



5.2. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA

La comunicación en 2022 ha supuesto también una vuelta a una relativa normalidad de la AEMPS. Esto ha permitido ver el salto en la percepción pública que ha dado la Agencia en los últimos años. Las acciones de comunicación han consolidado su llegada a los distintos grupos de interés, tal y como se refleja en el impacto creciente en redes sociales, en los eventos organizados por la Agencia y a través de la Oficina de Atención a la Ciudadanía. La AEMPS ha continuado durante este año generando contenidos relevantes y adaptados a las necesidades de la ciudadanía, los profesionales sanitarios y la industria. Por ello, se han ampliado los formatos de las comunicaciones, primando los contenidos más accesibles, interactivos y audiovisuales como las campañas informativas gráficas, tales como las relativas al uso adecuado de los protectores solares, a qué pasos seguir para realizar un tratamiento de ortodoncia seguro o a mejorar la comprensión sobre los cartonajes de medicamentos.

En lo que tiene que ver con la relación con los medios de comunicación, el número de peticiones de información se ha reducido con respecto a los años anteriores: 263 frente a las 528 de 2021, acercándonos a unos niveles más parecidos a 2019. Sin embargo, es palpable el cambio en la valoración de los medios y el conocimiento de estos sobre la actividad de la AEMPS. Esto se aprecia tanto en el contenido de estas peticiones, como en los contenidos publicados.

La Agencia, con voluntad de transparencia y servicio público, continúa enfocándose en difundir su actividad a través de comunicaciones expeditivas: en 2022 se han publicado 152 notas informativas de diferente tipo y un total de 49 boletines de actividad. La actividad digital de La Agencia ha sido constante a lo largo del año y, aunque ha habido un ligero descenso en el número de visitas a la web corporativa, ha continuado el crecimiento en seguidores tanto en [Twitter](#), como en [LinkedIn](#) y [YouTube](#), así como las tasas de interacción.

La actividad digital de La Agencia ha sido constante a lo largo del año y, aunque ha habido un ligero descenso en el número de visitas a la web corporativa, ha continuado el crecimiento en seguidores tanto en Twitter, como en LinkedIn y YouTube, así como las tasas de interacción

Por último, cabe destacar la interacción directa a través de la Oficina de Atención a la Ciudadanía, con el servicio de atención telefónica y presencial. En este último ámbito, la AEMPS es, desde septiembre de 2022, [un centro autorizado para expedir certificados digitales](#). En los tres meses de actividad correspondientes a 2022, ha expedido un total de 1.230 certificados.

Visitas a www.aemps.es



Impresiones en redes sociales

Red social	2020	2021	2022
Twitter	5.500.000	3.051.200	3.306.724
LinkedIn	828.000	1.137.377	1.232.600
Youtube	2.104.436	1.763.788	4.444.626

Peticiones de prensa respondidas



Visitas por país

País	Visitas	% Total
España	5.580.172	63,4%
México	724.798	8,2%
Colombia	227.207	2,6%
Chile	162.210	1,8%
Alemania	120.065	1,4%
Argentina	111.912	1,3%
Estados Unidos	107.288	1,2%
Perú	104.106	1,2%
Francia	70.119	0,8%
Venezuela	64.335	0,7%
Otros	1.531.225	17,4%

Notas informativas por temática

