



Infarma, el Congreso Europeo de la Oficina de la Farmacia y Salón de Medicamentos y Parafarmacia sigue creciendo... y no sólo en cuanto a número de asistentes (un 14% respecto a 2013). Los medios sociales (concretamente Twitter) se consolidan como parte del “día a día” de los profesionales del sector, tal y como muestra el segundo informe “Uso de Twitter en la Oficina de Farmacia”, elaborado por [Evolufarma](http://evolufarma.com).

Twitter no es un “desconocido” para el farmacéutico. A pesar de que la tasa de penetración sigue siendo baja (poco más de un 3% respecto al número de asistentes) el informe elaborado por la plataforma de marketing multicanal Evolufarma resalta cómo dicha cifra se incrementaba un 50% respecto a la edición celebrada en 2013 en Barcelona (2,3%).

Esta tendencia alcista también se aprecia en cuanto al número de usuarios que han participado de la conversación a través de los dos hashtags mayoritarios utilizados durante el evento, #infarma e #infarma2014 (hay un tercero, #tuitkdd, pero por su singularidad lo trataremos en un apartado específico de este informe): de las 570 cuentas identificadas en 2013 hemos pasado a 866 en la edición de 2014.

El ‘retrato robot’ del usuario

Si tuviéramos que definir al usuario medio de Infarma 2014 en Twitter, nos encontraríamos que es un varón (60%), que tiene el español como lengua principal (el 98% de los tweets se han emitido desde cuentas configuradas en español), que utiliza dispositivos móviles (el 45% de los tweets se han emitido desde la aplicación oficial de Twitter para dispositivos iPhone) y que tiene entre 100 y 1000 seguidores.

Usuarios más activos vs más influyentes

Otro aspecto a analizar es la dicotomía entre los usuarios más activos (aquellos que han publicado más tuits con el hashtag #infarma o #infarma2014) frente a los más influyentes (los que, al multiplicar el número de tweets por el número de seguidores de su perfil, tienen la potestad de impactar en un número determinado de perfiles). @Tipsdeluz, con 100 publicaciones, recoge el testigo de @infarma_es en 2013, que lideró esta clasificación con 97. Por su parte, @SergioVanoG, con 203.626 impresiones orgánicas, se erige en el usuario más influyente de esta edición de 2014.

Contenido más viralizado

No sólo de volumen vive Twitter, sino también de viralidad. Por este motivo, desde hemos considerado oportuno separar ambas magnitudes para intentar ofrecer una visión lo más “aséptica” posible de lo ocurrido durante Infarma. El tuit más retuiteado de esta edición es obra de @farmaenfurecida con un total de 55 compartidos. Así mismo, la imagen más viralizada corresponde al mismo tweet, como se puede apreciar en la captura adjunta.

#Tuitkdd, la “sorpresa” agradable de Infarma 2014

Al margen de la actividad propia de la feria, un grupo de “farmatuiteros” decidió que los medios sociales también debían tener cabida en Infarma 2014. Por este motivo, a iniciativa de @susitravel (Asunción Martínez) organizaron la #tuitkdd, con el propósito de convertirse en el espacio físico de “desvirtualización” de los principales tuiteros del sector.

En cuanto al impacto del evento en el mundo online, desde Evolufarma hemos identificado

1453 tweets emitidos por 241 cuentas, lo que demuestra el grado de actividad de este grupo (6 tweets por usuario, el doble que lo registrado a partir de los hashtags "oficiales"). **FV**

{jcomments on}