

# OBSERVATORIO DE REPUTACIÓN DIGITAL DE LA SANIDAD PRIVADA EN CANARIAS

PRIMER SEMESTRE 2019



EL CONTENIDO DE ESTE INFORME ES CONFIDENCIAL, SU USO, REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEBERÁ SER CONSULTADO A CANARY DOCTOR-VISIBLE SALUD



# INTRODUCCIÓN

El **Observatorio de Reputación Digital de la Sanidad Privada** en Canarias cumple un año. Sus promotores, Canary Doctor y Visible Salud, estamos muy satisfechos de que esta propuesta haya calado en el mercado y de que haya tenido continuidad en el tiempo. Esperamos seguir desarrollándolo en el futuro e incluir la totalidad de centros privados de Canarias. Sabemos que hoy en día las decisiones de compra se hacen por Internet, incluido el mercado sanitario, y la relación de los pacientes con el centro de su elección se desarrolla en las redes sociales. Por eso, en nuestra opinión, es muy imprescindible analizar el comportamiento y rendimiento de estos canales y, por descontado, compararlo con los de la competencia.

En esta ocasión hemos estudiado el comportamiento durante el primer semestre de 2019 de las páginas de Facebook de 160 centros. En el documento podrás ver de una manera rápida y sencilla cuáles son los centros que mejor gestionan su red social y por qué. Hemos ampliado el número de nuestros indicadores a siete para que la fotografía sea más precisa: Número de fans, número de "Me Gusta", número de publicaciones, crecimiento de la página, rendimiento, valor publicitario y compromiso. Primero mostraremos el ranking resumido y, a continuación, encontrarás los datos de todos los centros y clínicas estudiados. Si hay alguno que no está, no tienes más que comunicárnoslo para que podamos incluirlo en el siguiente informe.

Esperamos que este trabajo resulte de interés y utilidad para tu clínica o centro sanitario.



# METODOLOGÍA

Para la elaboración de esta nueva entrega del **Observatorio de Reputación Digital de la Sanidad Privada en Canarias** se han estudiado 160 clínicas y utilizado siete indicadores, alguno de ellos utilizados por vez primera como el “valor publicitario” de la página y el “compromiso”. Como siempre recomendamos que los datos que facilitamos en este informe no se interpreten de una manera aislada, es decir, categoría por categoría, sino que combinen varias de ellas para sacar conclusiones de valor. Todos los datos los hemos obtenido con nuestras herramientas pero directamente del canal oficial de Facebook. Recordemos el significado de cada indicador.



## Número de Fans

Este es ampliamente conocido por todos los que manejen habitualmente esta red social. Indica el número actual de fans en Facebook que conseguimos al consultar la propia plataforma.



## Número de Publicaciones

Es el dato del número de publicaciones subidas a Facebook en el periodo de tiempo estudiado, en este caso seis meses.



## Número de “Me gusta”

Dato relevante ya que indica interacción con los seguidores. Se trata del número de Likes que recibe la página durante un periodo de tiempo determinado. Gracias a él podemos valorar el éxito de una publicación concreta y también el de nuestra línea de publicaciones.



## Crecimiento de la Fanpage

Es el incremento de fans en el periodo estudiado de 6 meses.





## Rendimiento de la página

El índice de rendimiento de la Página (IRP) es una combinación entre la actividad y el crecimiento de la página. Entendemos por "Actividad" a la actividad de los fans en una página. Se calcula como la suma media de "Me gusta", "Comentar" y "Compartir", dividida por el número de fans. %



## Valor publicitario

Con sus publicaciones, esta página ha alcanzado un cierto número de personas. ¿Cuáles habrían sido los gastos de **otros canales** de publicidad para alcanzar el mismo número de personas como esta página con sus publicaciones?



## % Compromiso

Es el porcentaje de compromiso de los fans de la página, es decir, su fidelidad.



# RANKING POR NÚMERO DE FANS



Observatorio Digital  
Enero-Junio 2019

NOTA: ESTE GRÁFICO MUESTRA EL NÚMERO TOTAL DE SEGUIDORES DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK DE LAS CLÍNICAS



# RANKING POR NÚMERO DE ME GUSTA

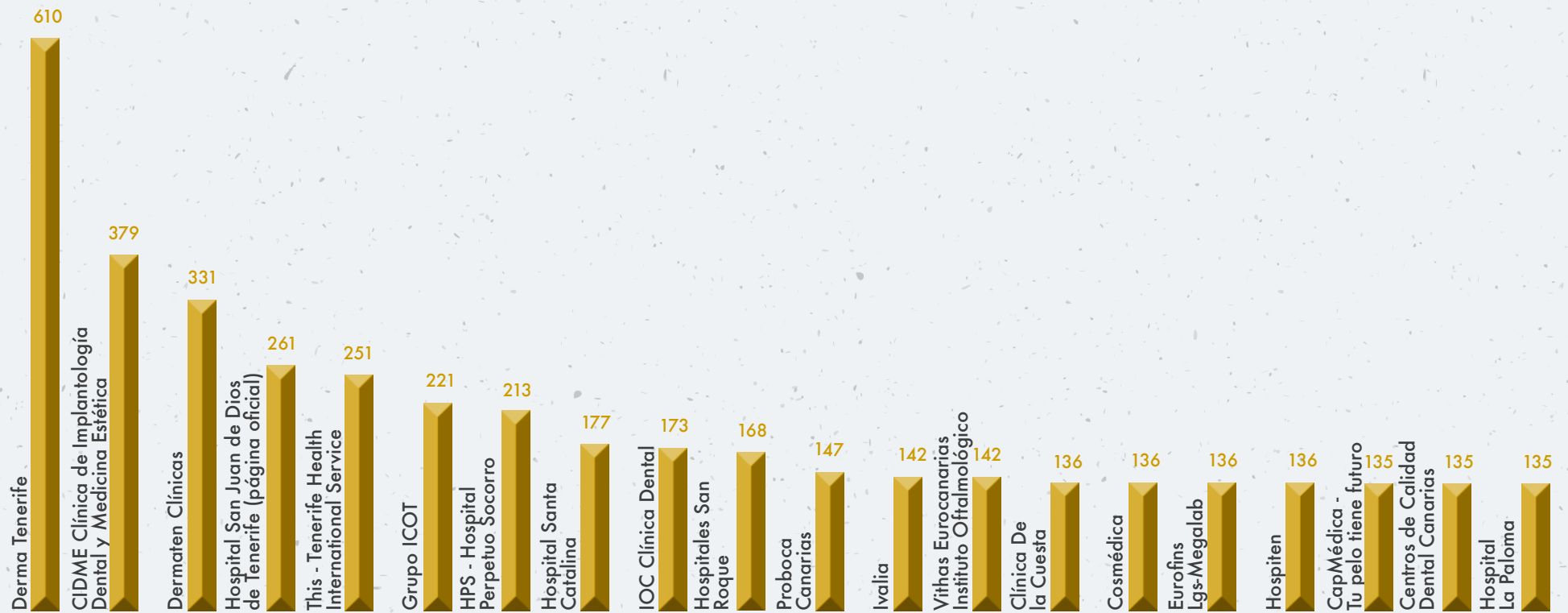


**Observatorio Digital**  
Enero-Junio 2019

NOTA: ESTE GRÁFICO MUESTRA EL NÚMERO TOTAL DE ME GUSTA DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK DE LAS CLÍNICAS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES



# RANKING POR NÚMERO DE PUBLICACIONES



**Observatorio Digital**  
Enero-Junio 2019

NOTA: ESTE GRÁFICO MUESTRA EL NÚMERO DE PUBLICACIONES EN LAS PÁGINAS DE FACEBOOK DE LAS CLÍNICAS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES



# RANKING POR CRECIMIENTO



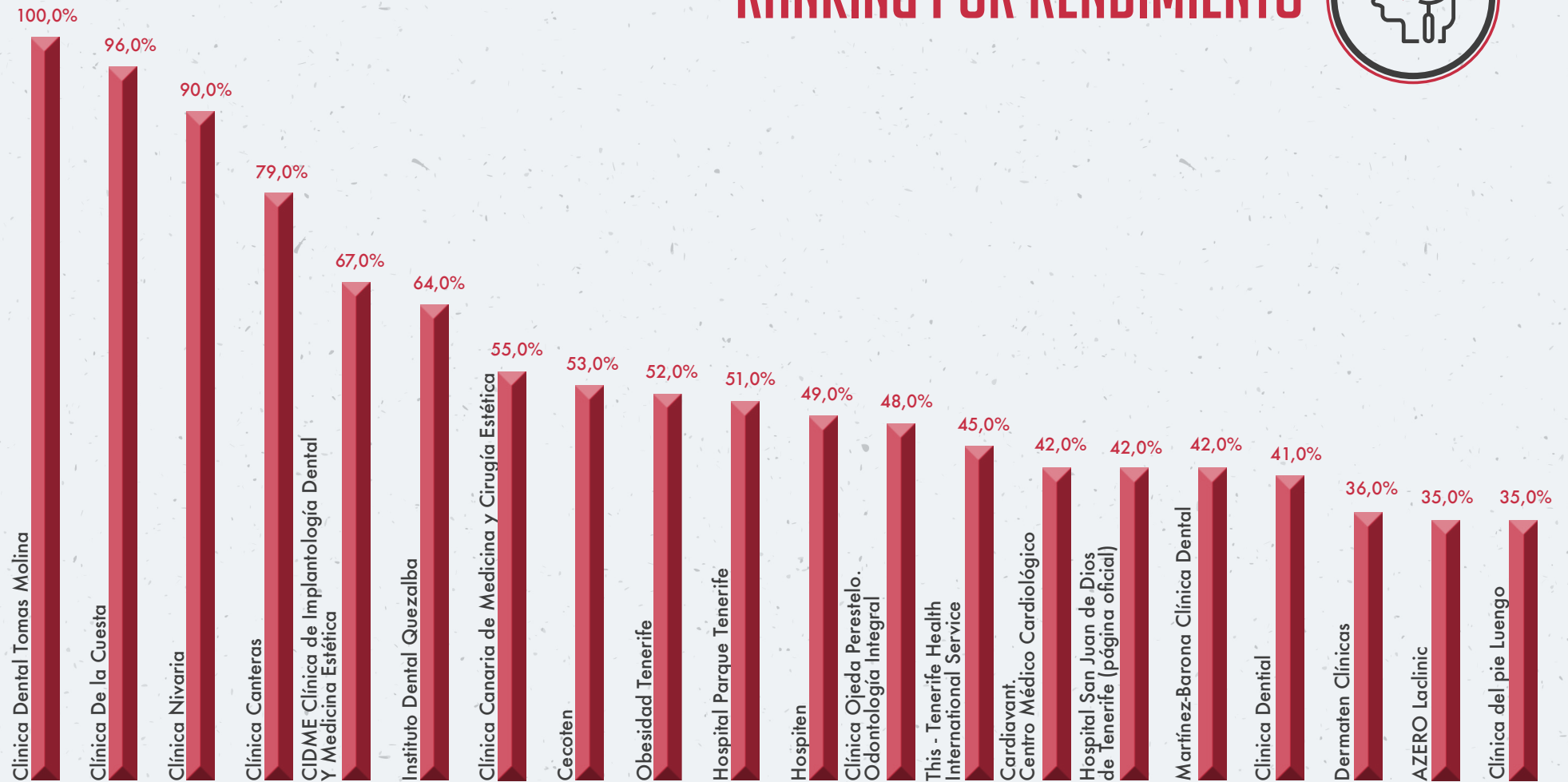
Observatorio Digital  
Enero-Junio 2019

NOTA: ESTE GRÁFICO MUESTRA EL CRECIMIENTO DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK DE LAS CLÍNICAS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES





# RANKING POR RENDIMIENTO

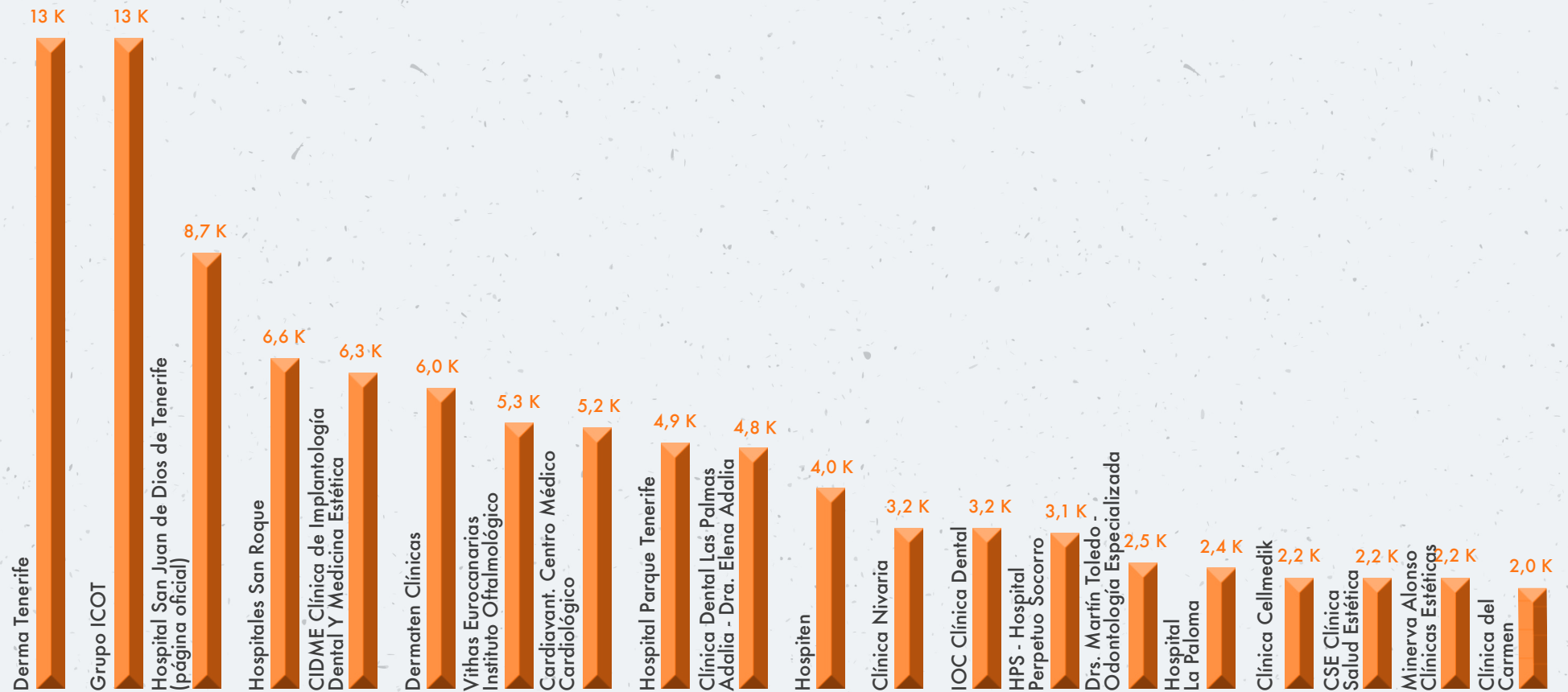


**Observatorio Digital**  
Enero-Junio 2019

NOTA: ESTE GRÁFICO MUESTRA EL RENDIMIENTO TOTAL DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK DE LAS CLÍNICAS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES



# RANKING POR VALOR PUBLICITARIO

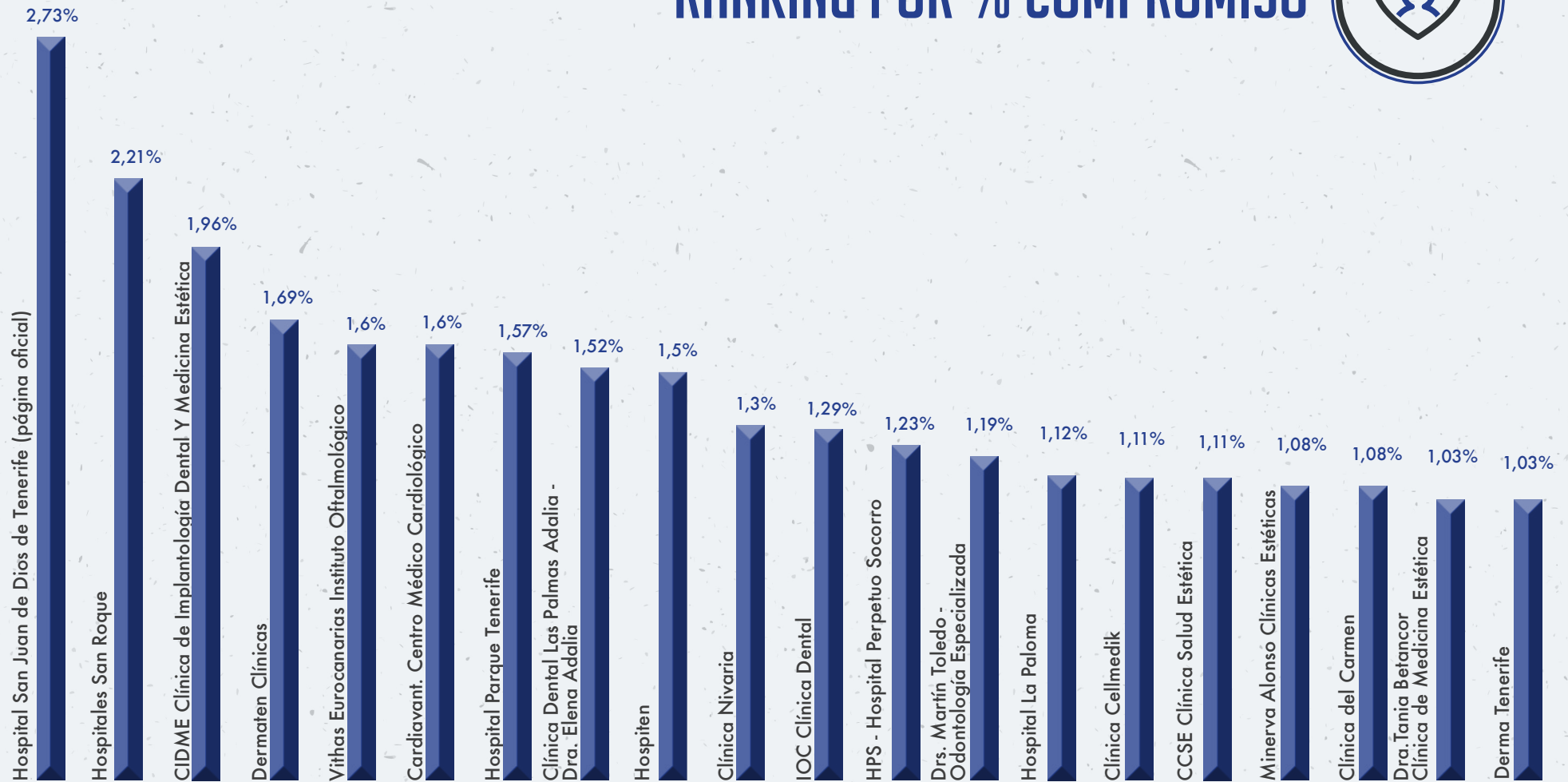


**Observatorio Digital**  
Enero-Junio 2019

NOTA: ESTE GRÁFICO MUESTRA EL VALOR PUBLICITARIO DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK DE LAS CLÍNICAS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES



# RANKING POR % COMPROMISO



**Observatorio Digital**  
Enero-Junio 2019

NOTA: ESTE GRÁFICO MUESTRA EL PORCENTAJE DE COMPROMISO DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK DE LAS CLÍNICAS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES



**VISI BLE SA LUD**  
Marketing Sanitario



# CONCLUSIONES

En nuestro anterior informe vimos que el dato del **número de fans**, aun siendo un dato relevante, no es definitivo para medir el éxito de una fanpage. Lo verdaderamente relevante es tener una comunidad de seguidores o fans fieles y activos con los que la clínica pueda interactuar.

A nuestro juicio, a partir de 5.000 fans este objetivo está sobradamente cumplido. En este documento vemos que las 20 primeras clínicas del ranking así lo confirman, todas ellas superan esa cifra.

Este primer semestre de 2019 volvemos a tener en los primeros puestos de este indicador a la **Clínica Bonome, Adalia** y, en esta ocasión, se incorporan el **Grupo Icot, Vithas Eurocanarias Instituto Oftalmológico** y **Clinimagen**. Todas ellas superan los 10.000 fans. ¡Felicidades!



# CONCLUSIONES

**El número de “Me Gusta”** revela la calidad de las publicaciones y permite estrechar lazos con nuestros seguidores. En este sentido, la que más éxito ha tenido con su línea de publicaciones ha sido **Derma Tenerife**, seguida de cerca de **CIDME** y del **Hospital San Juan de Dios de Tenerife**. No hay duda que lo que publican estos centros interesa a sus seguidores y, por lo tanto, están en sintonía con ellos. Unido al indicador anterior se encuentra el ranking por número de publicaciones, es decir, la frecuencia con la que subimos una entrada a Facebook. Aquí destaca por su dinamismo también **Derma Tenerife** con más de tres publicaciones diarias de media, es decir 610 publicaciones en seis meses.

En el **ranking por crecimiento** destacan este semestre la **Clínica de la Cuesta y Nivaria** con más de 1000 seguidores en seis meses. En el ranking por rendimiento vemos que, además de la clínica Nivaria y de la Cuesta, se une la **Clínica Dental Tomas Molina**. Estos centros rubrican su crecimiento en número de fans con una gran optimización de la relación con los mismos. Son un buen referente para este periodo estudiado.

Una gran pregunta que siempre nos hacen los propietarios y gestores de las clínicas: **“¿Cuanto vale económicamente mi página?”** Para responder a esa pregunta hemos introducido en este periodo el ranking de valor publicitario. Según nuestros datos los dos centros que publicitariamente tienen más valor o, dicho de otro modo, que tendrían que invertir más dinero en publicidad para conseguir los resultados que ahora tienen con su fanpages, son **Derma Tenerife** y el **Grupo Icot**. Finalmente a la cabeza del ranking de compromiso de sus fans se encuentra el **Hospital San Juan de Dios de Tenerife** y los **Hospitales San Roque**.



**¿QUIERES RECIBIR LOS DATOS DE  
TODAS LAS CLÍNICAS ESTUDIADAS?**

**PARA ELLO SOLO TIENES QUE  
INSCRIBIRTE EN CANARY DOCTOR**



<https://www.canarydoctor.com/publicaciones>