



# ¿ME LEEN O NO ME LEEN?

Análisis Comparativo De La Eficacia De La Comunicación A Través De Distintas Redes Sociales



## AUTORES

**Herminia Muñoz.** herminia.munoz.easp@juntadeandalucia.es Escuela Andaluza Salud Pública. Granada

**Gema Timón.** gema.timon.sspa@juntadeandalucia.es Hospital Universitario Reina Sofía. Córdoba

**Marisol Suárez.** maria.suarez.easp@juntadeandalucia.es Escuela Andaluza de Salud Pública. Granada

**Jesús Cáceres.** jesus.caceres.easp@juntadeandalucia.es Escuela Andaluza de Salud Pública. Granada

## OBJETIVO

Medir **eficacia comparada de las redes sociales** empleadas en difusión de podcasts 'Cómete Un Mito', proyecto de EASP y HURS.

## MÉTODO

**8 podcasts** en Ivoox, Spotify, Apple podcast y YouTube

**Marcamos enlaces a YouTube** desde Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin y WhatsApp de EASP y Facebook, Twitter, Instagram y Linkedin del HURS

**Identifica canal y capítulo de podcast**

<https://easp.ws/easpmito7w>;

<https://easp.ws/hursmito7w>

**Acortador EASP** contabiliza el número de clics.

Registro de **seguidores de cada canal el día** de envío.

Obtenemos **clics totales por canal y porcentuales** por seguidores

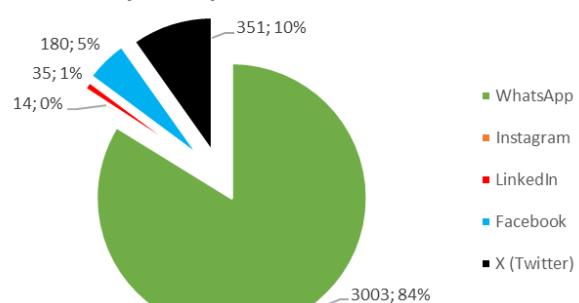
## EASP

	Seguidores	Impactos	Porcentaje
WhatsApp	7994	3003	37,57%
Instagram	3438	14	0,41%
LinkedIn	4205	35	0,83%
Facebook	7763	180	2,32%
X (Twitter)	18784	351	1,87%

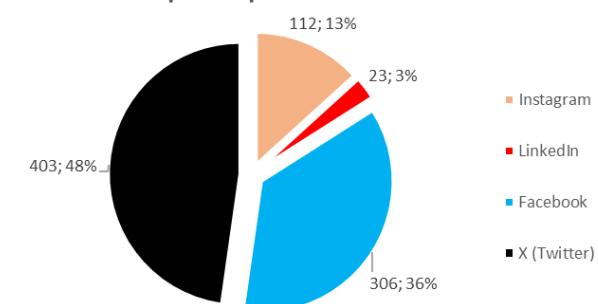
## HURS

	Seguidores	Impactos	Porcentaje
Instagram	2684	112	4,17%
LinkedIn	3519	23	0,65%
Facebook	52576	306	0,58%
X (Twitter)	10594	403	3,80%

Total de impactos por canal EASP 3.583



Total de impactos por canal HURS 844

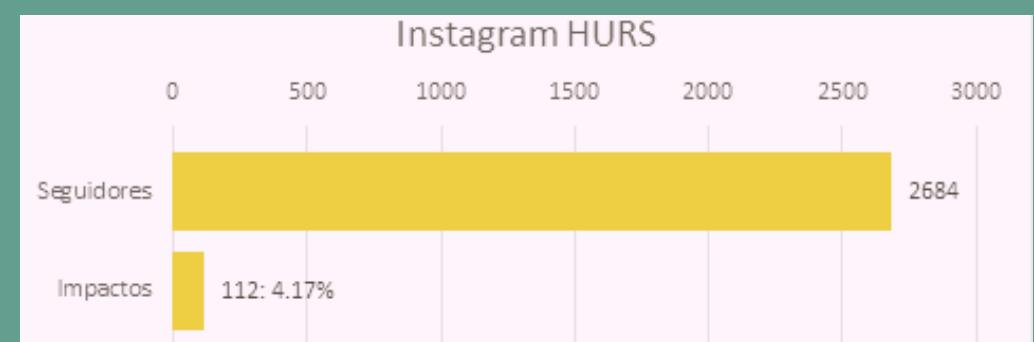


## RESULTADOS

### EASP

De todo los canales **WhatsApp EASP** el de mayor impacto total y comparado (3.003 clics; 38%)

Canales **HURS** mayor impacto total Twitter (403) mayor impacto comparado Instagram (4,17%)



## CONCLUSIONES/RECOMENDACIONES

Los **canales directos al usuario**, como el WhatsApp son más eficaces generando interés. **Más seguidores no siempre se traduce en más impactos**. Ver WhatsApp y Twitter EASP, o Facebook y Twitter o Instagram.

Recomendaciones: Campañas para **incrementar seguidores de canales más eficientes**, WhatsApp para EASP, e Instagram para HURS.

**Potenciar** canales que **llegan directos al público diana**, como WhatsApp, correo electrónico, o SMS.

**Evaluar** campañas para conocer **resultados y tendencias y definir** futuras **acciones de comunicación**

