

Las empresas del Ibex 35 aumentan su presencia en las redes sociales



A las grandes compañías no les ha quedado más remedio que adaptarse a las nuevas tendencias de comunicación e incrementar su presencia en las redes sociales. Así lo demuestra un estudio realizado por Medialuna, que afirma que la presencia de las empresas del Ibex 35 ha crecido en todas las redes sociales -excepto en Youtube y Google+, que se mantiene-.

El informe señala que, por volumen de publicaciones y comentarios realizados, Twitter sigue siendo el canal más utilizado por las grandes corporaciones, seguido de Facebook -utilizado por 30 empresas, frente a las 27 que lo hacían en 2014 y las 25 de 2013-. Además, las 35 cuentan ya con perfil en LinkedIn.

"Las firmas se están esforzando por conectar con las personas. El 11% de las compañías del Ibex 35 tiene más de 10 perfiles abiertos en Twitter para llegar de forma segmentada a colectivos con intereses variados, más allá de la cuenta corporativa", explica Elena Alonso, directora de calidad de Medialuna. Algo que responde, según Alonso, a que las empresas saben que es importante estar en contacto con la sociedad.

Contenidos sobre RSC

En cuanto al tipo de contenidos que difunden, los perfiles corporativos sirven para publicar resultados económicos, nuevos proyectos... A estos se les suman el resto de perfiles

temáticos, muy especializados. Además, crece la información que difunden estas empresas sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC), acciones con fin social o filantropía.

Por otro lado, se observa la misma tendencia en cuanto a contenidos audiovisuales: se incorporan cada vez más fotografías, infografías y vídeos en sus publicaciones, a través de plataformas como Instagram, Pinterest o Slideshare, que son usadas por un 45% de las empresas del colectivo. Dentro de este apartado destaca el estancamiento experimentado en Youtube, puesto que esta fue la red social que más creció el pasado año -de los 24 perfiles abiertos en 2013, se ha pasado a los 29-.

Asimismo, el estudio confirma que Twitter sigue siendo la red preferida por todas las compañías a la hora de comunicar con sus usuarios. "Representa la inmediatez y permite, de forma fácil, compartir información que puede estar colgada en otras plataformas o soportes. A los usuarios les gusta porque pueden enviar preguntas de forma sencilla", explica Alonso.

En este sentido, Alonso explica que las redes sociales están abriendo nuevas oportunidades de comunicación, ya que los ciudadanos pueden contactar de forma directa con las empresas, y las grandes corporaciones no viven de espaldas a esta realidad". El reto está ahora en generar contenidos de interés.

<http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6973595/09/15/Las-empresas-del-lbex-35-aumentan-su-presencia-en-las-redes-sociales.html#.Kku821sXXIKNwbn>