

EDICIÓN
2022-2023



IMPULSO LOCAL

**Programa
de apoyo al periodismo
en Argentina**

**MÁS DE 200 MEDIOS
ORIENTADOS A LA SUSTENTABILIDAD
ECONÓMICA**

PROMOVIDO
POR

ADEPA  **Meta**

ICFJ International Center
for Journalists

ÍNDICE

Qué es Impulso Local	3
Proyectos con metas de sustentabilidad	11
1. Capacitación	
2. Fondos	
3. Mentorías	
4. Acompañamiento	
5. Reconocimiento a proyectos destacados	
Proyectos destacados de Impulso Local 2022-2023	29
Equipo de Impulso Local 2022-2023	48
Medios de Impulso Local 2022-2023	54



QUÉ ES IMPULSO LOCAL

Impulso Local es un programa promovido por la **Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA)**, el **Centro Internacional para Periodistas (ICFJ)**, por sus siglas en inglés) y **Meta**. El programa nació en el 2021 con un fondo total de USD 1.000.000 y acompañamiento de mentores y permitió que 100 medios argentinos desarrollen proyectos que permitan su sustentabilidad económica.

La edición 2022-2023 de Impulso Local comenzó en octubre de 2022, con jornadas de **capacitación enfocadas en los pilares de la sustentabilidad** de las organizaciones de noticias, en las que participaron **235 medios argentinos**. En diciembre de 2022, se abrió la postulación a la **segunda etapa de Impulso Local 2022-2023** para los medios que completaron la etapa de capacitación. Para postularse, los medios debieron presentar iniciativas realizables en 6 meses, con un claro aporte a la sustentabilidad del medio. De las 150 postulaciones recibidas, **94 medios** fueron elegidos para continuar con el programa: **recibieron fondos y acompañamiento para desarrollar el proyecto postulado**.

De este modo, **Impulso Local** puso a disposición de los **94 medios** seleccionados un **fondo total de USD 1.000.000 y acompañamiento** para el desarrollo de un **proyecto de corto plazo que resultara estratégico para su sustentabilidad**, y así continuar sirviendo a sus comunidades con noticias e información de calidad.

Consultores especializados acompañaron a los participantes seleccionados en el desarrollo de los proyectos y se ofrecieron capacitaciones virtuales. La etapa de implementación de fondos y mentorías se extendió hasta octubre de 2023.

En la segunda edición de **Impulso Local**, los organizadores decidieron otorgar **apoyo económico adicional** a **20 medios** que tuvieran proyectos destacados para que continúen trabajando en iniciativas con metas claras de sustentabilidad.



SOBRE ADEPA

La Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas es una organización sin fines de lucro que agrupa a 180 empresas periodísticas de todo el país, editoras de diarios, periódicos, revistas y sitios web. Desde sus orígenes, Adepa ha desempeñado un rol activo en la defensa y promoción de la libertad de prensa, piedra fundamental del sistema democrático argentino, en el sostenimiento del periodismo profesional y en la sustentabilidad de la industria periodística.

www.adepa.org.ar

SOBRE ICFJ

El Centro Internacional para Periodistas (ICFJ, por sus siglas en inglés) empodera a una red global de periodistas para producir informes de noticias que conduzcan a mejores gobiernos, economías más fuertes, sociedades más vibrantes y vidas más saludables. Brinda a su comunidad capacitación, tutoría, becas o apoyo financiero en cinco áreas clave: periodismo de investigación, reportajes sobre temas críticos, innovación en los medios, sostenibilidad financiera y liderazgo intelectual.

www.icfj.org

SOBRE META

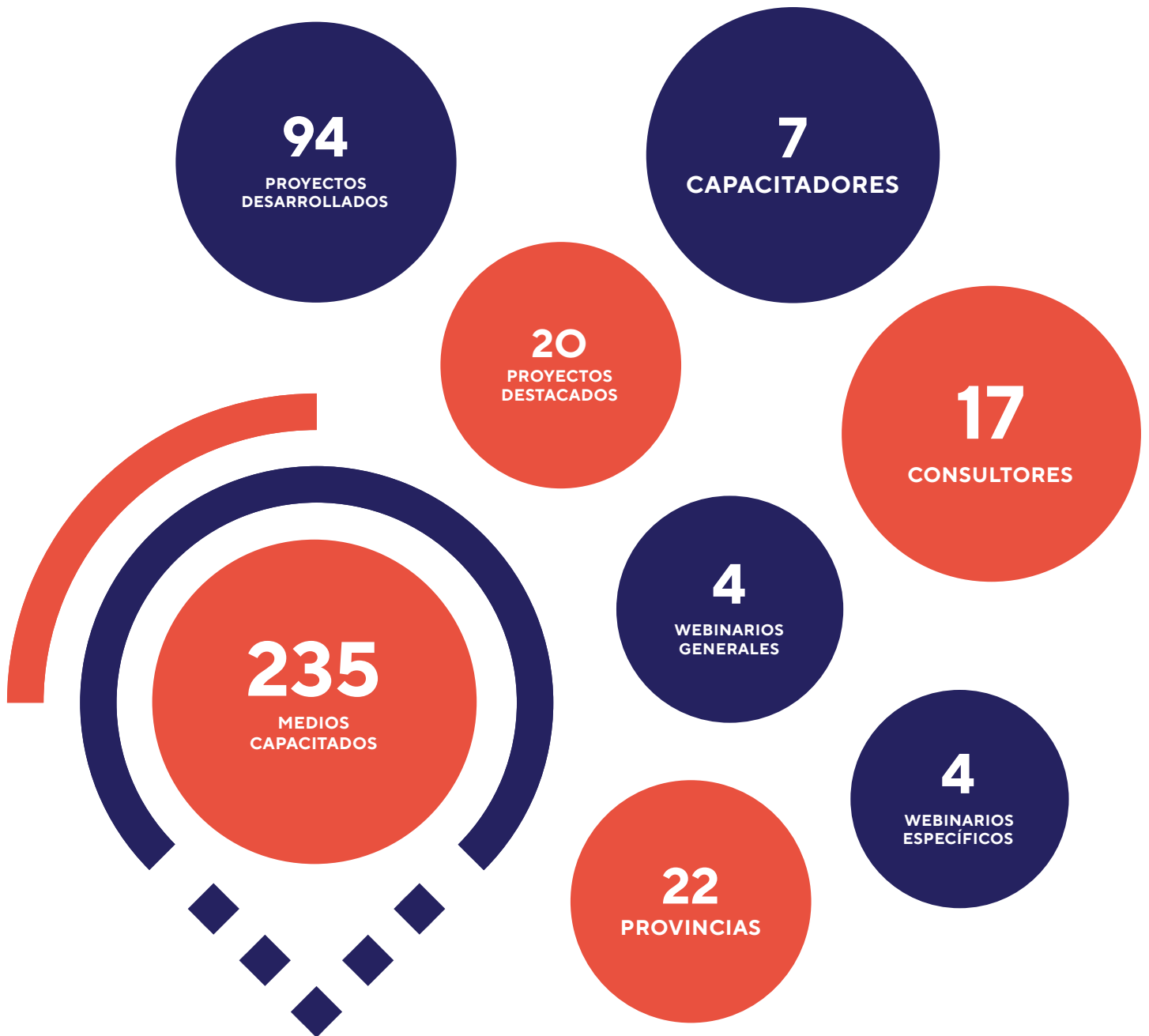
Meta colabora con medios de todo el mundo para fortalecer la conexión entre los periodistas y las comunidades para las que trabajan.

www.facebook.com/formedia

www.adepa.org.ar/impulsolocal
impulsolocal@adepa.org.ar



IMPULSO LOCAL EDICIÓN 2022-2023



USD 1.000.000

TOTALES EN FONDOS



“El programa **Impulso Local** brindó soporte a casi 100 medios argentinos para desarrollar proyectos innovadores que contribuyan a la sostenibilidad de sus modelos de negocio. Esperamos que el impacto de este programa exceda su duración, al dejar una capacidad instalada en los equipos participantes”.

Julieta Shama

Gerenta de Alianzas Estratégicas con servicios de streaming y medios regionales, Meta Latam.

“Gracias al apoyo de **Meta**, pudimos lanzar la segunda edición de **Impulso Local**. El programa aplicó los aprendizajes de la primera edición y actualizó su formato para que los medios participantes de todo el país pudieran llegar mejor a alcanzar metas de sustentabilidad con sus proyectos. **Impulso Local** ha sido una magnífica oportunidad para el ecosistema mediático argentino, y esperamos que pueda tener continuidad”.



Andrés D'Alessandro

Director ejecutivo de Adepa



“Los mejores resultados se consiguieron en los medios que comprendieron que debían trabajar en equipos multidisciplinarios desde el principio, integrando la redacción con las áreas de producto, tecnología y negocios”.

Patricio Provitina

Director senior de programas de ICFJ



PRINCIPALES IMPACTOS DE IMPULSO LOCAL 2022-2023

6 DE CADA 10

MEDIOS
REPORTARON
AVANCES DE ENTRE
83% Y 100% DE SUS
PROYECTOS

84%

CALIFICÓ A SUS
MENTORES CON LA
MÁXIMA CALIFICACIÓN
(10)

92%

DIJO QUE
APLICARÁ LO
APRENDIDO EN
SU TRABAJO
DIARIO

9 DE CADA 10

MEDIOS AFIRMARON
QUE EL PROGRAMA
OFRECIÓ EL APORTE A LA
SUSTENTABILIDAD A LARGO
PLAZO QUE ESPERABAN

93%

DE LOS
PARTICIPANTES
RECOMENDARÍAN
EL PROGRAMA A SUS
COLEGAS

81%

INDICÓ QUE LA
IMPLEMENTACIÓN DEL
PROYECTO MEJORARÁ
LA SUSTENTABILIDAD
DEL MEDIO

83%

SE MOSTRÓ MUY DE
ACUERDO CON LA
IMPORTANCIA DE BUSCAR
NUEVAS FUENTES DE
FINANCIAMIENTO TRAS SU
PARTICIPACIÓN EN EL
PROGRAMA



5 APRENDIZAJES DE IMPULSO LOCAL 2022-2023



1

PENSAR PROYECTOS QUE GENEREN INGRESOS

El proyecto debe tener desde su planificación una meta de ingresos clara.



2

SUMAR A TODO EL EQUIPO DESDE EL INICIO

Los medios que trabajan con equipos interdisciplinarios (contenidos, producto, tecnología, comercial, diseño) obtienen mejores resultados.



3

ASIGNAR UN RESPONSABLE DE PROYECTO

Un claro liderazgo permite que el proyecto avance en tiempo y forma. Que haya una persona encargada de seguir las fechas y las entregas acordadas es crucial.



4

CONTAR CON EL RESPALDO DE LA GERENCIA

Es fundamental el apoyo de la dirección del medio para destrabar decisiones y avanzar.



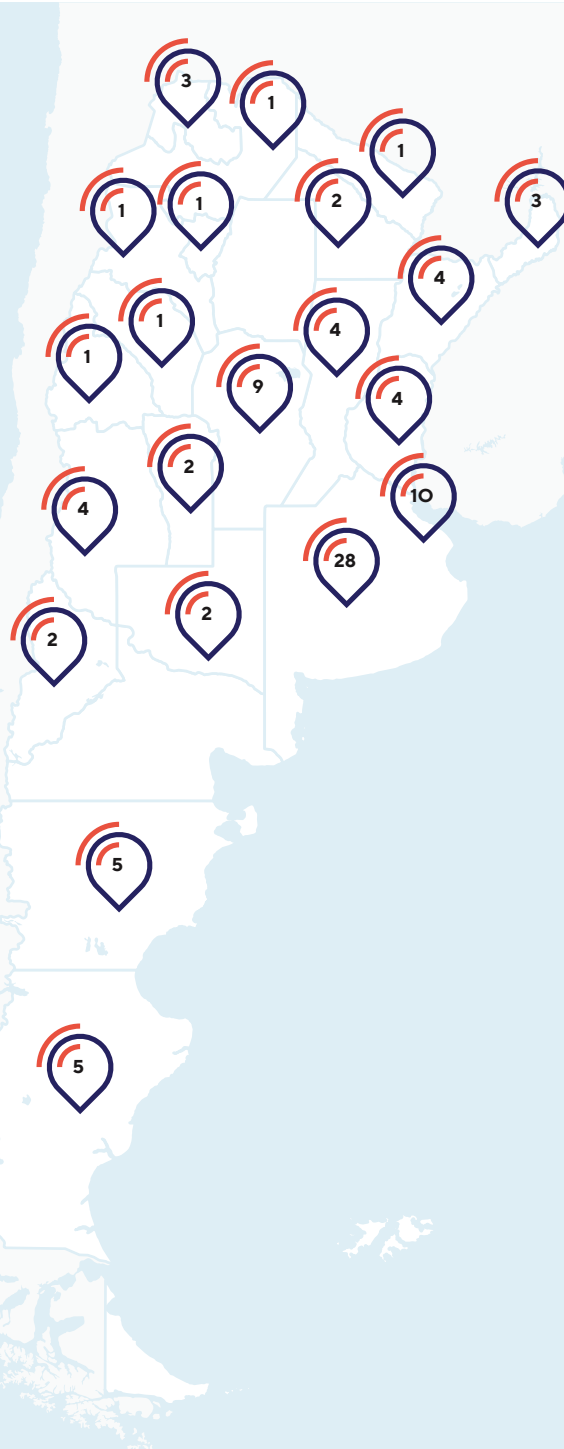
5

SEGUIR EL CALENDARIO Y EL PRESUPUESTO

El control de los plazos y de los fondos son condiciones sine qua non para concluir los proyectos.



DISTRIBUCIÓN DE MEDIOS POR PROVINCIA



Ver la lista de todos los medios seleccionados en la edición 2022-2023 de **Impulso Local** en la **página 54**.



Impulso local es el inicio de *Ruido* en su consolidación como medio periodístico con una misión clara (periodismo de investigación contra la corrupción), como estructura preparada para planificar a largo plazo la sustentabilidad y como equipo decidido a encarar proyectos que incluso excedan la geografía nacional.

RUIDO
CÓRDOBA





PROYECTOS CON METAS DE SUSTENTABILIDAD

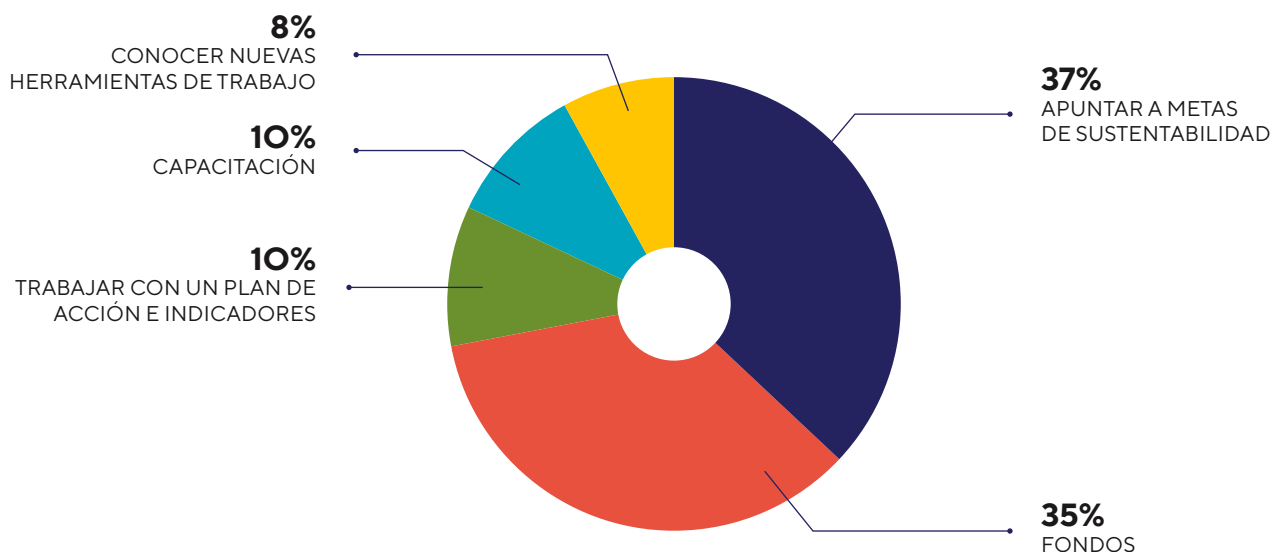
En la segunda edición de **Impulso Local**, se incorporaron los aprendizajes de la primera edición para que los medios contaran con las herramientas para pensar y desarrollar proyectos con objetivos claros y bien definidos de sustentabilidad económica.

En el contexto actual de los medios del mundo, y argentinos, en particular, la supervivencia es un desafío extendido en el ecosistema mediático. Por eso, **Impulso Local** nació en 2021 para acompañar a los medios argentinos a enfrentar mejor ese desafío.

Fue así que el programa preparó en la edición 2022-2023 a los 235 medios que ingresaron a la **etapa 1 (capacitación)** para que pensarán proyectos con metas de sustentabilidad. De hecho, el principal criterio de selección de los medios que pasarían a la **etapa 2 (fondos y acompañamiento)** fue el aporte que la iniciativa postulada podría hacer a la sustentabilidad económica del medio.

Justamente **“apuntar a metas de sustentabilidad” fue considerado por la mayoría de los medios más pequeños** (con hasta 10 empleados registrados en la AFIP) que pasaron a la etapa 2 **el aporte más valioso de Impulso Local (37%)**, incluso más que los fondos aportados por el programa (35%).

¿CUÁL FUE EL APOORTE MÁS VALIOSO QUE IMPULSO LOCAL LE DIO A TU MEDIO Y A TU EQUIPO DE TRABAJO?



Fuente: Encuesta a medios de categoría 5 al finalizar el programa, ADEPA.



Impulso Local fue un hermoso desafío y, al mismo tiempo, un motor para la innovación y el progreso en nuestro medio, tanto a nivel interno como externo.

LA VOZ DE SAN JUSTO
CÓRDOBA

1. CAPACITACIÓN



Para que los medios estuvieran en condiciones de presentar proyectos bien elaborados, **Impulso Local** les ofreció una primera etapa de capacitación. Los medios argentinos que cumplieran con los [requisitos del programa](#) podían postularse para participar en esa primera etapa. Así, 235 medios de todo el país participaron en webinarios con especialistas en las áreas indispensables para armar un proyecto: desde pensar en sustentabilidad hasta armar un presupuesto.

WEBINARIOS PARA MEDIOS PARTICIPANTES EN LA ETAPA 1 DE IMPULSO LOCAL



MODELOS Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Ismael Nafría (España)

Periodista, escritor, consultor, profesor y conferenciante especializado en medios digitales. Autor de la newsletter *Tendenci@s* y de los libros *Clarín, actualizado (2023)* y *La reinención de The New York Times (2017)*, entre otros. Ha sido director de la revista *National Geographic España*, director editorial de la Universidad Internacional de La Rioja y ha trabajado en puestos de dirección digital en los grupos Prisa y Godó. Fue “periodista en residencia” en el Knight Center for Journalism in the Americas de la Universidad de Texas en Austin (curso 2016-17).



PENSAR EN SUSTENTABILIDAD

Lisa Heyamoto (EE.UU.)

Actualmente, Lisa es directora de enseñanza y aprendizaje de LION Publishers. Ayuda a los miembros de LION a alcanzar la sustentabilidad mediante el diseño y la supervisión de la creación de programas de capacitación, oportunidades de capacitación/ consultoría y recursos prácticos que ayudan a las empresas de noticias a ser más resilientes operativamente, financieramente saludables y periodísticamente impactantes. Anteriormente, fue docente de periodismo y coordinadora de programas en la Universidad de Oregón y reportera en *The Seattle Times* y *The Sacramento Bee*.



PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y ADMINISTRACIÓN DE FONDOS

Melanie Pragier Plat (Argentina)

Consultora especializada en finanzas, contabilidad corporativa y sociedad civil. Comenzó su carrera en estudios contables analizando la contabilidad, costos y realizando proyecciones financieras de empresas. Fue directora de finanzas de SembraMedia y es coautora de "Perder el miedo a los números: guía de finanzas para medios". Actualmente, es capacitadora y consultora en finanzas para empresas, medios y organizaciones de la sociedad civil.



DESARROLLO DE AUDIENCIAS

María Noel Scanarotti (Argentina)

Periodista. Actualmente, forma parte del equipo de audiencias, suscripciones y marketing de Clarín. Con más de 15 años de experiencia en liderazgo de gestión de contenido y producto, en los últimos años se dedicó al estudio de las audiencias. Da talleres y participa de seminarios. Cursó la maestría en Periodismo de la Universidad de San Andrés y la de Gestión de la Comunicación en las Organizaciones en la Universidad Austral. Fue consultora y mentora en programas que ayudaron a medios digitales a encontrar y a desarrollar modelos de negocios sustentables. Trabajó en *Infobae* como jefa de audiencias y fue editora en *Redacción*.



GESTIÓN DE EQUIPOS Y LIDERAZGOS

María Claudia Gnecco (Colombia)

María Claudia es consultora especializada en búsqueda y detección de talento con foco en transformación digital, inclusión y diversidad. Actualmente, es *VP Global Talent & Culture* para MAS Global Consulting. Anteriormente, fue Gerente General Grupo ConTacto de Colombia. Fue Founder & Managing Director de VML. Entre otros roles, fue coordinadora de comunicación de la Presidencia de la República de Colombia en 1991. Tiene estudios de Psicología y Comunicación social por la Pontificia Universidad Javeriana y posgrado en *Project management* por la misma universidad.



GESTIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS

Samanta Leguizamón (Argentina)

Comunicadora con experiencia en *project management* y liderazgo de equipos. Actualmente, es program manager de News Product Alliance. Fue cocreadora de la Incubadora de Liderazgo para Chicas Poderosas, un programa que capacitó a 75 medios de comunicación en transformación de dinámicas de trabajo. Se desempeñó como *communications manager* para la misma organización liderando la comunicación de distintos programas de América Latina como “Los derechos no se aíslan”. Trabajó en la redacción de *Somos Jujuy* y fue docente en la diplomatura de Periodismo Digital de la Universidad Nacional de Jujuy. Samanta es especialista en periodismo digital por la Universidad Pompeu Fabra.



PRODUCTO E INNOVACIÓN

Luciana Cardoso (Brasil)

Actualmente, es consultora y capacitadora en el área de producto. Es, además, vicepresidente de la Junta Directiva de News Product Alliance. Anteriormente, fue gerente Senior de Producto en *Quartz*, una publicación estadounidense, siendo la responsable de la innovación de productos y la experiencia del usuario. Previamente, fue *product manager* de *Estadão* y lideró la transformación digital de la empresa: creó el área de producto y fue responsable del equipo de estrategias digitales. Inició su carrera en IBM como *project manager* para América Latina, empresa en la que permaneció durante 10 años.



POSTULACIÓN A LA ETAPA 2 DE IMPULSO LOCAL

Al finalizar la capacitación, los medios estaban en condiciones de postular un proyecto con metas de sustentabilidad. Para armar el proyecto, debían utilizar la plantilla desarrollada por **Impulso Local** en la primera edición, una herramienta que muchos medios incorporaron a su dinámica de trabajo.

El formato de armado de proyectos de **Impulso Local** contempla un **plan detallado de acciones** para cada uno de los seis meses de ejecución del proyecto, un **presupuesto** ajustado a los fondos asignados según categoría del medio e **indicadores de éxito**. Para la segunda edición del programa, se hizo hincapié en que los indicadores (KPI, *Key Performance Indicators*) debían ser muy específicos en cuanto a la sustentabilidad que permitirían alcanzar.

PLANTILLA PARA ARMADO DE PROYECTO



Plan de acción



Indicadores de éxito



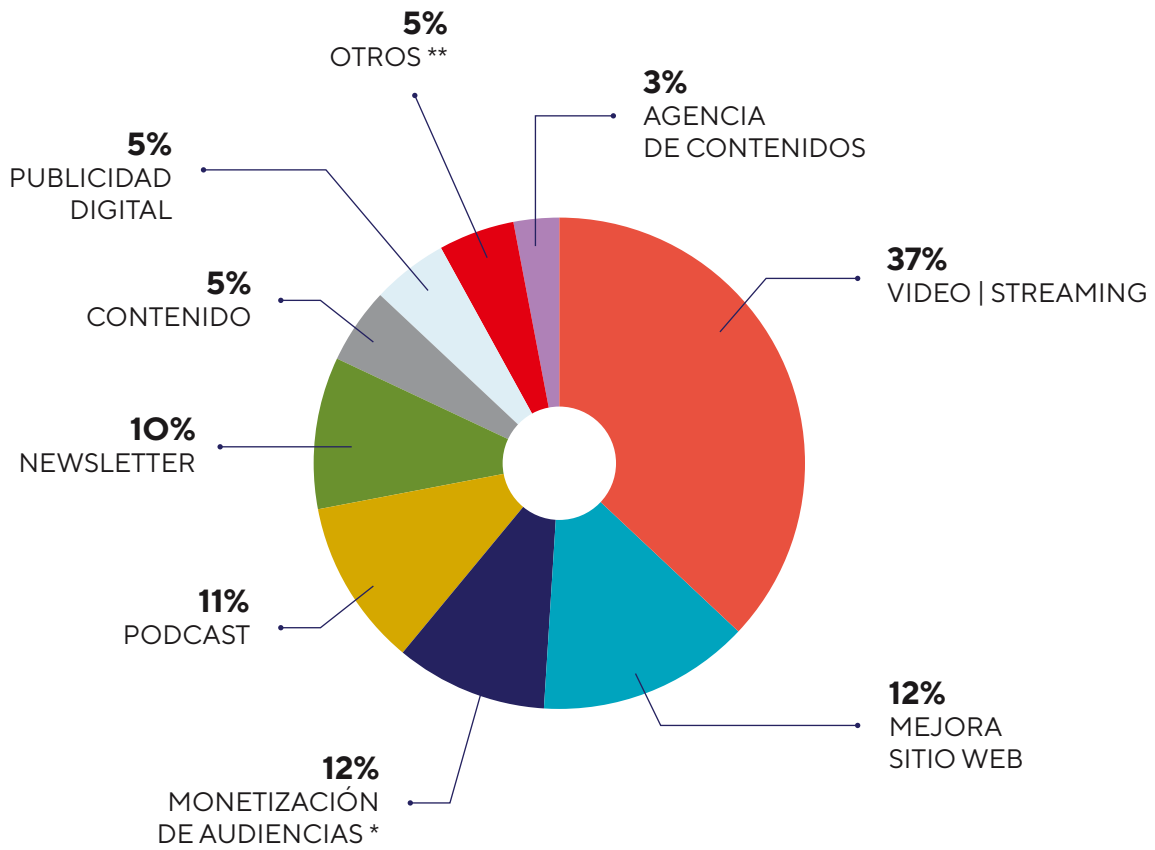
Presupuesto

[Descargar](#) plantilla para armado de proyecto.

Del total de medios elegidos para la etapa 1 (235), 150 cumplieron los requisitos de asistencia a webinarios que les permitieron postular iniciativas. De ellos, **94 medios fueron elegidos para pasar a la etapa 2 del programa** donde recibieron fondos y acompañamiento para desarrollar los proyectos postulados.



DISTRIBUCIÓN DE PROYECTOS POR ÁREAS TEMÁTICAS



* Suscripción, membresía, registro, clubes.

** Cursos, IA, marketplace, SEO, transformación digital.



Para *Feminacida*, esta edición de **Impulso Local** ha tenido un impacto significativo en la evolución de nuestro medio, ya que nos permitió la oportunidad de presentar nuestras noticias y contenido gratuito de manera más accesible y comprensible para nuestro público. Y, en términos de generación de ingresos y sustentabilidad a largo plazo, hemos podido diversificar nuestros servicios y ofrecer opciones de suscripción y publicidad más claras y efectivas; lo que nos permitirá hacer de nuestro trabajo algo sustentable.

FEMINACIDA

CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES





2. FONDOS

Para desarrollar los proyectos postulados, los medios recibieron fondos de acuerdo a la cantidad de empleados en relación de dependencia. De este modo, **Meta** asignó un **fondo total de USD 839.000** que se distribuyó, según la categoría, entre los 94 medios que pasaron a la etapa 2 de Impulso Local.

CATEGORÍA	MONTO	MEDIOS	SUBTOTAL
1	USD 25.000 *	6	USD 150.000 *
2	USD 20.000 *	5	USD 100.000 *
3	USD 15.000 *	12	USD 180.000 *
4	USD 8.000 *	18	USD 144.000 *
5	USD 5.000 *	53	USD 265.000 *
TOTAL		94	USD 839.000 *

* O su equivalente en pesos, según la cotización del dólar del Banco Nación de la República Argentina.

DESTINO DE LOS FONDOS

Los fondos debían destinarse enteramente a la ejecución del proyecto propuesto. Los presupuestos de los medios incluían, por ejemplo:

- Desarrollo e implementación de modelos de suscripción, membresía o registro de usuarios.
- Investigación de audiencia.
- Compra de equipamiento.
- Capacitación del equipo.
- Consultorías.
- Diseño y desarrollo web.
- Campañas de publicidad (específicas para el proyecto).



3. MENTORÍAS

Los medios de las categorías más altas (1, 2, 3 y 4) contaron con mentorías a lo largo de todo el programa. Estos espacios 1 a 1 con un mentor/a permitieron un seguimiento personalizado de los proyectos que recibieron los fondos más grandes y que tenían iniciativas más ambiciosas.

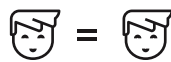
La frecuencia de las mentorías se determinó en base a la cantidad de empleados de cada medio, ya que las mentorías demandan un compromiso de tiempo que los medios más pequeños no pueden asumir porque su personal está abocado a otras tareas. Así, los equipos más grandes (categorías 1 y 2) tuvieron más encuentros con su mentor/a: 2 encuentros por mes, 12 encuentros en total. Mientras que los medios de categorías 3 y 4 tuvieron 1 sesión de mentoría por mes (6 en total).

MENTORÍAS

MEDIOS DE CATEGORÍA 1 Y 2



12 ENCUENTROS

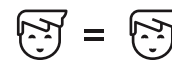


1:1 CON MENTOR/A

MEDIOS DE CATEGORÍA 3 Y 4



6 ENCUENTROS



1:1 CON MENTOR/A

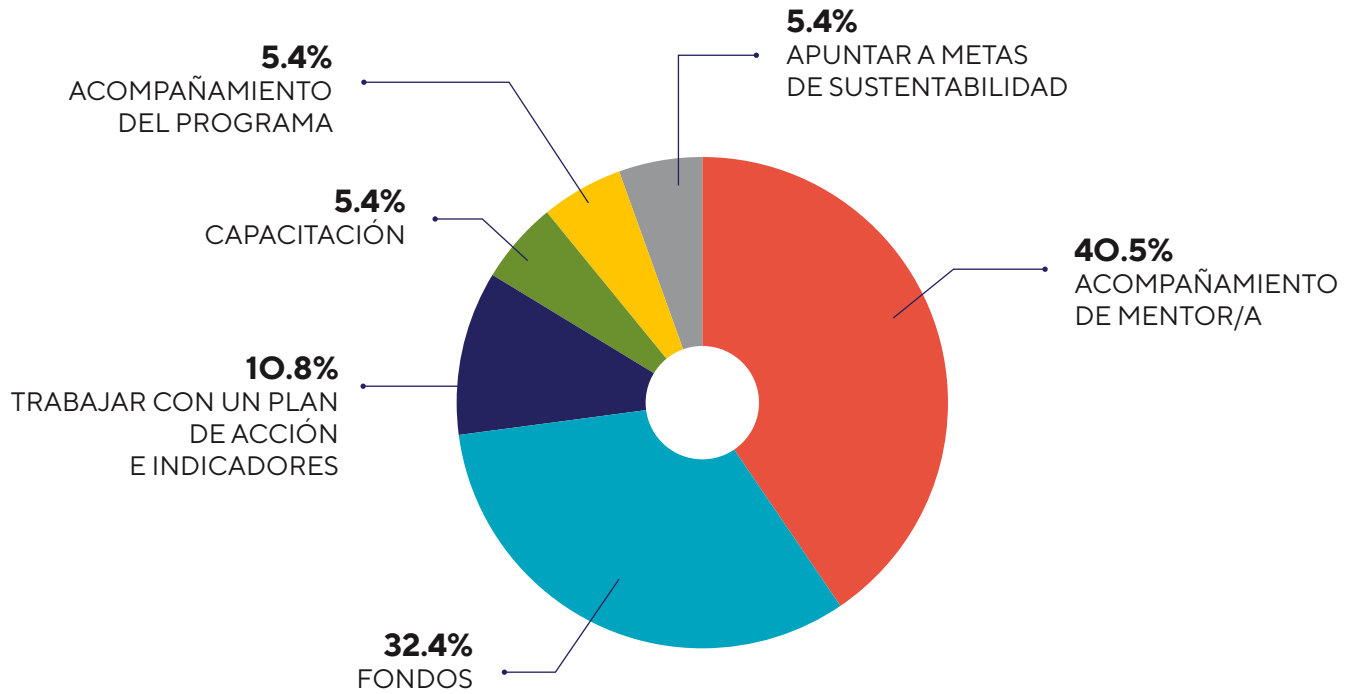
MENTORES

Afortunadamente, **Impulso Local** pudo ofrecer a sus medios el acompañamiento de profesionales destacados en la industria digital de medios de Argentina. Que cada medio tuviera un/a mentor/a con experiencia laboral y reconocimiento en el área de su proyecto fue una oportunidad inigualable. **Diecisiete mentores** con *expertise* ya sea en podcast, productos audiovisuales, newsletters, monetización, audiencias, estrategia digital acompañaron a los **43 medios** de las categorías 1, 2, 3 y 4 (ver mentores en *pág. 48*)

Como sucedió en la primera edición de **Impulso Local**, **los medios que recibieron mentorías consideran que ese es el aporte principal del programa**, incluso más importante que los fondos.



¿CUÁL FUE EL APORTE MÁS VALIOSO QUE IMPULSO LOCAL LE DIO A TU MEDIO Y A TU EQUIPO DE TRABAJO?





Impulso Local fue una inmersión total en aprendizaje multidisciplinario y alineado a la sustentabilidad del medio (y la industria).

EL ECO DE TANDIL

PROVINCIA DE BUENOS AIRES





4. ACOMPAÑAMIENTO

Impulso Local diseñó un esquema de webinarios para acompañar a todos los medios que pasaron a la etapa 2 del programa a lo largo de los 6 meses de ejecución de sus proyectos. Los temas de los webinarios se decidieron a partir de las necesidades de los medios participantes y según la etapa de implementación de los desarrollos. Los webinarios fueron dictados por **DosUnos**, empresa que coordinó las mentorías, y por los directores del programa: Andrea Schulte (Adepa) y Juan Simo (ICFJ).

Tal como lo organizó el programa, los 94 medios que recibieron fondos en la segunda edición de **Impulso Local** tuvieron instancias grupales de acompañamiento. La invitación era para todos los integrantes del equipo que quisieran sumarse, para que el aprendizaje derrame en toda la organización.

WEBINARIOS GENERALES

Todos los medios de la segunda etapa de **Impulso Local** participaron en capacitaciones grupales online:

INDICADORES Y MÉTRICAS

Para la mayoría de los medios, el trabajo con indicadores (KPI, *Key Performance Indicator*) no es habitual y les resulta difícil elegir cómo medirán el éxito de sus proyectos. Por eso, comenzamos los webinarios para los medios que recibieron fondos con este tema.

ESTRATEGIA COMERCIAL

Para los medios grandes, el desafío es pensar nuevas formas de monetizar los contenidos. Si bien tienen equipos comerciales, muchos siguen pensando en venta de publicidad tradicional. Los medios pequeños, por su parte, no tienen área comercial, tampoco experiencia en ventas y en localidades pequeñas, les cuesta encontrar personas que puedan asumir esa tarea.

MONETIZACIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES

La mayor parte de los proyectos de **Impulso Local** (37%) fueron de video o streaming. Los medios, incluso los televisivos de origen, deben pensar en alternativas para generar ingresos a partir de esos contenidos.



LANZAMIENTO DE PRODUCTO

Ya cercanos al cierre de los proyectos, fue pertinente ayudar a los medios a planificar cómo contarían a sus audiencias los nuevos lanzamientos. Paradójicamente, los medios de comunicación, como ellos mismos reconocen, no siempre comunican bien lo que hacen. Por eso, este webinar.

WEBINARIOS ESPECÍFICOS

Para los medios más pequeños (hasta 10 empleados registrados en la AFIP), la modalidad de acompañamiento fue grupal. Se trata de medios que en muchos casos son unipersonales, no tienen tiempo para dedicar a mentorías y tampoco tienen espacios donde compartir con colegas. Por eso, los webinarios específicos para esta categoría cumplieron una doble función: poca carga horaria y un ámbito para conocer los aprendizajes y las dificultades de otros medios en el desarrollo de sus proyectos.

Se organizaron 4 webinarios específicos para los medios de categoría 5. Los tres primeros fueron de seguimiento de proyectos y el cuarto para armado del informe final.

WEBINARIOS DE ETAPA 2

TODOS LOS MEDIOS

4 WEBINARIOS
GENERALES

MEDIOS DE CATEGORÍA 5

4 WEBINARIOS
ESPECÍFICOS





Esta edición de **Impulso Local** fue, para nuestro medio, sinónimo de innovación, trabajo en equipo e integración para lograr un salto de calidad en nuestros productos y dar el primer paso en el camino hacia un nuevo modelo de negocios.

RADIO SAN FRANCISCO
CÓRDOBA





5. RECONOCIMIENTO A PROYECTOS DESTACADOS



Al igual que en la primera edición de **Impulso Local**, Meta asignó un fondo total de USD 1.000.000 para que medios argentinos desarrollaran proyectos de sustentabilidad económica. De ese total, **USD 839.000** se distribuyeron, según la categoría, entre los **94 medios que pasaron a la etapa 2 de Impulso Local**. Los restantes **USD 161.000** fueron destinados a reconocer a **20 proyectos destacados** de la segunda edición del programa, para que puedan seguir trabajando en iniciativas de sustentabilidad.

Para elegir a los medios que recibirían apoyo económico adicional, se consideraron a los que hubieran completado en tiempo y forma sus proyectos, según los siguientes criterios:

- Compromiso de los medios (dirección, líder de proyecto, equipo).
- Calidad de la planificación e implementación de los proyectos.
- Resultados y aprendizajes obtenidos.

Los montos de los fondos extras fueron asignados según la categoría de los medios:

FONDOS EXTRAS A PROYECTOS DESTACADOS

CATEGORÍA	MONTO	MEDIOS	BONO
1	USD 36.000 *	2	USD 18.000 *
2	USD 45.000 *	3	USD 15.000 *
3	USD 30.000 *	3	USD 10.000 *
4	USD 35.000 *	7	USD 5.000 *
5	USD 15.000 *	5	USD 3.000 *
TOTAL	USD 161.000 *	20	

* O su equivalente en pesos, según la cotización del dólar del Banco Nación de la República Argentina.



Lo más valorable fue la metodología de puesta en marcha de los proyectos, es decir, tanto el formato del plan de acciones conciso e indicadores con objetivos claros, como el acompañamiento de la mentora y los webinaros para poder encarar cada hito del plan de acciones. Modelo que tomamos para encarar otros proyectos.

MISIONES ONLINE

MISIONES





PROYECTOS DESTACADOS DE IMPULSO LOCAL 2022-2023

ADNSUR

www.adnsur.com.ar

LA ARENA

www.laarena.com.ar

TODO JUJUY

www.todojujuy.com

WINFO SANTA CRUZ

www.winfo.ar

IRE-INFORMACIÓN REGIONAL

www.informacionregional.com.ar

ADNSUR

www.adnsur.com.ar

Qué proyecto postularon

Crear un vertical 360° de gastronomía.

Qué acompañamiento les brindó el programa

- Capacitaciones y webinarios generales.
- Encuentros 1:1 con su mentora, Cecilia Bazán.

Qué hicieron

- Desarrollo de concepto e identidad gráfica de la marca “Ñam. Todo muy rico”.
- Incorporación de creadores para la generación de contenidos.
- Encuesta a la audiencia de ADNSUR.
- Media kit para la marca, con formatos y eventos.
- Publicación de contenido en webstories y en redes sociales.
- Evento de lanzamiento.

Impulsar y monetizar la cobertura de la gastronomía patagónica

“Ñam. Todo muy rico” es el proyecto 360° que lanzó *ADNSUR* en la región patagónica, con la generación de contenidos en plataformas sociales, eventos y experiencias para su audiencia. La iniciativa cuenta con la participación de creadores de contenidos locales y ofrece a los anunciantes distintos formatos audiovisuales.

El medio exploró con éxito distintas iniciativas de monetización: contenido patrocinado, sorteos y coberturas en vivo; eventos propios y de terceros, con coberturas monetizadas; y un sistema de membresía mensual para anunciantes que quieren garantizarse el servicio de contenido.





Redescubrimos nuestro potencial para crear marcas y experiencias vinculantes con nuestra audiencia y nuevas audiencias. Aprendimos a crear los productos estrictamente necesarios y a enfocar las acciones para hacerlos crecer de forma sostenida.

ADNSur
Chubut

INDICADORES DE ÉXITO

59

DE CONTENIDOS
EN REDES

72%

DE CONTENIDOS
MONETIZADOS

3.5 millones

VISUALIZACIONES

101.603

INTERACCIONES



LA ARENA

www.laarena.com.ar



Qué proyecto postularon

Transformación digital de los canales publicitarios y comerciales. Mejoras de CMS y sitio web.

Qué acompañamiento les brindó el programa

- Capacitaciones y webinaros generales.
- Encuentros 1:1 con su mentor, Gastón Serralta.

Qué hicieron

- **Canales de venta:** implementación de servicios de gestión de publicidad digital, integración con redes programáticas y desarrollo de marketplace para avisos clasificados y cuentas corrientes.
- **Producto:** lanzamiento del formato *live blog posting* para cobertura en tiempo real. Recirculación de noticias *evergreen* con una aplicación de IA para redes sociales. Integración y automatización de newsletters.
- **Seguridad digital:** desarrollo de la infraestructura de backup y estrategias para crecer en ciberseguridad.

IMPULSO PARA VARIAS LÍNEAS DE TRABAJO

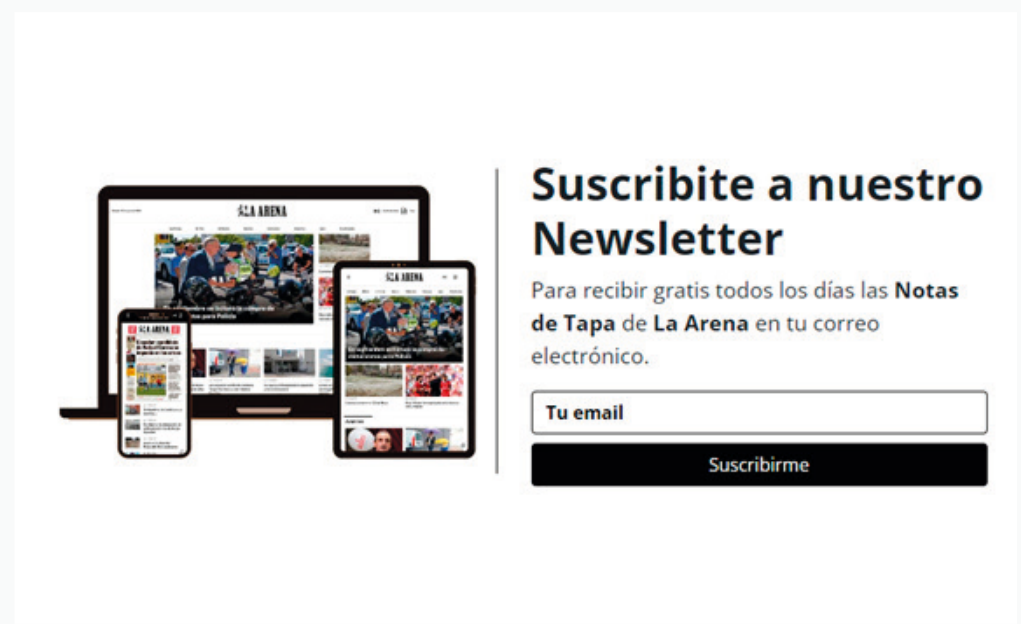
La Arena postuló un proyecto integral para desarrollar en el marco de **Impulso Local**. Por un lado, implementó acciones para transformar digitalmente los canales de venta de clasificados y la gestión de cuentas corrientes de los anunciantes. También reformuló la ubicación de formatos publicitarios de alto impacto en el sitio y renovó su media kit.

Además, se incorporaron seis redes de venta publicitaria programática para

impulsar los ingresos por esos canales. El producto editorial se reforzó a través de dos newsletters parcialmente automatizados, integrados al CMS y con recursos para atraer nuevos suscriptores, como landing page y llamados a la acción. Hubo además mejoras en el proceso para potenciar la recirculación de contenido *evergreen*.

Finalmente, se realizaron inversiones y cambios en la infraestructura para crecer en seguridad para el resguardo de los bienes digitales del medio.

Newsletters.



Suscribite a nuestro Newsletter

Para recibir gratis todos los días las **Notas de Tapa** de **La Arena** en tu correo electrónico.

Tu email

Suscribirme



El trabajo entre las áreas comercial y técnica permitió que el marketplace desplegado para la venta online sea muy eficiente, y constituya la base de una estrategia comercial de transformación digital de la venta.

La Arena
La Pampa

INDICADORES DE ÉXITO

8

FORMATOS
PUBLICITARIOS NUEVOS
DE ALTO IMPACTO

7

REDES
NUEVAS DE PUBLICIDAD
PROGRAMÁTICA

+51%

INGRESO
POR PUBLICIDAD
PROGRAMÁTICA

+125%

SUSCRIPCIÓN
A NEWSLETTERS



TODO JUJUY

www.todojujuy.com



Qué proyecto postularon

Incorporación de IA en los procesos de generación de contenido.

Qué acompañamiento les brindó el programa

- Capacitaciones y webinaros generales.
- Encuentros 1:1 con su mentor, Álvaro Liuzzi.

Qué hicieron

Gracias a los fondos y el acompañamiento del mentor, *Todo Jujuy* pudo completar varios procesos:

- Investigación de software de inteligencia artificial para potenciar la innovación en productos digitales.
- Integración técnica del software al CMS y los proveedores de datos para la generación semiautomatizada de artículos deportivos.
- Definición de un manual de estilo para la producción de contenidos digitales automatizados.
- Capacitación para la integración de contenidos automatizados al trabajo editorial.

CONTENIDOS AUTOMATIZADOS

Todo Jujuy apostó por integrar la Inteligencia Artificial en sus procesos productivos. Para ello, acompañado por su mentor, tuvo que investigar las herramientas disponibles y posibilidades técnicas y abrir la exploración y la discusión a su sala de redacción. Incluso elaboró [una declaración pública de uso de Inteligencia Artificial](#), que la audiencia puede revisar en su sitio web. Allí se lee: “El empleo de herramientas con este tipo de tecnología nos permitirá agilizar procesos internos de nuestra sala de redacción (...) Todo bajo un procedimiento de implementación y verificación responsable, en concordancia

con los estándares éticos y periodísticos que *Todo Jujuy* defendió desde su inicio”.

Las principales aplicaciones que se lograron en el marco de **Impulso Local** fue la automatización parcial de los contenidos deportivos, que cuentan con una integración técnica entre las fuentes de datos y la plataforma de publicación web del medio. Además, la redacción emplea herramientas de IA para desgrabar entrevistas del canal de televisión propio, mejorar la redacción de algunos textos o sugerir publicaciones alternativas para redes sociales; siempre con supervisión humana.

IA en contenido deportivo.

Deportes



Fútbol - Argentina - Primera Nacional Argentina - Primera Nacional: Aldosivi vs Deportivo Maipú Zona B - Fecha 33

5/10/2023 | 02:22



Fútbol - Argentina - Primera Nacional Argentina - Primera Nacional: Chacarita vs Estudiantes (BA) Zona B - Fecha 33

5/10/2023 | 02:21



Fútbol - Argentina - Primera Nacional Argentina - Primera Nacional: Mitre (SE) vs Atlético Rafaela Zona B - Fecha 33

5/10/2023 | 02:21



Fútbol - Argentina - Primera Nacional Por la fecha 33 de la zona B, Atlanta recibirá a Quilmes

5/10/2023 | 02:20



El principal impacto fue la apertura de un espacio que nos permitiera conocer y probar herramientas y la optimización y los cambios en los procesos de trabajo, con lo que alcanzamos una producción de contenidos que anteriormente no podíamos contemplar dentro de nuestra cobertura cotidiana.

Todo Jujuy
Jujuy

INDICADORES DE ÉXITO

550

NOTAS AUTOMATIZADAS
PUBLICADAS

7

PERIODISTAS
QUE USAN IA

6

CAPACITACIONES

15

PERSONAS
CAPACITADAS



WINFO SANTA CRUZ

www.winfo.ar



Qué proyecto postularon

Lanzar un portal vertical de turismo sobre El Calafate con versiones en español, portugués e inglés.

Qué acompañamiento les brindó el programa

- Capacitaciones y webinars generales.
- Webinars específicos.

Qué hicieron

- Contenido en tres idiomas sobre turismo de El Calafate.
- Diseño y lanzamiento del portal.
- Generación de contenido patrocinado.
- Media kit.
- Newsletter.
- Evento de lanzamiento.



PORTAL TURÍSTICO MONETIZABLE

El equipo de *Winfo Santa Cruz* ideó a un proyecto que saliera del foco exclusivo de periodismo local con el que nació el medio y apostó a un producto que pueda monetizar a partir de la combinación de contenido e información sobre el turismo en El Calafate.

Se conformó un equipo que trabajó en forma híbrida (El Calafate, Río Gallegos,

Buenos Aires y Córdoba) y se lanzó el portal *Let's Calafate*, que se puede leer en español, inglés y portugués (las traducciones fueron realizadas por personas, al descartarse las pruebas efectuadas con Inteligencia Artificial).

El vertical incluye sus propias redes sociales, contenido patrocinado, publicidad por banners y un newsletter automatizado.

Vertical de turismo.





Let's Calafate es más que un vertical. Es una nueva forma de concebir y percibir una ciudad, explotando sus mejores virtudes a través de contenidos de alta calidad y desarrollando un nuevo estilo de marketing del segundo destino del turismo internacional en Argentina.

Winfo Santa Cruz
Santa Cruz

INDICADORES DE ÉXITO

10
AUSPICIANTES

50
REELS
EN INSTAGRAM

20.500
REPRODUCCIONES
DE VIDEO
EN REELS

50
ARTÍCULOS
EN EL PORTAL



IRE INFORMACIÓN REGIONAL

www.informacionregional.com.ar



Qué proyecto postularon

Creer en cobertura audiovisual para el desarrollo de nuevas audiencias y la generación de productos monetizables.

Qué acompañamiento les brindó el programa

- Capacitaciones y webinars generales.
- Webinars específicos.

Qué hicieron

- Compra de equipamiento.
- Definición de estética y formatos audiovisuales.
- Capacitación en realización y edición audiovisual.
- Redacción de manual de estilo.
- Mejora del sitio web.
- Media kit.

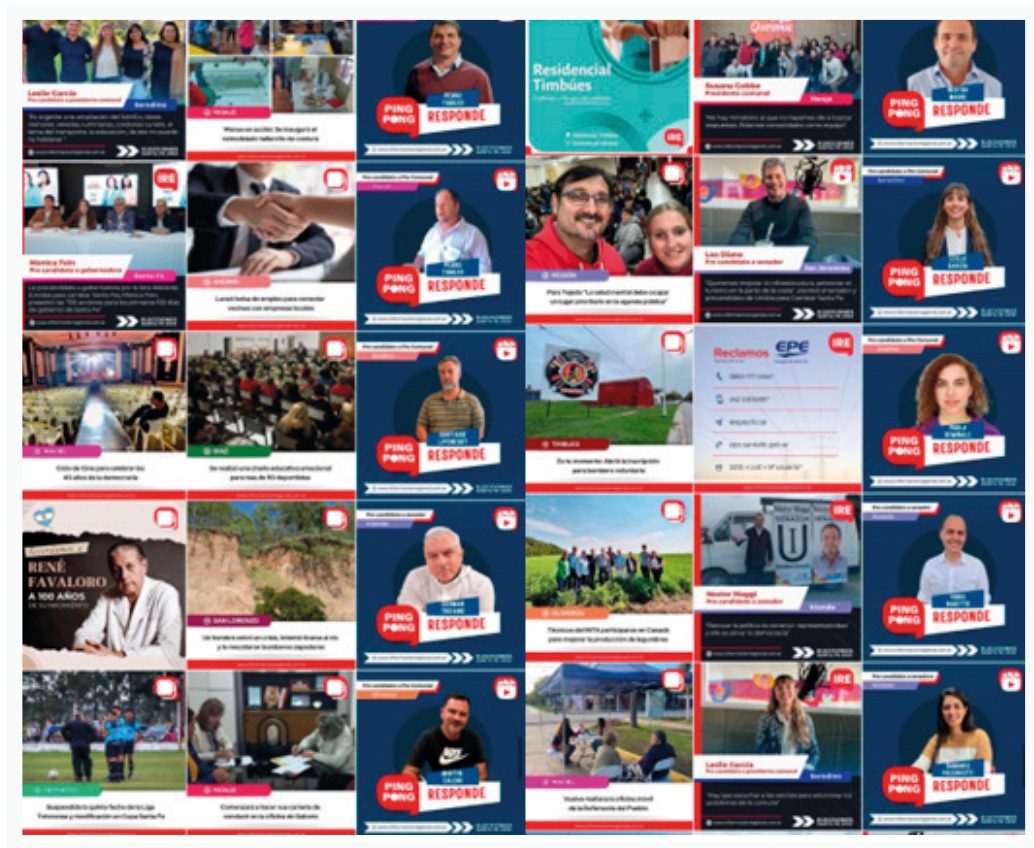


TRABAJO CONJUNTO DE CONTENIDOS Y COMERCIAL

El equipo de IRE revisó sus procesos de generación de contenido y los adaptó para incluir la oferta audiovisual en la cobertura hiperlocal que llevan a cabo en ciudades del interior de Santa Fe. Realizaron

capacitaciones para potenciar la realización y edición de contenidos y generaron vínculos con las áreas comerciales para detectar oportunidades para otros productos.

Ping pong de candidatos.





Aprendimos a proponer contenidos con perspectiva de monetización, creamos una nueva plataforma de ventas con un media kit adaptado e integramos áreas que estaban completamente desvinculadas.

IRE-Información Regional
Santa Fe

INDICADORES DE ÉXITO

+438%

REPRODUCCIONES
DE VIDEOS EN REDES
SOCIALES

+238%

ALCANCE
EN INSTAGRAM

+42%

ALCANCE
EN FACEBOOK

+40%

VISITAS
EN EL SITIO



OTROS PROYECTOS DESTACADOS

LA MAÑANA DE NEUQUÉN

www.lmneuquen.com

QUÉ HICIERON

Desarrollo de siete juegos para fidelizar usuarios del sitio, con sistema de registro. Una landing agrupa los juegos y muestra un ranking de usuarios. Incluye manual de marca y campaña de marketing. También se confeccionó un media kit para la venta publicitaria.

CRÓNICA

www.cronica.com.ar

QUÉ HICIERON

Lanzamiento de “Junto al pueblo solidario”, una plataforma en la que la audiencia hace aportes económicos para campañas benéficas. Incluye el registro de usuarios y la pasarela de pagos, además de la cobertura periodística de las historias solidarias. La *landing page* tiene patrocinio.

EL TERRITORIO

www.elterritorio.com.ar

QUÉ HICIERON

Armado de un estudio audiovisual y lanzamiento de streaming periodístico para audiencias jóvenes. La monetización se hace a través de sponsors. El mayor impacto de audiencia se logró en la distribución posterior de clips audiovisuales en las redes sociales del medio.



LA NUEVA

www.lanueva.com

QUÉ HICIERON

Creación de un nuevo canal digital de contenidos y publicidades al que se accede a través de una red de calcomanías con códigos QR editables, distribuidos en el transporte público de Bahía Blanca. El proyecto incluyó una plataforma de gestión de contenidos y QR que se puede replicar en otros proyectos.

MISIONES ONLINE

www.misionesonline.net

QUÉ HICIERON

Mejora de cuatro verticales de nicho y sus respectivas redes sociales, con un plan de monetización de contenidos.

EL ANCASTI

www.elancasti.com.ar

QUÉ HICIERON

Desarrollo de oferta de videopodcast de contenidos locales con monetización. El proyecto incluyó la compra de equipamiento y la instalación del estudio.

ANÁLISIS

www.analisisdigital.com.ar

QUÉ HICIERON

Diseño y lanzamiento de newsletter semanal de contenidos locales, con plan de monetización.



LA VOZ DEL CHACO

www.diariolavozdelchaco.com

QUÉ HICIERON

Producciones audiovisuales para sus canales digitales, con monetización. Con los fondos, compraron equipos y capacitaron a sus periodistas.

LA DIEZ

www.ladiez.com.ar

QUÉ HICIERON

Lanzamiento de proyecto de membresía. Antes, realizaron una encuesta de audiencia, implementaron cambios en el sitio web para optimizar el flujo de conversión de donantes y realizaron un evento de lanzamiento.

RADIO RURAL SAN FRANCISCO

www.radiosanfrancisco.com.ar

QUÉ HICIERON

Compra de equipamiento y lanzamiento de streaming.

eDiarioAR

www.eldiarioar.com

QUÉ HICIERON

Diseño y ejecución de campaña audiovisual de 21 cortos en el sitio y en las redes del medio para potenciar su proyecto de membresía con pagos por única vez y pagos recurrentes.



INFOBRISAS

www.infobrisas.com

QUÉ HICIERON

Generación de oferta de podcast con contenido local para Mar del Plata.

JUJUY A DIARIO

www.jujuyadiario.com

QUÉ HICIERON

Compra de equipamiento, instalación de estudio y streaming audiovisual con monetización.

RADIO POPULAR SAN LUIS

www.radiopopularsanluis.com.ar

QUÉ HICIERON

Creación de marketplace propio con instancias de mediación para resolver conflictos.

CALAMUCHITA EN LÍNEA

www.calamuchitaenlinea.info

QUÉ HICIERON

Lanzamiento de newsletter con fines de monetización. Compra de quipamiento para potenciar su cobertura periodística e implementación de mejoras en la performance del sitio web.

EQUIPO DE IMPULSO LOCAL 2022-2023

DIRECTORES DEL PROGRAMA



Andrea Schulte, por ADEPA.

Periodista, editora, coordinadora de programas para medios y periodistas. Cuenta con una extensa experiencia en consultoría y gestión de proyectos, diseño y coordinación de estrategias de comunicación, e implementación de desarrollos digitales.



Juan Simo, por ICFJ.

Periodista. Editor de estrategia digital y consultor en proyectos digitales en diversas iniciativas en medios de América Latina. Fue prosecretario de Redacción en *La Voz del Interior* y editor general digital en *Todo Noticias*.



Vanina Berghella, por ICFJ.

Periodista. Actualmente es Directora Regional para América Latina y Caribe del International Fund for Public Interest Media. Ha dirigido proyectos digitales para ICFJ, Deutsche Welle, BID, WAN-IFRA, Meta, IFEX, entre otras organizaciones. Fue directora de la aceleradora de medios de América Latina, Velocidad y directora ejecutiva del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA).

EQUIPO DE IMPULSO LOCAL 2022-2023

MENTORES



Alan Porcel

Jefe de Brand Studio y Ad Ops en *LaVoz.com.ar*. Anteriormente, lideró los equipos de audiovisual y audiencias en ese mismo medio. Fue fundador y director de Parque Podcast, la primera red de podcasts de Córdoba. Escribe semanalmente el newsletter "[Máquina Extraordinaria](#)", un envío sobre la industria de medios, publicidad y contenidos digitales.



Alejo García Sosa

Director de contenidos audiovisuales de *Infobae* y director de la Agencia Creativa WOW. Profesional de la comunicación con más de 30 años de experiencia en el área de video y nuevas narrativas. Ha liderado equipos multimedia en Infobae y C5N. Anteriormente, trabajó como editor de video en *Telefe*, *América TV* y *Canal 13*.



Álvaro Liuzzi

Consultor en medios, periodista y docente. Especializado en comunicación y producto digital desde hace 20 años. Ha desarrollado proyectos periodísticos interactivos junto a reconocidos medios de comunicación y de forma independiente. Actualmente, su área de investigación y producción se enfoca en la intersección entre inteligencia artificial, medios e innovación.



Ana Soffietto

Periodista con más de quince años de experiencia en el desarrollo de productos y estrategias digitales para medios, organismos internacionales, ONG y gobiernos. Actualmente, trabaja como directora de programas para América Latina en Media Development Investment Fund.



Carolina Potocar

Especialista en periodismo digital y audiovisual. Licenciada en Comunicación Periodística (UCA). Trabajó en *El Cronista*, Grupo América y *Clarín*. Da clases en la Universidad Católica Argentina y es *Teaching Fellow* de la Google News Initiative en Hispanoamérica.



Cecilia Bazán

Magíster en periodismo digital con 20 años de experiencia en redacciones y capacitación en Internet. Capacitadora de la Google News Initiative para América Latina. Se desempeñó como profesora universitaria de periodismo en distintas instituciones educativas y como consultora para medios en estrategias digitales y desarrollo de audiencia.



Esteban Campanela

Periodista. Gerente de la oficina en Argentina de *CNN en Español*. En su rol de productor ejecutivo, estuvo al frente de *La Nación PM*, el primer noticiero digital del diario, y a cargo del primer segundo de aire del canal de televisión LN+. Antes de su paso por *La Nación*, creó el servicio de noticias de la señal DeporTV.



Florencia Aza

Directora de aceleración y mentoría en **SembraMedia**. Periodista con más de 10 años de experiencia en el desarrollo de estrategias de audiencia y sostenibilidad en medios digitales. Consultora en medios y audiencia.



Gabriela "Pitu" Pintos

Coordina Laboratorios de Medios y Mentora en **Dosunos**. Cuenta con 23 años de experiencia en el desarrollo de negocios digitales, con foco en estrategias de producto y suscripciones. Integró el equipo de producto y audiencias de *Infobae*. Fue responsable del lanzamiento de las suscripciones digitales de *Clarín*. Trabajó en *FOX Latin American Channels*, *UOL*, *América TV* y **Editorial Perfil**.



Gastón Etedgui

CTO y cofundador de **Dosunos**. Lidera la dirección estratégica del producto y supervisa la investigación, el desarrollo y la gestión de las últimas tecnologías aplicadas a medios en América Latina. Más de 20 años de experiencia en la industria. Fue *program manager* en **Radio 10** y estuvo a cargo de la edición artística y musical en *10Música.com*.



Gastón Serralta

Fundador y CEO de **Dosunos**, empresa que proporciona productos y servicios de vanguardia en la industria de medios de comunicación de América Latina. Fue *Chief Technology Officer* (CTO) en *Infobae* y gerente de tecnología en *C5N*. También ha trabajado con organizaciones periodísticas sin fines de lucro.



Juan Diego López

Profesional de la industria audiovisual con más de 15 años de experiencia desarrollando soluciones digitales en múltiples industrias y ecosistemas. Coordinador de mentorías en **Dosunos**. Trabajó en *La Nación* y *Vurklin.studio*. Estuvo a cargo del desarrollo de *filo.news*.



Martín Tornimbeni

Líder de producto de negocios digitales en *Clarín*, a cargo del desarrollo y mejoras de las suscripciones digitales.



María Noel Scanarotti

Magíster en Periodismo y Gestión en la Comunicación de las Organizaciones. Especialista en desarrollo de audiencias con más de 15 años de experiencia en liderazgo de gestión de contenido y producto. Consultora y mentora en proyectos digitales. Trabaja en el equipo de audiencias, suscripciones y marketing de *Clarín*.



Nicolás Piccoli

Periodista y consultor. Trabajó como responsable de estrategia y producto digital en diferentes medios como *Clarín*, *Télam*, *Diario Río Negro*, entre otros. En la actualidad, se desempeña como consultor y mentor de medios de América Latina.



Nicolás Russo

Realizador audiovisual para medios de Argentina y del mundo con más de 20 años de experiencia. Jefe de Contenidos Digitales de *Canal 9*. Como líder de equipos, estuvo al frente del lanzamiento de tres canales de noticias (*C5N*, *Crónica* e *IP Noticias*). Colabora desde 2015 con la [Media Party](#).



Tomás Pérez Vizzón

Director de *Anfibia Podcast*, donde lleva más de 500 episodios publicados. Produjo “Basta Chicos”, “Intoxicado” (finalista en Premio Gabo 2023) y “La One”, series documentales originales de Spotify, las miniseries “En nombre de Dios”, “40 minutos para matar” y “Bandidos” para Podimo, entre otras.



MEDIOS DE IMPULSO LOCAL 2022-2023

Todos los medios que recibieron fondos y acompañamiento para desarrollar proyectos con metas de sustentabilidad económica en la segunda edición de Impulso Local:

	MEDIO	PROVINCIA	PROYECTO
1	8000	Buenos Aires	Evento anual de recaudación.
2	0221.com.ar	Buenos Aires	CMS.
3	ADNSUR	Chubut	Vertical de gastronomía.
4	Agencia Mercedes	Corrientes	Resumen de noticias en redes monetizable.
5	Análisis	Entre Ríos	Newsletter.
6	Angular	La Pampa	Plataforma exclusiva de documentales.
7	BAE Negocios	CABA	Comunidad de beneficios.
8	Big Bang News	CABA	Podcast y documentales.
9	Calamuchita en Línea	Córdoba	Rebranding del sitio y newsletter.
10	Canal VEO	Santa Fe	Contenido audiovisual en redes.
11	Cenital	CABA	CRM propio.
12	Citecus	Buenos Aires	Desarrollo de estrategia para ampliar y fidelizar audiencias.
13	Ciudadano News	Mendoza	Video y escenarios virtuales.
14	Crónica de Comodoro Rivadavia	Chubut	Streaming.



15	CuyoNoticias	Mendoza	Podcasts, shorts y reels temáticos.
16	deCepas	Buenos Aires	Nuevas tecnologías de comercialización digital.
17	Democracia	Buenos Aires	Corresponsalías en Chacabuco y Rojas.
18	Diario Actualidad	Buenos Aires	Streaming y reels.
19	Diario Crónica	CABA	Plataforma de crowdfunding solidario.
20	Diario El 9 de Julio	Buenos Aires	Mejora sitio web y newsletter.
21	Diario El Cuco Digital	Mendoza	Video.
22	Diario El Libertador	Corrientes	Contenido audiovisual.
23	Diario El Norte	Buenos Aires	Equipo audiovisual para eventos.
24	Diario Formosa	Formosa	Contenido audiovisual.
25	Diario Huarpe	San Juan	Vertical deportivo y comunidad para nuevas audiencias.
26	Diario Jornada	Mendoza	Micrositio de economía y newsletter.
27	Diario La Verdad	Buenos Aires	Rediseño del sitio web y vivo radial.
28	Diario Puntal	Córdoba	Newsletter.
29	Diario Resumen	Buenos Aires	Micros audiovisuales.
30	Diario Tiempo de 9 de Julio	Buenos Aires	Rediseño del sitio web.
31	Dos Ambientes	Santa Fe	Área audiovisual.



32	Ecos Diarios	Buenos Aires	Mejorar sección Deportes.
33	El Ancasti	Catamarca	Podcast.
34	El Chubut	Chubut	Club de lectores.
35	El Debate Pregón	Entre Ríos	Newsletter.
36	El Diario de Pringles	Buenos Aires	Mejoras en el producto digital.
37	El Diario Nuevo Día	Santa Cruz	Transmisión de eventos deportivos.
38	Eldiariosur.com	Buenos Aires	Contenido deportivo local para empujar registraciones.
39	El Eco	Buenos Aires	Nuevo perfil social enfocado en público +55.
40	El Litoral	Corrientes	Contenido audiovisual con fines comerciales
41	El Mundo de Berisso	Buenos Aires	Contenido patrocinado.
42	El Periódico	Córdoba	Aumentar soportes publicitarios.
43	El Territorio	Misiones	Streaming y contenido audiovisual.
44	El Tiempo (Azul)	Buenos Aires	Renovar sitio web.
45	El Tribuno	Salta	SEO para potenciar la conversión.
46	elDiarioAR	CABA	Campaña de socios.
47	Enfant Terrible	Córdoba	Agencia de contenidos.
48	Feminácida	CABA	Rediseño sitio web.
49	FutFemGol	Buenos Aires	Cobertura audiovisual.



50	Gazeta Norte	Buenos Aires	CRM.
51	Infobrisas	Buenos Aires	Podcast.
52	infocielo	Buenos Aires	Streaming.
53	INFOZC	Buenos Aires	Streaming.
54	IRE - Información Regional	Santa Fe	Cobertura audiovisual monetizable.
55	Jujuy a diario	Jujuy	Streaming esponsorado.
56	La Arena	La Pampa	Nuevas redes programáticas, adserver y marketplace.
57	La Diez	Santa Fe	Análisis de audiencia, membresía y evento.
58	La Nueva	Buenos Aires	Acceso con QR editable a contenidos.
59	La Opinión Austral	Santa Cruz	Relanzamiento del sitio.
60	La Palta	Tucumán	Plataforma de capacitación.
61	La República Digital	Corrientes	Podcast.
62	La Voz de San Justo	Córdoba	Podcast.
63	La Voz del Chaco	Chaco	Contenido audiovisual.
64	La Voz del Pueblo	Buenos Aires	Migración y rediseño del sitio web.
65	Letra P	Buenos Aires	Relanzamiento de newsletter y análisis de uno pago.
66	LMNeuquén	Neuquén	Desarrollo de juegos.



67	Lt 39 Multimedios	Entre Ríos	Actualización del sitio web.
68	LU5 Radio Neuquén	Neuquén	Club de beneficios.
69	MDZ	Mendoza	Contenido audiovisual.
70	Misiones on line	Misiones	Potenciar el alcance de 4 verticales de nicho.
71	Norte Puntano	San Luis	Contenido audiovisual turístico.
72	Nueva Rioja	La Rioja	Transformación tecnológica.
73	OPI Santa Cruz	Santa Cruz	Contenido audiovisual monetizable.
74	Paralelo 32	Entre Ríos	CMS y suscripción.
75	Parque Podcast	Córdoba	Marketing de servicios.
76	Pasta de Campeón	Chubut	Cambio de CMS y publicidad programática.
77	Periódico La Palabra	Buenos Aires	Nuevos espacios publicitarios.
78	Periodismo.com	CABA	Videos cortos con patrocinio.
79	Portal de Noticias Arroyito Ciudad	Córdoba	Agencia de publicidad digital.
80	Pronto	CABA	Streaming.
81	Radio Libertad	Chaco	Agencia de contenidos.
82	Radio Maria Juana 101.9	Santa Fe	Rediseño del sitio web.
83	Radio Popular San Luis	San Luis	Marketplace hiperlocal.
84	Radio San Francisco	Córdoba	Streaming audiovisual



monetizable.

85	Revista Litigio	Chaco	Newsletter.
86	Ruido	Córdoba	Rediseño y campaña de marca.
87	Sección Ciudad	CABA	Podcast.
88	TeleJunín	Buenos Aires	Cobertura audiovisual.
89	TeleNueve	CABA	Newsletter para jubilados.
90	Todo Jujuy	Jujuy	IA aplicada a la generación de contenidos.
91	TsnNecochea	Buenos Aires	Cambio de CMS y equipos audiovisuales.
92	Wetoker	CABA	Fuentes de ingresos alternativas.
93	Winfo Santa Cruz	Santa Cruz	Vertical de turismo.
94	Wips	Buenos Aires	Streaming.

www.adepa.org.ar/impulsolocal
[#ImpulsoLocal](https://twitter.com/ImpulsoLocal)
impulsolocal@adepa.org.ar

Fecha de publicación: diciembre 2023

PROMOVIDO
POR

ADEPA  **Meta**

 **International Center
for Journalists**