

Farmacias, suspenso en ecommerce

15/10/2014@19:07:34 GMT+1



Las farmacias españolas no están aún preparadas para la venta por Internet. Las que cuentan con presencia digital no tienen optimizado su posicionamiento y 4 de cada 10 no cumple la normativa legal. Al menos es lo que se desprende del primer Estudio de Mercado de la Presencia Digital de la Farmacia en España, elaborado por la consultora Evolufarma.



La investigación, que ha contado con el patrocinio de Grupo Correos, analizó 1.910 farmacias de un total de 8.000 identificadas en la Red, con la tecnología web scrapping. Sólo 3 de cada 10 tiene presencia en Twitter (31,7%) y 4 de cada 10 (43,1%) en Facebook.

Además, únicamente el 0,2% de las webs están optimizadas para posicionamiento en buscadores (SEO) y el 91% no dispone de Page Rank, con el que comprobar las visitas a cada página. Por otro lado, más de un tercio de las boticas encuestadas (un 35%) no posee una URL descriptiva, que permita al usuario recordar fácilmente la dirección web.

Otra de las conclusiones del estudio es que la presencia de las farmacias en Internet no se ajusta a la normativa vigente (39,1%). En Facebook, la situación irregular se detectó en el 37% de los perfiles, en farmacias radicadas en Madrid (38,38), Galicia (17,9%) y Canarias (11,88).

El estudio revela que los consumidores cada vez utilizan más Internet para buscar información sobre productos farmacéuticos. Disponer de una buena presencia digital es clave para las farmacias que quieran ofrecer credibilidad. Más aún, cuando muchas de las grandes cadenas de distribución incluyen una sección de parafarmacia. El pasado año se aprobó un Real Decreto (RD 870/2013), que regula la venta de medicamentos online, pendiente de desarrollar.