



# ¿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.** marias.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

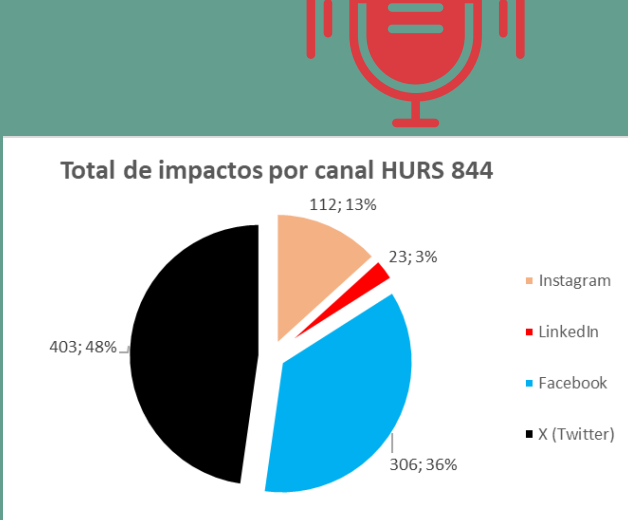
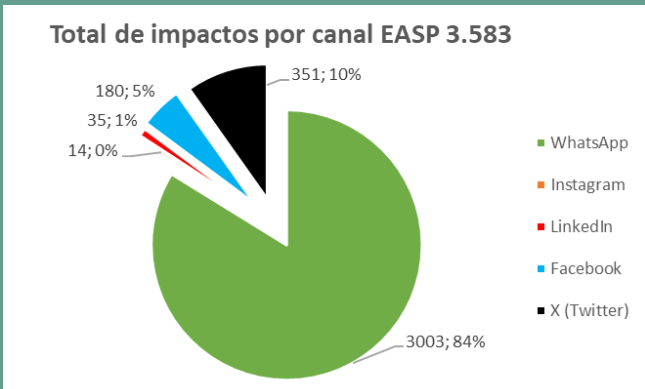
**8 podcasts** en Ivoox, Spotify, Apple podcast y YouTube  
**Marcamos enlaces a YouTube** desde Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y WhatsApp de EASP y Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn del HURS  
**Identifica canal y capítulo de podcast**  
<https://easp.ws/easpmito7w>;  
<https://easp.ws/hursmito7w>  
**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%

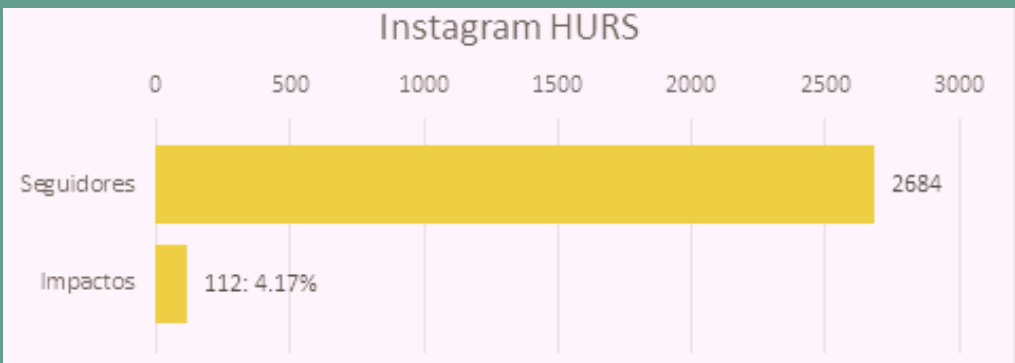
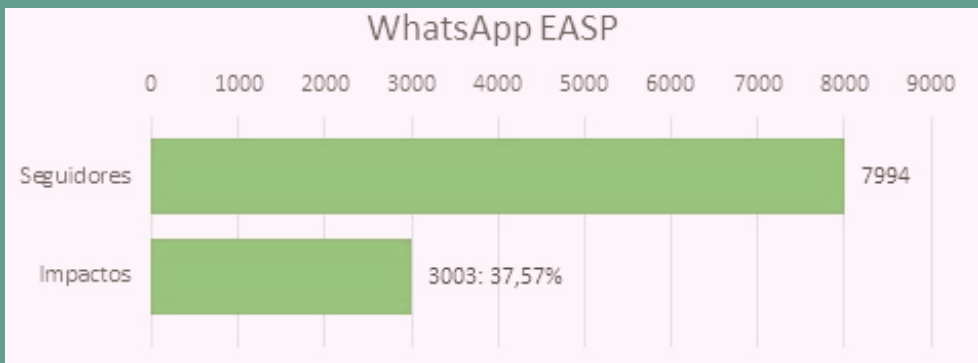
### HURS

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



## RESULTADOS

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**

