**Dominancia de EsSalud:**

* El hashtag **#EsSalud** es el más usado, con **55 menciones**, lo que sugiere una estrategia más activa o eficiente de posicionamiento institucional en TikTok por parte de EsSalud.
* En cambio, el hashtag **#Minsa** aparece solo **4 veces**, evidenciando una menor presencia en comparación.

**Temáticas centrales:**

* Los hashtags con mayor frecuencia están ligados directamente a **temas de salud y vacunación**:  
  + **#COVID19 (30 menciones)**
  + **#VacunaVacunas (19 menciones)**
  + **#vacunarseEsSalud (17 menciones)**
  + **#Pfizer (15 menciones)**
  + **#PlazaNorte** y **#VacunatonVacunaton**, también con 15 menciones, probablemente hacen alusión a campañas específicas o centros de vacunación.

**Campañas con identidad emocional o festiva:**

* Hashtags como **#VacunamosConAmor (13 menciones)** y **#VacunaFest (6 menciones)** reflejan esfuerzos comunicacionales para conectar con la audiencia a través de emociones o formatos juveniles y atractivos.

**Tendencias de comunicación:**

* El uso de hashtags institucionales y de campañas revela una orientación hacia una **comunicación proactiva**, especialmente por parte de EsSalud.
* El **uso decreciente** de ciertos hashtags sugiere que hay iniciativas o mensajes que no lograron posicionarse con la misma fuerza, o que pertenecen a campañas más puntuales y menos replicadas.