



Endocrinología y Nutrición



P-058. - Diabetes 2.0: Impacto de la Sociedad Española de Diabetes en las Redes Sociales

S. Conde Barreiro^a, C. Tejera Pérez^b, B. González Pelegrín^c, D. Fernández García^d, C. González Blanco^e, E. Menéndez Torre^f
y Grupo de Trabajo Diabetes 2.0^g

^aCentro de Salud de Barbastro, Barbastro. ^bComplejo Hospitalario Arquitecto Marcide-Profesor Novoa Santos, Ferrol. ^cHospital de Barbastro, Barbastro. ^dHospital Clínico Universitario Virgen de la Victoria, Málaga. ^eHospital de la Santa Creu i Sant Pau, Barcelona. ^fHospital Universitario Central de Asturias, Oviedo. ^gSociedad Española de Diabetes, Madrid.

Resumen

Introducción: Internet constituye una importante fuente de información en salud, tanto para profesionales como para pacientes. Las redes sociales tienen una alta penetrancia en nuestro país. Las más populares son Facebook®, YouTube® y Twitter®. Su uso en relación a la salud ha permitido un flujo continuo de información entre pacientes y profesionales, especialmente destacable en el caso de la diabetes.

Objetivos: Describir el impacto de la Sociedad Española de Diabetes (SED) en Facebook® y Twitter® durante el periodo 2013- 2015.

Material y métodos: Estudio descriptivo de los datos de interacción de las cuentas de la SED en Facebook y Twitter. Periodo de estudio: 30 de octubre de 2013 (creación de las cuentas)-31 de diciembre de 2015. Análisis estadístico a través de las herramientas estadísticas de Facebook, Twitter Analytics® y Excel 97.

Resultados: Facebook®: Número de seguidores: 3063 (1796 nuevos en 2015). Alcance de las publicaciones: 2.123 personas en 2013 (54,43 personas/publicación), 126.225 en 2015 (2.337,5 personas/publicación). El mayor alcance se produjo en publicaciones sobre eventos relacionados con diabetes y la SED, y con el lanzamiento de nuevas ediciones de la revista Diabetes. Twitter®: Cuenta @SEDiabetes. Número de seguidores: 992 (839 nuevos en 2015; 652 de ellos en el último cuatrimestre). Número de impresiones durante 2015: 163.887 (160.400 en el último cuatrimestre). Los mayores picos de actividad han coincidido con publicaciones sobre acontecimientos relacionados con la diabetes.

Evolución del número de seguidores en Facebook, número de publicaciones y alcance de las mismas

Año	Nº de nuevos seguidores	Nº de publicaciones	Alcance (personas que han leído las publicaciones)	Alcance medio (personas)
2013	127	39	2.123	54,43
2014	1.140	235	51.345	218,49

2015	1.796	54	126.225		2.337,50
Total	3.063	328	179.693		547,84

Evolución de las interacciones en Twitter entre noviembre de 2014 y diciembre de 2015

Mes		Seguidores nuevos	Seguidores totales	Nº de visitas al perfil	Nº de tuits	Nº de impresiones	Nº de menciones
Noviembre de 2014	1	151	76	0	0		35
Diciembre de 2014	2	153	21	0	0		1
Enero de 2015	4	157	73	0	0		8
Febrero de 2015	14	171	58	0	0		29
Marzo de 2015	8	179	203	21	354		36
Abril de 2015	50	229	410	2	1.814		162
Mayo de 2015	32	261	87	0	262		32
Junio de 2015	46	307	158	1	759		53
Julio de 2015	30	337	140	0	140		6
Agosto de 2015	3	340	84	0	158		23
Septiembre de 2015	154	494	2.627	127	38.200		109
Octubre de 2015	205	699	3.017	344	46.100		387
Noviembre de 2015	200	899	1.920	331	51.400		273
Diciembre de 2015	93	992	1.114	140	24.700		86

Totales	992	992	9.988	946	163.887	1.240
---------	-----	-----	-------	-----	---------	-------

Conclusiones: La participación de la SED en redes sociales ha mostrado un marcado incremento de la interacción a lo largo de 2015, coincidiendo con la creación del grupo de trabajo diabetes 2.0. El mayor impacto se produjo en eventos relacionados con la diabetes. Las sociedades científicas deben aprovechar el uso de las redes sociales para mejorar la educación sanitaria de la población, así como para interactuar con otros profesionales y con los pacientes.