



## Impacto de la campaña REACTÍVATE: un éxito en tiempos de pandemia.

Nº 238

García P<sup>1,5</sup>, Palo J<sup>2,5</sup>, Rodríguez A<sup>3,5</sup> Lage M<sup>2,4,5</sup>,

1.Miembro del Grupo de Nutrición y Digestivo de SEFAC , Miembro del grupo de Diabetes de SEFAC 2.Miembro del Grupo de Respiratorio y Tabaquismo de SEFAC, 3.Coordinadora del Grupo de Nutrición y Digestivo de SEFAC, 4.Miembro del Grupo de HA y RCV de SEFAC, 5. Farmacéutico/a comunitario/a

### INTRODUCCIÓN

La campaña REACTÍVATE, creada y promovida por la Sociedad Española de Farmacia Clínica, Familiar y Comunitaria (SEFAC), ha pretendido inculcar hábitos de vida saludable a la población en tiempos de pandemia donde nuestro estilo de vida ha sufrido cambios importantes. Las redes sociales han sido nuestro gran aliado en su difusión. Es necesario estimar el alcance en la población y en diferentes redes sociales para la implementación de futuras campañas.

### OBJETIVO

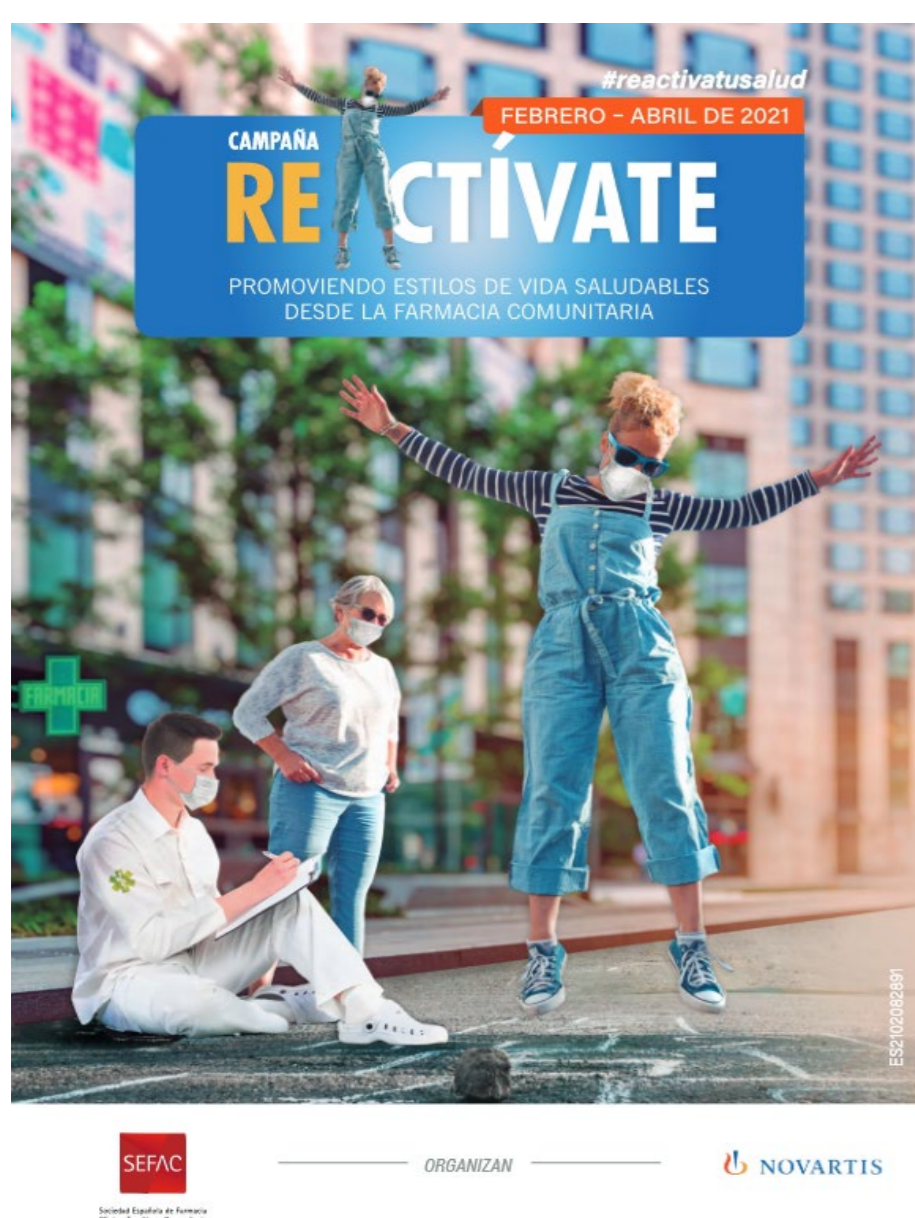
Analizar y valorar el alcance y participación ciudadana en las dos ediciones de la campaña REACTÍVATE.

### MATERIAL Y MÉTODOS

Se ha realizado un análisis y valoración de los datos de participación generados en redes sociales y webs gestionadas por SEFAC, en las dos ediciones de la campaña, REACTÍVATE y REACTÍVATE VERANO, entre febrero y octubre de 2021.

Las variables analizadas para valorar el impacto de la campaña fueron el número de descargas del material de la campaña, las impresiones existentes en redes sociales y la participación de particulares y personas famosas mediante videos, fotografías y retos.

### RESULTADOS



	IMPRESIONES EN REDES	VISUALIZACIONES DE VÍDEOS
PRIMERA EDICIÓN (FINALIZADA)	2.400.000	12000
SEGUNDA EDICIÓN (EN PROCESO)	500.000	5000



Además:

- Participaron **5 personas relevantes** del mundo del deporte.
- Se visualizaron diferentes vídeos de particulares.

El tiempo medio entre publicaciones:

8 días en Reactivate (mínimo 0, máximo 32)

9 días en Reactivate Verano (mínimo 0, máximo 77)

Esto demuestra mayor discontinuidad en la segunda parte del proyecto, lo cual se puede deber a que se ha desarrollado en verano: época vacacional y con una mayor dispersión de la población que provoca un menor seguimiento de la campaña.

### CONCLUSIONES

- El alcance de la campaña REACTÍVATE ha resultado positivo, consiguiendo tasas de participación importantes.
- El tiempo medio de las publicaciones ha sido variable, mostrando tiempos medios entre publicaciones claramente mayores en la edición verano.
- La época del año ha afectado al desarrollo del proyecto, lo que debe tenerse en cuenta en futuras campañas.

### PALABRAS CLAVE

Hábitos de vida saludable; farmacia comunitaria

### AGRADECIMIENTOS

A Novartis y a todos aquellos que de manera personal y desinteresada participaron en las redes sociales y contribuyeron a la difusión de esta campaña.

No existen conflictos de interés.