



good

ESTRATEGIA RRSS FEMSA SALUD CHILE

CASO DE ÉXITO • FEMSA SALUD CHILE

Una sola voz para un ecosistema de 10 marcas de salud

FEMSA Chile
Salud

Diseñamos y gestionamos la estrategia de LinkedIn e Instagram de FEMSA Salud Chile, transformando un archipiélago de marcas —Cruz Verde, Maicao, MiLab, Intercarry y más— en una narrativa corporativa reconocible, consistente y con voz propia.

Cómo ayudamos

Diseñar · Amplificar

01

Diseñar

Estrategia y sistema visual propios para LinkedIn e Instagram, con voz diferenciada por plataforma y evolución continua de la identidad.

02

Amplificar

Gestión basada en datos para definir horarios, días y la mezcla de contenido óptima entre ambos pilares, mes a mes.

Desafío / aspiración

Conectar canales, contenidos y audiencias bajo una narrativa común.

FEMSA Salud Chile agrupa a Cruz Verde, Maicao, Super Sana, Spin, MiLab, Intercarry, Provefarma y otras marcas, cada una con su propia audiencia y su propio canal. El reto: darle a la corporación una voz propia en redes sociales, capaz de posicionarla ante sus stakeholders y su gente, sin diluirse entre sus marcas ni convertirse en un canal más de venta.

Territorios

Comunicación externa · PR · Contenidos · Marca · Reputación · Marca empleadora

01

Comunicación externa

02

PR

03

Contenidos

04

Marca

05

Reputación

06

Marca empleadora

El desafío

FEMSA Salud Chile agrupa a Cruz Verde, Maicao, Super Sana, Spin, MiLab, Intercarry, Provefarma y otras marcas, cada una con su propia audiencia y su propio canal. El reto: darle a la corporación una voz propia en redes sociales, capaz de posicionarla ante sus stakeholders y su gente, sin diluirse entre sus marcas ni convertirse en un canal más de venta.

Nuestra lectura

FEMSA Salud Chile no compite con sus marcas por atención: las conecta. Esa fue la clave. LinkedIn necesitaba una voz corporativa que hablara a stakeholders; Instagram, una voz humana en la que los propios colaboradores hablaran a la comunidad. Y para sostener el relato en el tiempo, la identidad tenía que ir de la mano con evidencia concreta: no solo decir quiénes son, sino demostrar lo que hacen.

“FEMSA define quiénes somos, y Negocio demuestra lo que hacemos.”

La solución

Construimos un sistema de contenidos organizado en dos pilares—FEMSA, foco en cultura, propósito y sostenibilidad, y Negocio, foco en marcas y resultados— más un formato transversal, Conexión, pensado para generar interacción con contenido liviano y de tendencia. Todo sobre una identidad visual propia, un calendario editorial recurrente y un protocolo de respuesta que ordena cada interacción con la comunidad.

Cómo lo desarrollamos

- Estrategia y sistema visual propios para LinkedIn e Instagram, con voz diferenciada por plataforma y evolución continua de la identidad.
- Series de contenido que dan protagonismo, por turnos, a personas, equipos y negocios distintos del ecosistema, conectando sus historias bajo un mismo propósito.
- Producción audiovisual propia —guion, grabación en terreno, motion graphics y animación— para reels, stories, carruseles y piezas estáticas.
- Gestión basada en datos para definir horarios, días y la mezcla de contenido óptima entre ambos pilares, mes a mes.
- Protocolo de respuesta y Q&A que estandariza tiempos y criterios frente a consultas, reclamos y casos sensibles.

Capacidades aplicadas

- Estrategia de contenidos y comunicación.
- Arquitectura de marca para ecosistemas multi-negocio.
- Gestión y producción de redes sociales.
- Guionismo y producción audiovisual.
- Diseño de sistemas visuales.
- Analítica de redes sociales y toma de decisiones basada en datos.
- Diseño de protocolos de gestión de comunidad.

Hallazgos clave

- Una voz diferenciada por plataforma conecta mejor que un tono único aplicado a toda la marca.
- El contenido que conecta explícitamente a las distintas marcas entre sí genera un relato más completo que las piezas aisladas.
- La gestión basada en datos permite ajustar mes a mes qué formato y horario funciona mejor en cada canal.
- Un formato liviano y cercano sostiene la interacción con la comunidad sin desgastar el relato corporativo.
- Ordenar la gestión de comunidad bajo un protocolo explícito reduce la improvisación frente a casos sensibles.

Lo que cambió

Desde que iniciamos la gestión, la comunidad y la conversación en torno a FEMSA Salud Chile han crecido de forma sostenida en ambas plataformas, confirmando que una narrativa consistente y basada en datos genera resultados reales.

LinkedIn · desde noviembre 2025

+16%

crecimiento de seguidores

+86%

más impresiones

+155%

más interacciones

Instagram · desde el inicio de la gestión

+59%

crecimiento de comunidad

53K+

impresiones acumuladas

~7%

engagement promedio

- Una narrativa unificada que conecta a las 10 marcas del ecosistema bajo un mismo propósito, sin restarles identidad propia.
- Un sistema que evoluciona y se perfecciona con cada ciclo, ajustándose al desempeño real de cada canal.

¿Tu organización también necesita una narrativa que conecte marca, negocio y personas? En Good diseñamos y gestionamos sistemas de comunicación que crecen con tu negocio. Conversemos.