

Actividad de SEFAC en redes sociales durante el estado de alarma por la pandemia de la COVID-19

Matarranz Torres L¹, Molinero A², Pulido Samper J³, Vaillo de Mingo M⁴

¹ Coordinadora de la Comisión de Nuevas Tecnologías de SEFAC. Barcelona. ² Vicepresidenta de SEFAC. Madrid. ³ Departamento de comunicación. Madrid. ⁴ Responsable de comunicación SEFAC. Madrid.

▶ **Palabras clave:** redes sociales; farmacias comunitarias, COVID-19

INTRODUCCIÓN

La aparición de la alerta sanitaria provocada por la aparición de la COVID-19 (SARS-CoV-2) a inicios de 2020, con la posterior declaración de pandemia (11 de marzo) por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS), ha generado un gran número de informaciones y noticias que han tenido un gran eco en las redes sociales, que se han convertido en canales fundamentales en la transmisión de información sobre la pandemia. Consciente de ello, SEFAC ha reforzado su actividad en sus distintos perfiles de RRSS durante los meses principales que ha durado el estado de alarma en España como consecuencia de la pandemia (marzo-abril-mayo).

OBJETIVO

- ✓ Evaluar el impacto en las redes de SEFAC de las publicaciones relacionadas con la pandemia.
- ✓ Evaluar el crecimiento en las distintas redes sociales en las que SEFAC ha tenido presencia activa: Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter.

METODOLOGÍA

Desde el inicio del estado de alarma se han introducido todo tipo de contenidos de utilidad relacionados con la pandemia (infografías, documentos nacionales e internacionales, actividades, recomendaciones de SEFAC y otros organismos oficiales...). También se elaboró un vídeo de agradecimiento a los farmacéuticos por su labor. El impacto de las publicaciones se ha medido cuantitativa y cualitativamente con herramientas de análisis métrico propias de dichas redes (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn.) Estos canales suman más de 41.000 seguidores.

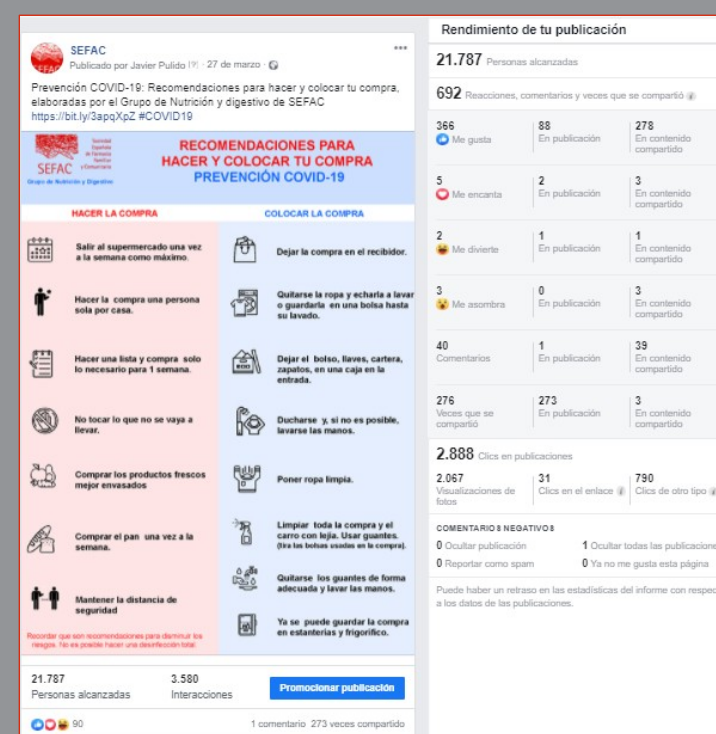
RESULTADOS

En Twitter, se consiguieron **4.000 clicks** en los enlaces a información propia, **3.800 retuits** y **5.300 “Me gusta”**. Durante el periodo se respondió a **292 consultas** de los seguidores de la cuenta de SEFAC. En Facebook, se ganaron **2.193 seguidores**. En las publicaciones con información de SEFAC, la que más alcance tuvo fue una infografía con recomendaciones para hacer la compra, que se compartió **274 veces**, tuvo **366 “Me gusta”** y llegó a **21.575 personas**. En Instagram la publicación de mayor alcance fue un vídeo motivador del presidente de SEFAC, Jesús C. Gómez, que tuvo **354 “Me gusta”** y se reprodujo en **2.002 ocasiones**. Dicho vídeo fue también la publicación más vista en LinkedIn, con **1.552 visualizaciones**.

Actividad en Twitter



Actividad en Facebook



Actividad en Instagram



CONCLUSIONES

La actividad de SEFAC en RRSS ha contribuido a mejorar el conocimiento de la pandemia por parte de la población y de los profesionales farmacéuticos y ha incrementado la visibilidad de SEFAC como sociedad científica comprometida con la salud pública.