

El comercio electrónico: asignatura pendiente para las farmacias

Un 9% de las farmacias de España disponen de página web, de las cuales un 20% ofrecen venta online

Internet | 21/10/2014 - 15:24h



Clienta y farmacéutica en una farmacia de Bcn Álex García

TEMAS RELACIONADOS

[Google](#)

[Mark Zuckerberg](#)

NOTICIAS RELACIONADAS

- [Putin sigue siendo el más poderoso del mundo para 'Forbes'](#)
- [Las solicitudes de datos a Facebook por parte del espionaje y la policía suben un 24%](#)
- [Cada vez hay menos vídeos de YouTube en Facebook](#)
- ['Teendencias' móviles](#)
- [Facebook amenaza el reinado de Google en la publicidad móvil](#)

Barcelona (Redacción).- A pesar de que **el comercio electrónico gana adeptos** por momentos, de las 21.000 farmacias que existen en **España** –registradas por el Informe Anual de ASPIME– apenas un 9,06% tiene página web y un 20% de estos sitios ofrece venta online. La presencia digital es una asignatura pendiente para este sector.

Un estudio elaborado por Evolufarma ha identificado **1.904 farmacias** españolas que tienen alguna presencia en internet, ya sea en forma de página web propia, de blog, de perfil en las distintas redes sociales o si están incluidas en un directorio público online. Respecto al primer canal, 1.790 farmacias tienen al menos un portal web. Sin embargo, una minoría (20%) vende a través de ellos y, si se compara con el total de tiendas físicas de este sector en España, apenas un 1,66% de estas disponen de tienda online.

Aun así internet es un canal que puede dar mucho de sí a las farmacias. En comparación al **'ecommerce'** en general, el sector farmacéutico recibe mucho más tráfico (75%) procedente de buscadores que la media (28%) –aportada por el estudio anual de eCommerce 2014 de IAB, citado en el informe–. Esto se explica, según la empresa autora del análisis, por "el interés que despierta la información de salud en el internauta".

Al sector le queda saber aprovechar esta tendencia porque, en cuanto a popularidad, sus páginas web pasan bastante inadvertidas según los indicadores de **Google** y **Alexa.com**. En relación al Page Rank (valor que otorga la empresa del buscador a un sitio web en función de diferentes parámetros que va del 0 al 10), el 92,81% de las páginas analizadas en el informe tienen valor inferior a 1. Cabe recordar que, como recomiendan los expertos en marketing online, para que una web tenga relevancia debe contar como mínimo con un 3 de 'pagerank'.

Por lo que atañe a la lista de Alexa, que se basa en el número de visitas y considera que un sitio web es importante cuando ocupa una posición inferior a un millón en el ranking global, de las 346 farmacias indexadas por Evolufarma un 1,62% entra dentro de esta cifra. La mejor posicionada es Farmaciaencasaonline.es (posición 207.403 en el ranking global y 5.287 en el español).

La farmacia social

Del total de farmacias con presencia en internet, 822 (un 43,17%) tienen una cuenta en **Facebook**, ya sea en forma de página de empresa o perfil personal. Le sigue, por este orden, **Twitter** (604), **Pinterest** (224), **YouTube** (192), **Google+** (114), **LinkedIn** (76), **Flickr** (47), **Vimeo** (29) e **Instagram** (27).

En relación a la **comunidad** que sigue estos establecimientos en Facebook, esta engloba un total de 336.899 fans. De las farmacias que tienen un perfil en la red social de Mark Zuckerberg, 34 superan la barrera de los 2.000 seguidores como, por ejemplo, Farmacia Provenza 156 (más de 12.000 fans), mientras casi un centenar de ellas tienen menos de cien.

En cuanto a Twitter, los 'followers' totales se sitúan en los 218.825 y el 35,2% de los perfiles de farmacias no alcanzan el centenar de seguidores. En este sentido, la cuenta que lidera el ránking en popularidad en esta plataforma es [@farmacialanucia](#) con 14.263 personas siguiéndola.

Si bien existe una presencia en las redes sociales, también hay un porcentaje destacado de **inactividad**. Según los analistas del informe, actualmente 188 farmacias habrían dejado de actualizar su perfil de Twitter. El ratio de abandono de esta plataforma es del 31,12%, lo que multiplica por seis los presentados por Facebook (habiéndose excluido los perfiles personales).

Como curiosidad, cabe mencionar que 2012 fue el año en que se registraron más farmacias en Twitter (214, lo que supone un 30,9% del total), gracias a los datos aportados por la misma plataforma del microblogging y recogidos por la empresa autora del informe. Tres años antes apareció la primera cuenta de este sector creada por Farmacia Mercado Central de San Fernando en Cádiz.