

Social Health Reports

#TeCuidamosEnCadaEtapa



Autocuidado de la Salud



17.329

Seguidores totales

38

Nuevos seguidores

64

Posts

2,1%

Engagement

9.187

Impresiones posts

193

Interacciones

136

Me Gusta

22

Reposts



Clicks URLs

Bajo el lema **#TeCuidamosEnCadaEtapa**, la campaña impulsada por **anefp** con motivo del **#DíaMundialdelAutocuidado** ha contribuido a reforzar la visibilidad de la asociación y su posicionamiento como referente en autocuidado.

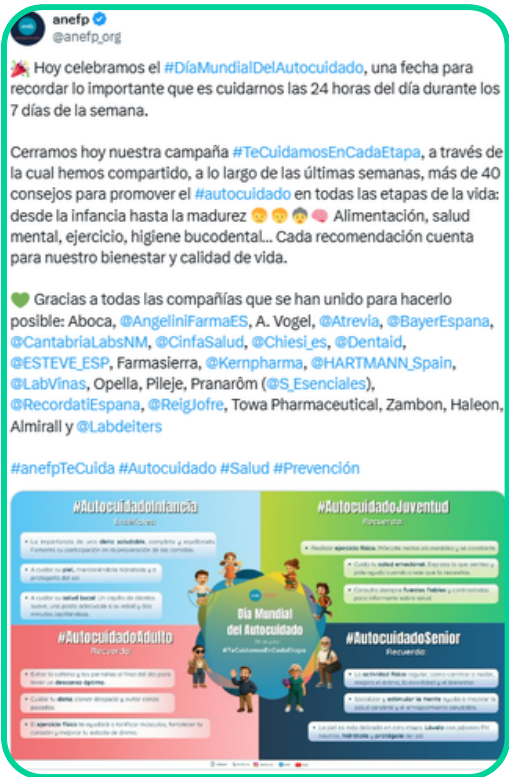
La iniciativa ha generado **38 nuevos seguidores**, y la estrategia de comunicación se ha apoyado en **64 post repartidos entre 24 compañías asociadas**.

Desde el punto de vista del rendimiento, la campaña ha registrado una **tasa de interacción del 2,1%**, un dato que evidencia que los contenidos no solo han logrado alcance, sino también una respuesta activa y cualitativa por parte de la audiencia. En términos globales, la campaña ha alcanzado **9,1K impresiones y 193 interacciones**, concentradas principalmente en **136 “Me gusta” y 22 reposts**.

Cabe destacar el contenido publicado el 24 de julio, que se posicionó como el post con mayor viralidad de la campaña, alcanzando 466 impresiones.

LO MÁS VIRAL de anefp en X

466



324





7.862

Seguidores totales

91

Nuevos seguidores

48

Posts

5,1%

Engagement

59.478

Impresiones posts

1.161

Interacciones

8

Comentarios

75

Compartidos

1.047

Me gusta

A través de este canal, la campaña **#TeCuidamosEnCadaEtapa** ha obtenido sus **mejores resultados hasta la fecha en Instagram**, con **91 nuevos seguidores** y un **fuerte impulso en visibilidad** gracias a la colaboración de las compañías asociadas, que permitieron compartir los contenidos en sus propios perfiles. Esto ha contribuido a alcanzar un total de **59,1K impresiones**.

Los **48 posts** han generado una tasa de interacción del **5,1%**, una **cifra excepcional** para una cuenta cercana a los 8K seguidores, **superando ampliamente la media esperada en cuentas de este tamaño (1%–3%)**. Por otra parte, se han acumulado 1.161 interacciones y 1.047 ‘Me Gusta’, además de compartirse hasta en 75 ocasiones.

Además, **esta alta interacción mejora el posicionamiento en el feed, aumenta la visibilidad en la pestaña de explorar y favorece la entrega orgánica futura, según las lógicas del algoritmo de Instagram**.

LO MÁS VIRAL de anefp en INSTAGRAM

1,2K



662





REELS TOTALES

1

Reels totales

662

Reproducciones

438

Alcance

REEL con más REPRODUCCIONES

662



STORIES

44

Stories totales

4.113

Impresiones

3.165

Alcance

1

Clics URLs

STORY con más ALCANCE de anefp

926



68



2.593

Seguidores totales

24

Nuevos seguidores

3

Posts

3,6%

Engagement

12.793

Impresiones posts

189

Interacciones

La campaña digital en **LinkedIn** ha registrado un rendimiento muy positivo, consolidándose como uno de los canales con mayor capacidad para generar visibilidad cualificada en torno a **#TeCuidamosEnCadaEtapa** y al **#DíaMundialDelAutocuidado**.

La activación se articuló a través de **3 publicaciones**, que alcanzaron un total de **12,7K impresiones y generaron 105 recomendaciones**. Estos resultados reflejan una buena recepción por parte de la audiencia profesional y confirman la idoneidad de LinkedIn como plataforma para amplificar mensajes institucionales, sectoriales y de sensibilización.

Uno de los indicadores más destacables es la **tasa de engagement del 3,6%**, especialmente relevante si se compara con los valores medios habituales de la plataforma, que suelen situarse entre el 1% y el 2%. La publicación vinculada al ecuador de la campaña, se posicionó como el contenido con mejor rendimiento, alcanzando 10,5K impresiones orgánicas.

Para potenciar la visibilidad de futuras acciones, será clave activar la difusión tanto desde perfiles corporativos como personales. Esta combinación permite ampliar el alcance orgánico, reforzar la legitimidad del mensaje y generar una conexión más cercana con audiencias profesionales. De este modo, la campaña puede ganar mayor capilaridad, interacción y recorrido dentro del ecosistema de LinkedIn.

LO MÁS VIRAL de anefp en LINKEDIN

10.571



2.309



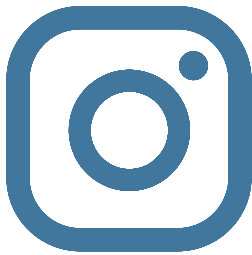
COMPARATIVA



	2022	2023
ENGAGEMENT	1,6%	1,8%
Nº POSTS	32	26
TOTAL REPOSTS	91	67
TOTAL ME GUSTA	183	183
INTERACCIONES	875	1.000
Nº IMPRESIONES	17,6K	18,3K

	2024	2025
ENGAGEMENT	2,1%	2,1%
Nº POSTS	51	64
TOTAL REPOSTS	90	22
TOTAL ME GUSTA	208	136
INTERACCIONES	359	193
Nº IMPRESIONES	16,4K	9,1K

COMPARATIVA



	2022	2023
ENGAGEMENT	-	-
Nº POSTS	1	2
TOTAL ME GUSTA	39	80
STORIES PUBLICADAS	38	34
Nº IMPRESIONES	1,6K	2K

	2024	2025
ENGAGEMENT	-	5,1%
Nº POSTS	51	48
TOTAL ME GUSTA	679	1.047
STORIES PUBLICADAS	72	44
Nº IMPRESIONES	14,8K	59.4K

COMPARATIVA



	2022	2023
ENGAGEMENT	-	-
Nº POSTS	2	23
TOTAL RECOMENDACIONES	19	248
Nº IMPRESIONES	621	8,4K

	2024	2025
ENGAGEMENT	-	3,6%
Nº POSTS	3	3
TOTAL RECOMENDACIONES	123	105
Nº IMPRESIONES	14,3K	12,7K



ENGAGEMENT: El engagement se refiere a los niveles de compromiso, fidelidad y conexión que demuestran los usuarios hacia el perfil.

INTERACCIONES: Son las acciones que los usuarios realizan para conectar y responder al contenido, como dar "me gusta", comentar o compartir publicaciones.

IMPRESIONES: Número total de veces que los usuarios han visto los posts.



ENGAGEMENT: El engagement se refiere a los niveles de compromiso, fidelidad y conexión que demuestran los usuarios hacia el perfil.

INTERACCIONES: Son las acciones que los usuarios realizan para conectar y responder al contenido, como dar "me gusta", comentar o compartir publicaciones.

VISUALIZACIONES: Número total de veces que los usuarios han visto los posts.



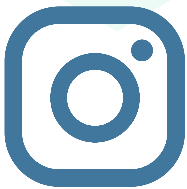
IMPRESIONES: Visualizaciones cuando la actualización ocupa al menos un 50 % de la pantalla o bien cuando se haga clic en ella, lo que ocurra antes.

VISUALIZACIONES DE VÍDEO: Como mínimo tres segundos consecutivos de reproducción mientras el vídeo ocupa al menos un 50 % de la pantalla o bien un clic en la llamada a la acción, lo que ocurra antes.

REACCIONES: Número total de reacciones en todas tus actualizaciones.

BENCHMARKETING

*Todos los datos indican número de seguidores.



 Autocuidado de la Salud	7,8K	 farmaindustria	74K	 farmaindustria	34,9K
 fundación stanpa	5,8K	 fundación stanpa	17K	 aeseq medicamentos genéricos	24,2K
 farmaindustria	4,2K	 Fenin Tecnología Sanitaria	16K	 Autocuidado de la Salud	17,3K
 Fenin Tecnología Sanitaria	—	 aeseq medicamentos genéricos	7,2K	 Fenin Tecnología Sanitaria	3,5K
 aeseq medicamentos genéricos	—	 Autocuidado de la Salud	2,5K	 fundación stanpa	3,3K

Social Health Reports

#TeCuidamosEnCadaEtapa



Autocuidado de la Salud

