

El 56% de las clínicas y doctores españoles ya tiene perfil en las principales redes sociales

Informe Top Doctors – "El Médico y las RRSS: en busca del paciente digital"

La profesión médica hace cada vez más esfuerzos por digitalizarse y tener presencia en redes sociales. De hecho, según un análisis de Top Doctors.es® (www.topdoctors.es), la empresa digital líder en la identificación de doctores y centros médicos de primer nivel, hasta un 56% de sus más de 6.000 doctores en España utiliza ya las redes sociales para potenciar un acercamiento con los pacientes, así como para generar una información de calidad relativa a su especialidad. Trabajar la reputación online y generar contenido en los distintos canales se ha convertido en un factor fundamental para llegar a un paciente digital que está a kilómetros de distancia de los doctores en la evolución tecnológica.

Esto responde a un auge en el consumo de la información de salud por parte de la población. "Nos encontramos ante un paciente que ya va por la versión 4.0: que se informa, es previsor y activo en la gestión de su salud. Cada vez hay más personas interesadas en mantenerse al tanto de los avances médicos, conferencias, determinadas patologías o simplemente quieren contar en su día a día con información en salud y estilo de vida", indica Pablo de Porcioles, CCO para Europa de TopDoctors.es. "El médico se encuentra en plena adaptación a las distintas alternativas que ofrece el mundo online".

Facebook, la red favorita de los doctores españoles para hablar al paciente

Las redes sociales son un sistema de comunicación, información y contacto clave para los especialistas, al mismo tiempo que les permite aumentar la visibilidad y conseguir un buen posicionamiento en la red. Para los doctores que cuentan con perfil en los canales sociales, Facebook sería la red por excelencia (45% de los casos), que utilizan para realizar un acercamiento más directo al paciente, con información divulgativa de calidad sobre patologías y técnicas médicas. En este canal el usuario puede encontrar información relativa a técnicas o tratamientos del centro, vídeos con consejos o de apoyo ante la lucha de una enfermedad u opiniones de pacientes.

El segundo canal más usado entre la profesión (hasta el 40% de los especialistas) es Twitter, usado sobre todo para difundir hitos, destacar noticias sobre avances e información candente o de conferencias y eventos. Si bien este canal está más orientado a un perfil profesional, el paciente puede mantenerse informados sobre temas como los 'días mundiales' relacionados con la salud (momento en que las redes proporcionan una gran cantidad de información), así como las últimas noticias y novedades del sector, eventos, cursos, ferias entre otros. Le sigue LinkedIn (39%) que ayuda al doctor a construir su marca profesional como especialista en una determinada área, y YouTube (28%) con contenido visual y dinámico sobre técnicas o tecnología médica, tratamientos o con mensajes formativos.

Los odontólogos (12%), oftalmólogos (10%) y ginecólogos (6%) son los especialistas que más apuestan por tener un perfil en las distintas redes sociales. A día de hoy únicamente el 3% de los médicos tendría presencia en todos los canales sociales.

El sector sanitario en España, el país de Europa que da más valor a las redes sociales

El estudio realizado por TopDoctors.es señala que hasta un 53% de sus de sus doctores europeos cuentan con perfil en las redes sociales, siendo las cifras españolas superiores a las de Reino Unido, donde hasta un 52% de los doctores de TopDoctors.es usan estos canales, y de Italia, donde el porcentaje llega al 19%.

Al contrario que sucede en España, tanto en Italia como en Reino Unido la red social por excelencia es LinkedIn, sobre todo en el caso de los doctores británicos quienes en el 60% de los casos cuentan con perfil en esta red profesional. Por el contrario, en Facebook, red favorita para los doctores españoles, tanto en Italia como en Reino Unido solo 1 de cada 10 doctores la usa.

Datos de contacto:

AxiCom

916611737

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Medicina](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>