



La industria se convence del potencial de las redes sociales

- Expertos del sector se reunieron en Londres para analizar el nuevo contexto
- Las compañías desarrollan iniciativas interesantes para médicos y pacientes

FRANCISCO ROSA
Londres

Las farmacéuticas, que en su día fueron reticentes a estar en las redes sociales, han comprendido que el futuro pasa por tener visibilidad en el entorno virtual, por lo que ahora apuntalan sus estrategias de comunicación *online*. Esa es la conclusión que salió de la tercera edición de las jornadas sobre "Redes sociales en la industria farmacéutica", celebrada en Londres el 9 y 10 de julio.

Entre los ponentes estuvo Doris Casares, directora de comunicación de la patronal de los genéricos en España (Aeseg), quien, además de narrar las experiencias acumuladas por la asociación a la que representa, analizó la nueva relación entre los laboratorios y las redes sociales. "Las empresas no se habían dado cuenta del enorme potencial que les ofrecen las plataformas sociales", afirmó Casares durante la conferencia.

Para ello, las compañías han tenido que superar algunos miedos, dadas las características peculiares que presenta el nuevo entorno. A este respecto, la responsable de comunicación de Aeseg destacó en su presentación el miedo a lo "desconocido, el temor a los cambios y al fracaso", así como el pánico a las consecuencias de un entorno "altamente regulado", como las principales barreras que han tenido que superar las entidades

Datos que confirman la importancia de las redes sociales en el sector salud

- ▶ En 2014, las redes sociales serán la herramienta de comunicación principal para el 20 por ciento de las organizaciones (Informe Gartner 2011).
- ▶ Las redes sociales reducen los gastos de las empresas en desplazamientos entre un 10 y un 50 por ciento (*How to harness the social media*. Outlook Accenture, 2011).
- ▶ Facebook ha ganado unos cinco millones de usuarios en los últimos cuatro años.
- ▶ "Salud" es el término más buscado en la versión española de Google.
- ▶ Ocho de cada diez españoles consulta en Internet sobre temas de salud y la mitad consideran que la información es fiable (Informe Pfizer, 2010).
- ▶ Uno de cada seis españoles consulta en Internet antes de acudir al médico (Estudio de la Universidad de Alcalá de Henares, 2009).



EL GLOBAL

Fuente: Elaboración propia con datos facilitados por Aeseg.

que operan en este sector antes de tomar la decisión de incorporarse a este nuevo mundo.

Una vez dado el paso, han comenzado a surgir iniciativas interesantes, algunas de las cuales se abordó durante el encuentro celebrado en Londres. "Destacaría la aplicación de Pfizer para móviles para localizar los aseos públicos más cercanos, así como la plataforma social doc2doc, a través de la cual los médicos pueden compartir en tiempo real dudas, conversaciones y casos clínicos", señala Casares.

Una vez analizado el contexto general, hizo un repaso de la estra-

tegia de Aeseg en este ámbito. "Lo primero de lo que nos dimos cuenta es de que si queríamos llegar a la gente primero la teníamos que escuchar", admite.

A partir de ahí, la patronal se lanzó a los diversos medios. Eso sí, sin apartarse de la línea estratégica que se habían marcado para los medios *offline*. Así, se creó la web www.engenerico.com, se dieron de alta las cuentas de Twitter @aeseg_genericos y @engenerico, así como los perfiles en Facebook y LinkedIn. "En la EGA nos miraban raro y ahora ya están revisando su estrategia para abrir cuentas en Twitter y Youtube", apunta.