

Sólo el 12,63% de las farmacias españolas tiene presencia online



Según el **II Estudio de Mercado de la Presencia Digital de la Farmacia en España**, presentado en Infarma, en España existen **3.159 boticas (un 12,63%) con presencia propia en el mundo online**. De éstas, **un 37,35% tienen una presencia en ocasiones “irregular”** en función de la normativa legal propia de cada Comunidad Autónoma. Según la empresa tecnológica Evolufarma, que ha elaborado este informe, Madrid continúa con el dudoso honor de seguir liderando esta lista, si bien pasa del 38,38% al 33%. Le siguen Galicia (con el 18,53%) e Islas Canarias (10,61%). Destaca Extremadura, que multiplica por cuatro las farmacias que tienen una presencia irregular en el ámbito online.

Acerca del RD 870/2013: un 1% de farmacias venden online EFPs

Uno de los aspectos tratados durante la presentación ha sido el RD 870/2013, que regula la venta de medicamentos online, y su implementación en el mercado durante el segundo semestre de 2015. Concretamente, **se han identificado 217 farmacias que al cierre de este trabajo vendían EFPs online**, 3 más de las que pueden hacerlo oficialmente tras haber cursado el proceso de alta en el portal Distafarma, dependiente de la Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios (AEMPS). Por tanto, nos encontramos que apenas el 1% del total de boticas españolas han decidido apostar por este modelo de negocio.

Redes sociales como herramienta de fidelización

Las **redes sociales**, como se ha resaltado durante la presentación, se convierten en el **lugar de encuentro entre pacientes y farmacéuticos**. Cada vez son más los usuarios que antes de decidirse buscan información acerca de productos en internet, y en el mundo de la farmacia no podría ser de otra manera. Como se ha expuesto, los medios sociales se postulan como el lugar idóneo para crear un vínculo con los clientes que los **fidelice con nuestra oficina de farmacia**. Las cifras obtenidas muestran el nicho de crecimiento que el sector tiene en las plataformas online: de las farmacias analizadas, **un 57,05% de la muestra ha ampliado su presencia en Facebook** respecto a la anterior oleada, mientras que esta cifra se ha quedado en un **48% en Twitter**.

Marketing online, la asignatura pendiente

Además, se ha destacado la falta de preparación de las farmacias para implementar estrategias de marketing online en sus sitios web, tal y como confirma el hecho de que el 76,5 % de las farmacias no tenga Page Rank o que cerca de un 31,24% de las farmacias no dispongan de una URL descriptiva que permita al usuario recordar fácilmente la dirección web o que el 23,36% de las webs de farmacias no presentan enlaces entrantes (backlinks).

TAGS