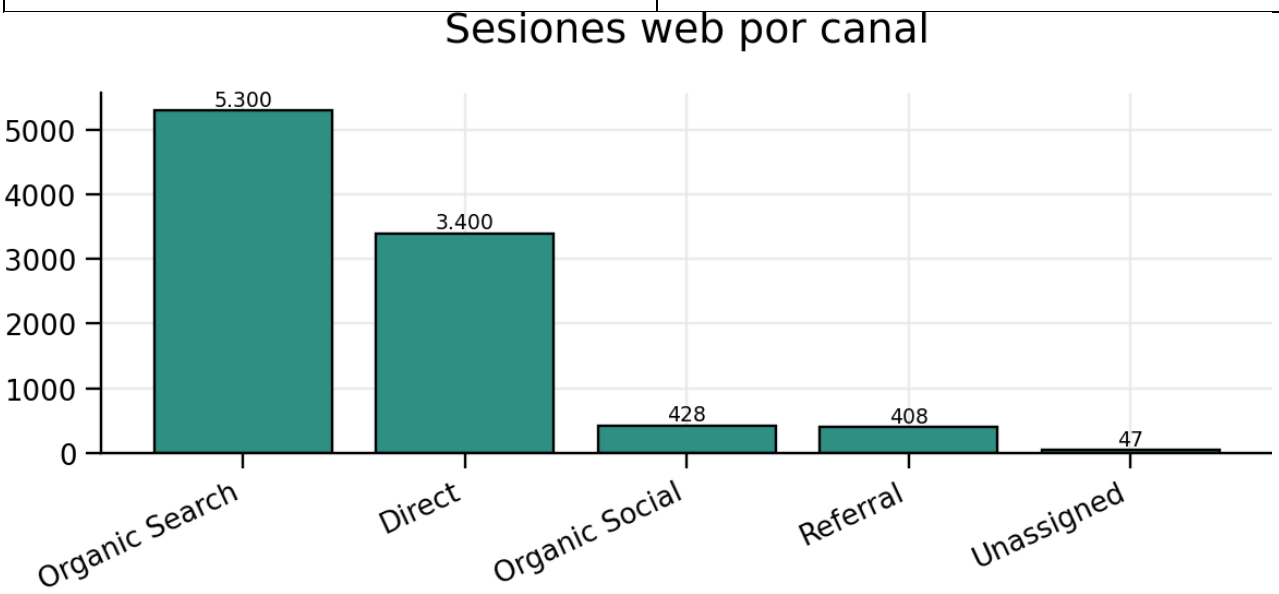
La documentación describe crecimiento progresivo de seguidores, con mayor incremento hacia el final del año, y una audiencia concentrada principalmente en León, seguida de Madrid y otras ciudades. El perfil se vincula a sectores sociales, educativos y técnicos, con predominio descrito de perfiles junior. El canal se utiliza con orientación institucional y profesional, incluyendo actividades formativas, resultados, impacto, empleo y colaboraciones.

Dato no confirmable: los materiales facilitados no contienen valores numéricos legibles suficientes para reconstruir con rigor una serie anual de seguidores, alcance o interacción

de LinkedIn. Por ello, este informe no genera métricas numéricas ni gráficas cuantitativas adicionales de este canal.

7. Web corporativa

Indicador	Resultado
Usuarios activos	6,4 mil
Usuarios nuevos	6,3 mil
Tiempo de interacción medio	1 min 06 s
Vistas de página	19 mil
user_engagement	14 mil
session_start	9,5 mil
first_visit	6,3 mil
scroll	3,1 mil
file_download	1 mil
click	271

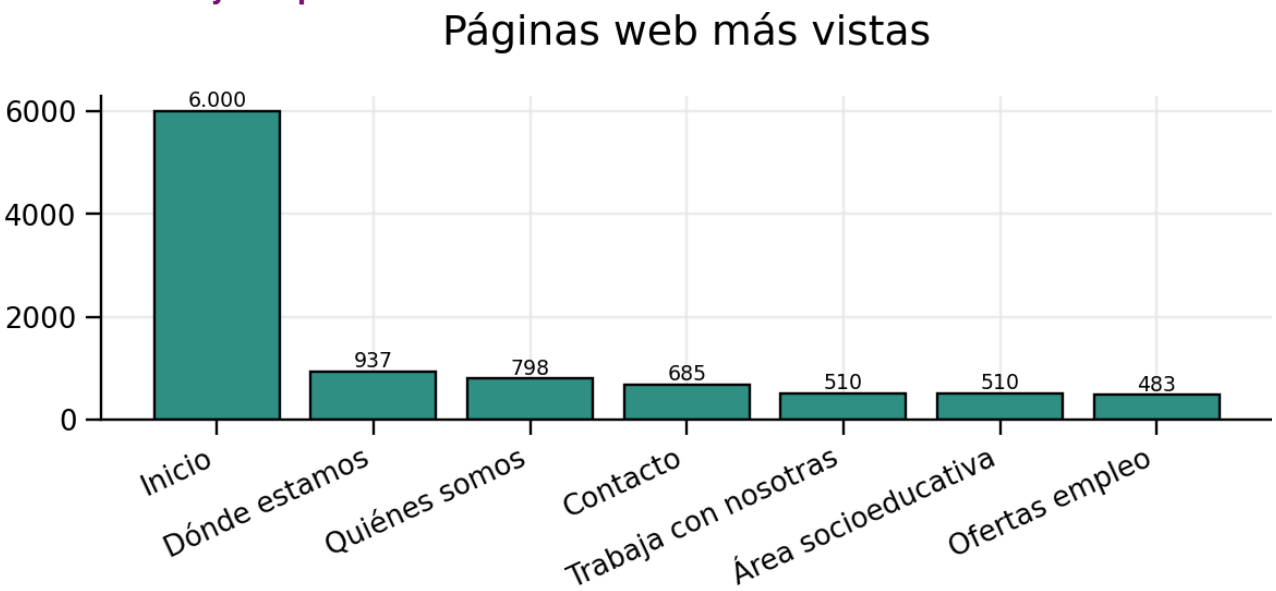


Fuente: Google Analytics, Informe panorámico, 1 ene-31 dic 2025.

Organic Search aporta 5.300 sesiones y constituye el principal canal de adquisición medido, por delante de Direct (3.400), Organic Social (428), Referral (408) y Unassigned (47). Esto respalda de forma sólida el peso de la búsqueda orgánica. No obstante, calificar el

posicionamiento SEO como “sólido” en sentido técnico requeriría datos adicionales de Search Console, consultas, posiciones y evolución, que no se incluyen en las fuentes. (No se pudieron obtener los datos de search console)

8. Contenidos y comportamiento web

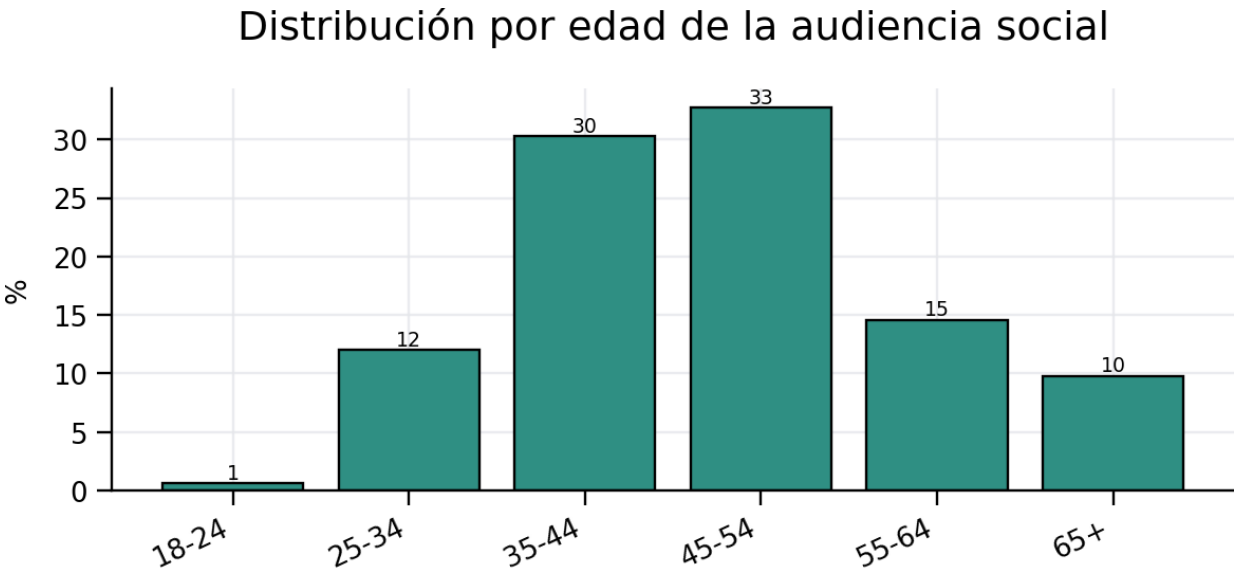


Las páginas con más vistas son Inicio (~6.000), Dónde estamos (937), Quiénes somos (798), Contacto (685), Trabaja con nosotras (510), Área Socioeducativa (510) y Ofertas de empleo (483). Interpretación inferencial: el patrón es compatible con una demanda importante de información institucional, localización, contacto y empleo.

La documentación identifica 10 noticias publicadas en 2025, concentradas entre mayo y agosto y relacionadas con las áreas socioeducativa, sociocomunitaria, sociolaboral y de intervención psicológica y apoyo. Predomina una narrativa positiva y experiencial vinculada a actividades y proyectos reales.

Fuente: Google Analytics 2025 e inventario de noticias incluido en Informe de Evolución en Redes Sociales 2025.

9. Audiencia



La audiencia social aportada se concentra en 35-54 años: 35-44 representa el 30,3 % y 45-54 el 32,7 %. Los grupos restantes son 55-64 (14,6 %), 25-34 (12 %), 65+ (9,8 %) y 18-24 (0,6 %). Por ubicación social se informa de España (97 %), León (68,6 %), Trobajo del Camino (8,4 %) y Madrid (6,7 %).

La audiencia web debe tratarse por separado. Google Analytics registra 3.700 usuarios activos en España, 801 en Estados Unidos, 513 en China, 371 en Alemania, 192 en Irlanda, 181 en Singapur y 118 en Países Bajos. Por tanto, el 97 % de España aportado para redes sociales no puede trasladarse a la audiencia web.

Fuente: Informe de Evolución en Redes Sociales 2025 y Google Analytics, 1 ene-31 dic 2025.

10. Retención y fidelización web

Cohorte	Retención mostrada
Semana 0	100,0 %
Semana 1	1,7 %
Semana 2	0,7 %
Semana 3	0,4 %
Semana 4	0,0 %
Semana 5	0,0 %

Evidencia sólida: la cohorte visible en el informe de Analytics presenta una caída acusada después de la semana inicial. Interpretación inferencial: este patrón justifica investigar recurrencia y fidelización. No es metodológicamente válido extrapolar esa única visualización de cohorte a la afirmación de que todos los visitantes de 2025 no regresan. Este dato hay que vigilarlo en el tiempo para vigilar los datos de analytics.

Fuente: Google Analytics, Informe panorámico 2025.

11. Visibilidad en buscadores, Google Business y medios

El dominio oficial valponasca.org está indexado para la marca “Asociación Valponasca” y expone en resultados páginas institucionales como inicio, “Quiénes somos”, “Dónde estamos”, “Contacto” y “Área Socioeducativa”. Esto es coherente con Analytics, donde Organic Search aporta 5.300 sesiones en 2025 y constituye el principal canal de adquisición medido. Interpretación inferencial: existe una presencia orgánica relevante para la entidad, Además, aparecen resultados externos institucionales y sectoriales al buscar la entidad, entre ellos la Junta de Castilla y León y Salesianas, junto con resultados periodísticos. Estos resultados amplían la huella digital más allá del dominio propio.

Se han localizado evidencias verificables de presencia externa en 2025. Diario de León publicó el 1 de junio de 2025 una pieza sobre las colonias de verano de Valponasca. La Junta de Castilla y León publicó el 10 de abril de 2025 información sobre el Proyecto Valponasca Integra 2025. Salesianas difundió contenidos vinculados a actividades de la asociación. En noviembre de 2025, Ahora León informó sobre la primera Gala de Reconocimiento de Valponasca, y Heraldo de León mantiene una página temática de la asociación con cobertura de esa gala.

12. Diagnóstico integrado

Fortalezas

- Volumen elevado de visualizaciones en Instagram y presencia significativa en Facebook.
- Organic Search es la principal fuente de sesiones web medida.
- La web registra 1.000 descargas de archivos, señal de consumo de recursos más allá de la mera vista.
- Coherencia temática entre actividad institucional, proyectos y comunicación digital.

Áreas de mejora

- Organic Social aporta 428 sesiones, muy por debajo de búsqueda orgánica y acceso directo.

- La edad 18-24 supone solo el 0,6 % de la audiencia social documentada.
- Facebook registra solo 12 comentarios frente a 1.207 reacciones, lo que sugiere margen para conversaciones más activas.
- LinkedIn carece en la documentación disponible de un cuadro cuantitativo completo para evaluar rendimiento y fijar una línea base robusta.
- La cohorte web observada justifica trabajar la recurrencia y medirla de forma sistemática.

12. Recomendaciones

Las siguientes medidas se plantean como recomendaciones estratégicas, no como hechos observados. Deben validarse mediante pruebas y seguimiento periódico.

Prioridad	Acción recomendada	Indicador de seguimiento
Alta	Definir eventos clave para formularios, contactos, inscripciones y otras acciones de valor.	Eventos clave y tasa de conversión
Alta	Establecer un cuadro de mando mensual homogéneo para Facebook, Instagram, LinkedIn y web.	Serie mensual completa y comparabilidad interanual
Media	Mantener carruseles/fotografías de buen rendimiento y experimentar de forma controlada con reels.	Alcance, interacciones, guardados, reproducciones y tráfico derivado
Media	Diseñar contenidos específicos para 18-24 años sin comprometer la protección y dignidad de menores.	Peso relativo 18-24; alcance e interacción por formato
Media	Potenciar LinkedIn con información de impacto, alianzas, empleo y resultados verificables.	Seguidores, impresiones, interacción y clics
Media	Aumentar la recurrencia web mediante calendario editorial, enlazado interno y distribución de noticias en redes.	Usuarios recurrentes, cohortes, páginas por sesión
Continua	Aplicar criterios de accesibilidad, privacidad y protección de menores en textos, imágenes, vídeo y subtítulos.	Revisión editorial y de accesibilidad

13. Conclusión general

La comunicación digital de Asociación Valponasca en 2025 dispone de una base consolidada de visibilidad: Instagram alcanza 105.400 visualizaciones, Facebook 48.016 y la web 19.000 vistas, con 6,4 mil usuarios activos. La búsqueda orgánica es el principal origen de sesiones web y la audiencia social documentada se concentra especialmente entre los 35 y 54 años y en el entorno de León.

El principal reto no parece ser únicamente ampliar exposición, sino convertir esa visibilidad en una relación digital más profunda y medible. Esta conclusión es parcialmente inferencial: describe prioridades razonables a partir de los datos, no causas demostradas.

De cara a 2026, la prioridad debería ser integrar mejor redes y web, medir acciones de valor mediante eventos y UTMs, profesionalizar el cuadro de mando y desarrollar LinkedIn como canal institucional, manteniendo los formatos sociales que ya muestran rendimiento. El objetivo estratégico sería evolucionar desde un ecosistema centrado en alcance y difusión hacia otro capaz de demostrar recurrencia, participación, conversión e impacto comunicativo.

14. Fuentes y limitaciones

1. Google Analytics. Informe panorámico de Asociación Valponasca. Periodo: 1 de enero a 31 de diciembre de 2025.
2. Asociación Valponasca. Informe de Comunicación Digital 2025 - Valponasca. Documento interno facilitado.
3. Asociación Valponasca. Informe de Evolución en Redes Sociales 2025. Documento interno facilitado.