

Social Health Reports

Enero - Diciembre 2025



INSTITUTO DE
**INVESTIGACIÓN
SANITARIA**
DE CASTILLA-LA MANCHA



1.600

Seguidores totales

958

Nuevos seguidores

340

Posts

3,8%

Engagement

60.007

Impresiones posts

2.300

Interacciones

926

Me gusta

332

Reposts

616

Clics URLs

Durante estos 12 meses de trabajo, la estrategia seguida en este canal ha permitido que el perfil de X crezca en **958 personas** interesadas en contenidos de divulgación científica de Castilla-La Mancha, alcanzando un total de **1.600 usuarios**. Este ritmo de **crecimiento orgánico supera la media del sector**, posicionando a **IDISCAM** como un referente con presencia en la plataforma.

A lo largo de los últimos meses hemos reducido de forma considerable la **distancia con nuestro competidor más directo, ISPA**. Si mantenemos la actual dinámica de crecimiento de este indicador, es razonable prever que podríamos superarlos durante el primer semestre de 2026, siempre y cuando las políticas de X permanezcan estables. Conviene recordar que la plataforma establece límites técnicos al número de cuentas que es posible seguir, lo cual podría influir en la velocidad de crecimiento si estos parámetros llegaran a modificarse.

En cuanto a la actividad, los **340 posts** publicados han generado **60.007 impresiones, 2.300 interacciones y una tasa de interacción del 3,8%**. Con estas cifras, **febrero se posiciona como el periodo con mejores métricas** para IDISCAM, especialmente si consideramos que en enero la actividad fue significativamente más reducida.

La **concesión de la primera unidad de investigación clínica** por parte del **Instituto de Salud Carlos III** lidera el ranking de contenidos más virales con **1,9K impresiones**. Le siguen otras publicaciones que muestran a personas vinculadas a las actividades de IDISCAM, así como contenidos sobre iniciativas propias, entre ellas la convocatoria de ayudas de la bolsa de viaje o el programa de la III Jornada I+DEAR.

Otro punto a destacar es que el **contenido estático** supera ampliamente al formato vídeo en impresiones e interacción. Esto indica que los usuarios de X prefieren **mensajes directos, de consumo rápido y con información clara**. En este sentido, recomendamos seguir apostando por la actualidad, la exposición institucional y el componente humano.

LO MÁS VIRAL de X

1,9K



LO MENOS VIRAL de X

34



780

Seguidores totales

618

Nuevos seguidores

241

Posts

9,5%

Engagement

96.121

Impresiones posts

11.774

Interacciones

La presencia de **IDISCAM en LinkedIn** ha evolucionado de forma significativa durante este año; en estos meses hemos identificado **oportunidades de mejora y consolidado prácticas** que aportan valor al Instituto.

Analizando los datos, la audiencia ha crecido hasta los **780 profesionales**, sumando en estos 12 meses **618 nuevos**. Al igual que en X, nuestro competidor más cercano en LinkedIn es ISPA. Para potenciar el crecimiento de esta red, se recomienda incrementar la interacción con seguidores y actores del sector, participar en grupos relevantes y etiquetar tanto a personas como a instituciones. Asimismo, conviene promover colaboraciones y eventos conjuntos, así como animar al equipo a compartir el contenido. De forma complementaria, el uso estratégico de LinkedIn Ads puede acelerar el alcance y la captación de nuevos miembros.

En el calendario editorial se ha dado luz verde **241 publicaciones** que han acumulado **96.121 impresiones y 11.774 interacciones**, alcanzando un **engagement del 9,5%**, un indicador relevante en el entorno profesional de la plataforma. Por otro lado, también observamos una tendencia clara: los **formatos que representan a personas y actividad institucional son los que generan mayor impacto**. Un ejemplo de lo que hablamos ha sido la **presentación de Manuel Sánchez como director de IDISCAM**, que ha alcanzado **2,5K impresiones**, ha acumulado 89 reacciones y se ha compartido en cinco ocasiones. También sobresalen las **IV Jornadas Cohorte IMPaCT**, el reconocimiento a Manuel Sánchez con el **Premio a la Investigación e Innovación Joven**, las **reuniones del Comité y la difusión del Plan de Gestión**. Todos estos contenidos se han difundido mediante carruseles con fotografías del equipo, un formato que ha evidenciado ser especialmente eficaz para transmitir dinamismo y cercanía institucional.

En este nuevo periodo de gestión, sería conveniente incorporar noticias en formato vídeo, ya que puede aportar mayor diversidad, reforzar la narrativa institucional y ampliar el alcance, alineándose con las **tendencias de consumo en LinkedIn**.

LO MÁS VIRAL de LINKEDIN

2,5K

IDISCAM | Fundación del Hospital Nacional de Parapléji...
727 seguidores
8 meses •

Detrás de la dirección científica del IDISCAM se encuentra **Manuel Sánchez-de-la-Torre**, un reconocido experto en investigación biomédica que liderará nuestra institución hacia nuevos horizontes.

¿Quién es el Dr. Sánchez de la Torre?

- ✓ Investigador con más de 20 años de experiencia.
- ✓ Pionero en proyectos innovadores en salud pública.
- ✓ Comprometido con fomentar la colaboración científica.

Conoce más sobre su visión para IDISCAM y cómo seguirá impulsando la investigación sanitaria en nuestra región aquí: <https://lnkd.in/eu4Mv4wp>

LO MENOS VIRAL de LINKEDIN

110

IDISCAM | Fundación del Hospital Nacional de... [+ Seguir](#)

Nuevos avances en el diagnóstico de la esofagitis eosinofílica (EEO).

Investigadores del grupo Eimirlab (Hospital General de Tomelloso, IDISCAM y CIBERehd), en colaboración con CIC bioGUNE, han identificado microARNs derivados de vesículas extracelulares plasmáticas como potenciales biomarcadores no invasivos para esta enfermedad inflamatoria crónica del esófago.

Estos hallazgos abren la puerta a estrategias de diagnóstico y seguimiento menos invasivas, reduciendo la necesidad de endoscopias repetidas

#IDISCAM #EsofagitisEosinofílica #Biomarcadores

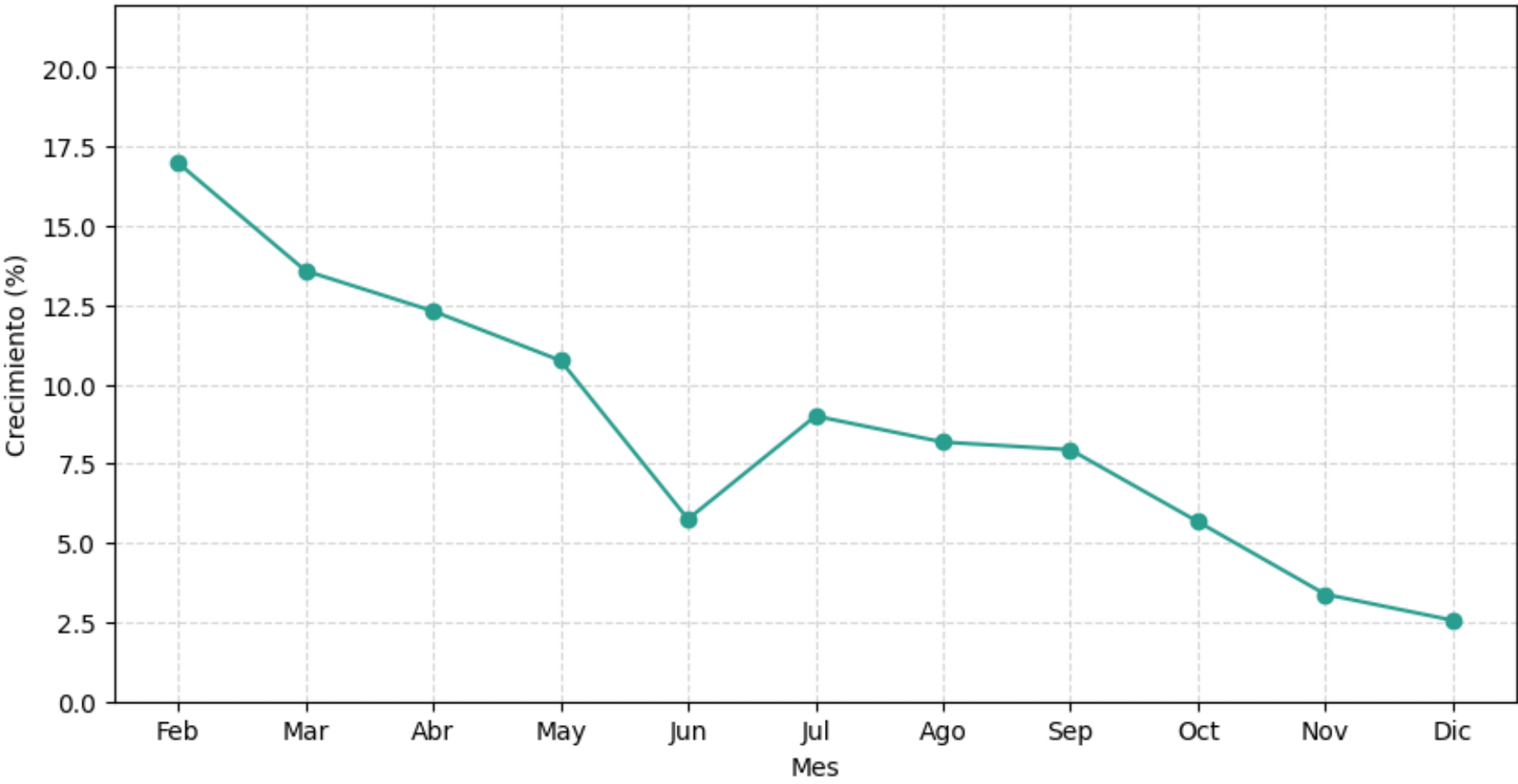
Grupos de investigación

Biopsia líquida para la **esofagitis eosinofílica**: identifican **microARNs** en vesículas extracelulares como **biomarcadores no invasivos**

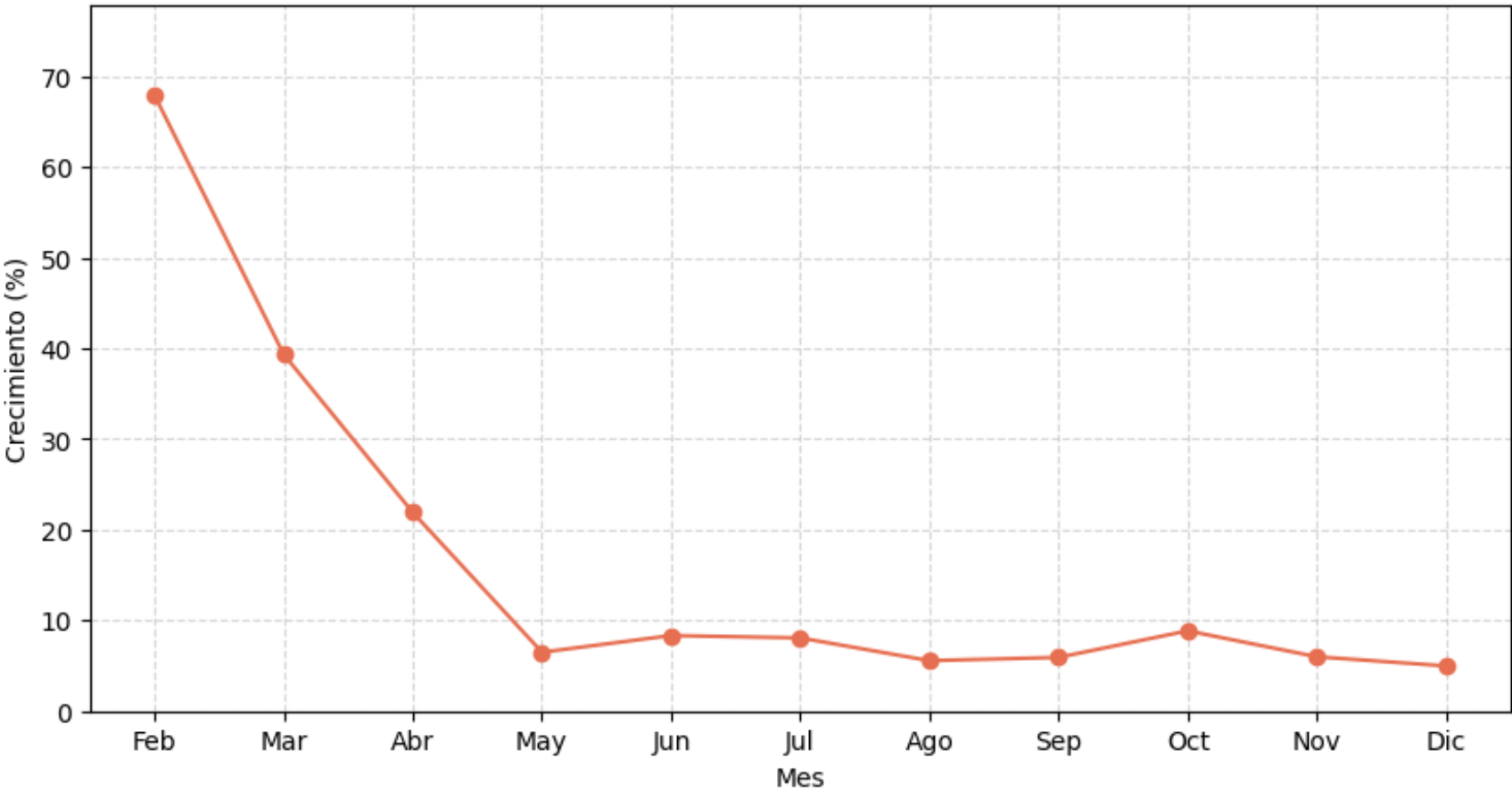
Análisis del crecimiento mensual de seguidores



Crecimiento mensual de seguidores en X (%)



Crecimiento mensual de seguidores en LinkedIn (%)



BENCHMARKETING

*Todos los datos indican número de seguidores.



3,2K



4,1K



2,9K



3,7K



2,2K



3,4K



1,6K



780



-



-



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.



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.

Social Health Reports

Enero - Diciembre 2025



INSTITUTO DE
**INVESTIGACIÓN
SANITARIA**
DE CASTILLA-LA MANCHA

