



Presencia en redes sociales de las empresas del Ibex 35 y sus principales directivos

1

Objetivo y metodología

2

Principales conclusiones

3

Informe de resultados

3.1. Principales resultados de las empresas del Ibex 35

3.1.1 Resultados LinkedIn

3.1.2 Resultados Twitter




3.1.3 Resultados Youtube

3.1.4 Resultados Facebook

3.2. Principales resultados de los directivos del Ibex 35 en LinkedIn




1 Objetivo y metodología





-  El objetivo de este estudio ha consistido en **conocer la presencia y comportamiento en redes sociales** tanto de las empresas del Ibex 35 como de sus principales directivos.
-  En el caso de las empresas se ha analizado sólo y exclusivamente las redes sociales que aparecían en su web corporativa o, en el caso de no aparecer en la web, aquellas con su nombre corporativo. No hemos tenido en cuenta otros perfiles bajo marcas, productos o servicios diferentes.
-  Para ello, hemos llevado a cabo el análisis siguiendo una **metodología cuantitativa**, dividiendo la información recogida en cinco campos, tanto para las organizaciones como para sus directivos:


Presencia en redes sociales	Empresas del Ibex 35 que están presentes en cada una de las redes sociales analizadas (LinkedIn, Twitter, Youtube, Facebook, Google+, Slideshare, Pinterest, Flickr y Tuenti). En el caso de los directivos se ha analizado su actividad en LinkedIn y en Twitter.
Media de seguidores en redes sociales	Promedio de seguidores de las empresas del Ibex 35 en LinkedIn, Twitter, Youtube, Facebook, Google+, Slideshare, Pinterest, Flickr y Tuenti.
Actividad en redes sociales	Hemos tenido en cuenta los siguientes indicadores: <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Perfil activo, que realiza actualizaciones con frecuencia (una vez por semana o más para Twitter y Facebook; una vez en el último mes para LinkedIn y Youtube). <input checked="" type="checkbox"/> Perfil inactivo, cuya actividad es menos que semanal en el caso de Facebook y Twitter o superior a un mes en el caso de LinkedIn y Youtube.

<p>Diseño externo del perfil en redes sociales</p>	<p>Para las empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Perfil personalizado, en el que se refleja la identidad corporativa de la empresa (presenta logotipo, imagen y descripción de la empresa). ✓ Perfil no personalizado. <p>Para los directivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Perfil completo: cuenta con titular, información académica y fotografía. ✓ Perfil supercompleto: además de lo anterior presenta información de contacto, URL personalizada y pertenece a algún grupo de LinkedIn. ✓ Perfil incompleto: que carece de esta información.
<p>Comportamiento en redes sociales.</p>	<p>Se han tenido en cuenta aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipo de contenido publicado: noticias, eventos, ofertas de trabajo u otro tipo de contenidos relacionados con la empresa. ✓ Formato utilizado: textos, fotografías, vídeos. ✓ Estilo de comunicación utilizado.



 La muestra analizada ha estado constituida por las 35 empresas que configuran este indicador así como por los 410 directivos de las mismas, siguiendo la siguiente estructura:

-  Presidente (35 directivos).
-  Vicepresidente (68 directivos).
-  Consejero delegado (35 directivos).
-  Comité directivo (272 directivos).


 El periodo de recogida de datos tuvo lugar entre el 15 y el 22 octubre de 2013.




2 Principales Conclusiones



La presencia y el uso de las redes sociales difiere en el caso de las empresas del Ibex 35 respecto de sus directivos:

 En el lado de las empresas podemos decir que **se advierte un esfuerzo por estar presente en las redes sociales mayoritarias**. Es destacable la presencia del 100% de las empresas en LinkedIn y el 97% en Twitter. Le siguen Youtube (66% de las empresas) y Facebook (63%). Otras en las que hay presencia pero mucho más reducida son Google+, Pinterest, Slideshare y Flickr. Por su parte los directivos apenas están presentes en las dos redes analizadas para ellos: sólo el 29% está en LinkedIn y el 4% está en Twitter*

 En lo que a la **actividad** respecta la diligencia de las empresas **baja**: en una red como LinkedIn sólo están activas el 40% de las empresas (un número mejorable a nuestro entender) si bien en Facebook y Youtube hay una actividad del 82% y el 87% respectivamente. En el caso de los **directivos**, a la ya mencionada **escasa presencia** en redes sociales hay que subrayar la **baja actividad** registrada en estas plataformas



*Hemos omitido en este informe los resultados obtenidos en Twitter, al tratarse de una base de directivos muy pequeña, de la que no se pueden extraer conclusiones.

La red social en la que la presencia del Ibex 35 es mayor (100%), LinkedIn, es a la vez, la red en la que menor actividad existe (40%) da la sensación de que las empresas del Ibex no saben sacarle partido a esta red, por otra parte muy afín a la vertiente corporativa de todas estas empresas.

Nos llama la atención la **poca accesibilidad de las redes sociales** en la mayoría de las webs corporativas analizadas. Los enlaces a las redes no aparecen de forma visible en la home y si aparecen, no están los enlaces a todos los perfiles en redes sociales en las que hay presencia.

Ejemplos de buen acceso a las redes sociales en la página web corporativa:



Empresas del Ibex 35 y redes sociales

LinkedIn: Infrutilización de la red social de los profesionales

- ✚ Pese a que las empresas del Ibex 35 tienen una muy **elevada presencia en LinkedIn** (están en ella el 100%), el uso que hacen de esta red es **limitado y mejorable**. El 48% por ciento tiene su página de empresa abandonada y sólo el 40% se mantiene activo en esta red social, una herramienta que se utiliza en la mayoría de los casos para difundir noticias de la propia empresa.
- ✚ Dada la notable audiencia que poseen las empresas del Ibex 35 en LinkedIn -de media 26.309 seguidores-, sería recomendable que se utilizaran estos perfiles con otros objetivos: personalizar la página de la empresa, aumentar la frecuencia de sus publicaciones, interactuar con los usuarios, difundir los nombramientos que se lleven a cabo en la organización, etc.

Twitter: Elevada presencia en la red de los 140 caracteres

- ✚ Las empresas del Ibex 35 aprovechan el dinamismo, alcance y posibilidades de esta red social, haciendo un **uso específico y personalizado** de la misma, actitud que se manifiesta en la alta cifra de las mismas que interactúa con los usuarios (57%) y utiliza Twitter como medio de atención al cliente (51%).
- ✚ Este interés por esta red social se hace presente en la elevada presencia que tiene entre las empresas del Ibex 35 (97%) y la buena tasa de actividad (59%) que registra Twitter

Empresas del Ibex 35 y redes sociales

Youtube: Perfiles cuidados y actualizados pero presencia mucho más reducida

- ✿ Canal en el que están presentes el 66% de las empresas del Ibex (23 en total). Las que sí tienen presencia muestran una **elevada actividad** (87%) y un diseño personalizado de sus perfiles (78%).
- ✿ Es aconsejable que aumenten el tipo de contenidos publicados en esta red, así como que se haga un uso mayor y eficaz de las posibilidades que ofrece esta plataforma, como segundo buscador más utilizado en el mundo y debido al enorme interés que los contenidos visuales tienen entre los usuarios de Internet. En la gran mayoría de los casos el número de suscriptores a los canales es bajo así como el número total de reproducciones.

Facebook: la red con menor presencia pero segunda en media de seguidores

- ✿ Un 63% de las empresas del Ibex 35 (22 empresas) están presentes en Facebook con unas comunidades de seguidores potentes, con una media de 25.473 seguidores. Las que están son muy activas (el 82%) y muestran unos cuidados perfiles (91%).
- ✿ Esta actitud se demuestra en el escaso porcentaje de abandono de los perfiles (8%), en el alto número de empresas que interaccionan con los usuarios (58%) y en el cuidado diseño que presentan sus perfiles en Facebook (62%).

Directivos del Ibex 35 y redes sociales

LinkedIn: Asignatura pendiente de los responsables del Ibex 35

La presencia de los directivos principales de las empresas del Ibex 35 es muy mejorable ya que:

- ✚ La actividad de los perfiles analizados es muy baja: el 6% tiene el perfil abandonado*, cifra que sube al 31% si nos referimos a los perfiles inactivos.
- ✚ El diseño externo está poco cuidado: el porcentaje de los perfiles que se encuentran incompletos asciende al 68%.
- ✚ En la misma línea, los principales directivos del Ibex 35 se comunican poco a través de esta red social (el 37% no realiza ningún tipo de comunicación).






*Perfil activo: Realiza actualizaciones con frecuencia (una vez por semana o más)

Perfil inactivo: No realiza actualizaciones

Perfil abandonado: No presenta ningún tipo de actividad

Twitter: La gran olvidada de los directivos del Ibex 35

Los directivos del Ibex 35 no dan prioridad a las potencialidades y ventajas de esta herramienta ya que:

-  Apenas el 4% de las 410 personas analizadas -18 directivos- tienen una cuenta abierta en esta red social.
-  La cifra que cae al 0,7% si hablamos de presencia activa en la plataforma: sólo 3 de los directivos que están en Twitter mantienen su cuenta activa, realizando actualizaciones con frecuencia.
-  El diseño externo de las cuentas tampoco ofrece datos halagüeños: sólo el 22% presenta un fondo personalizado.

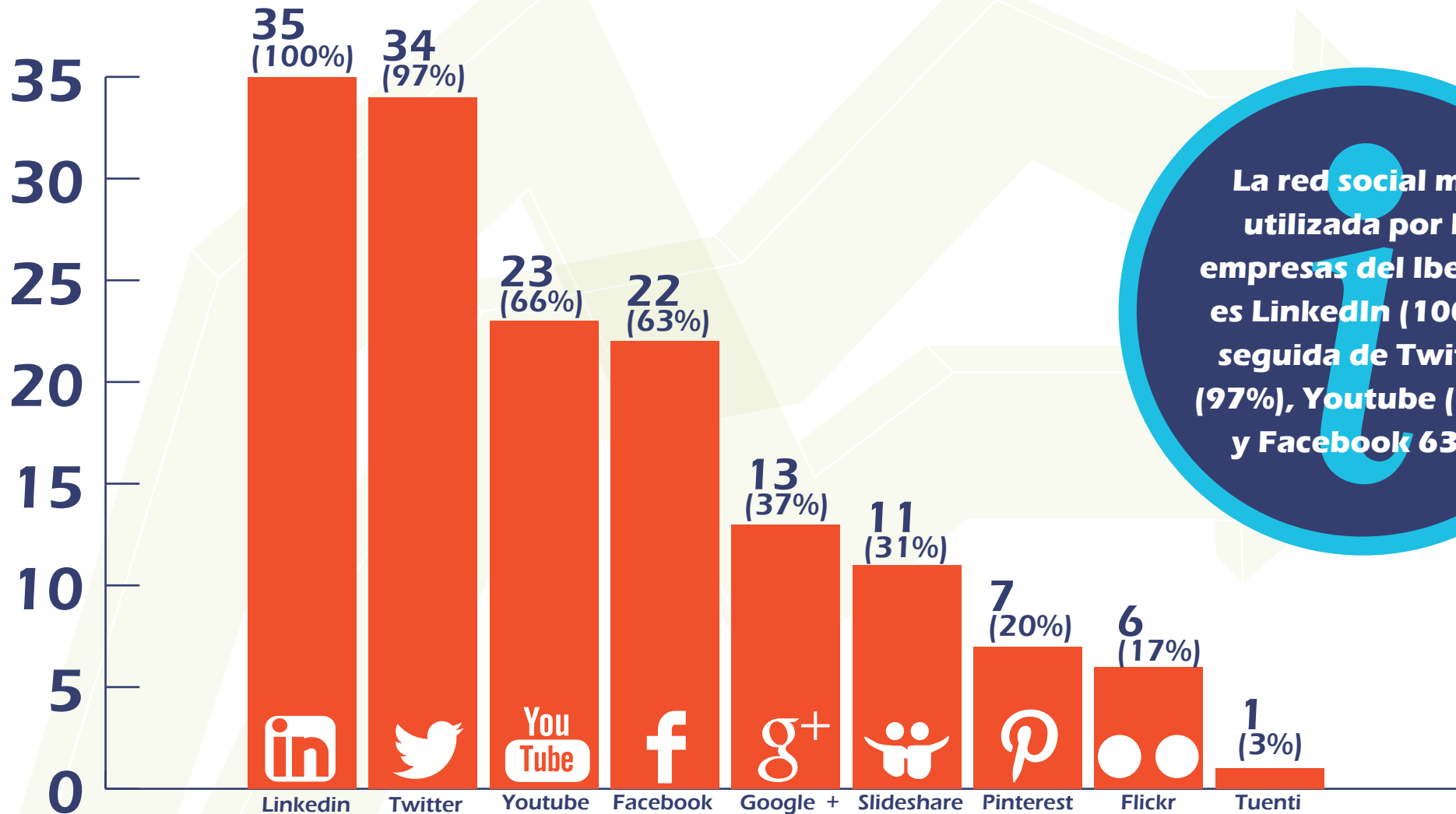




3 Informe de resultados

3.1 Principales resultados de las empresas del Ibex 35

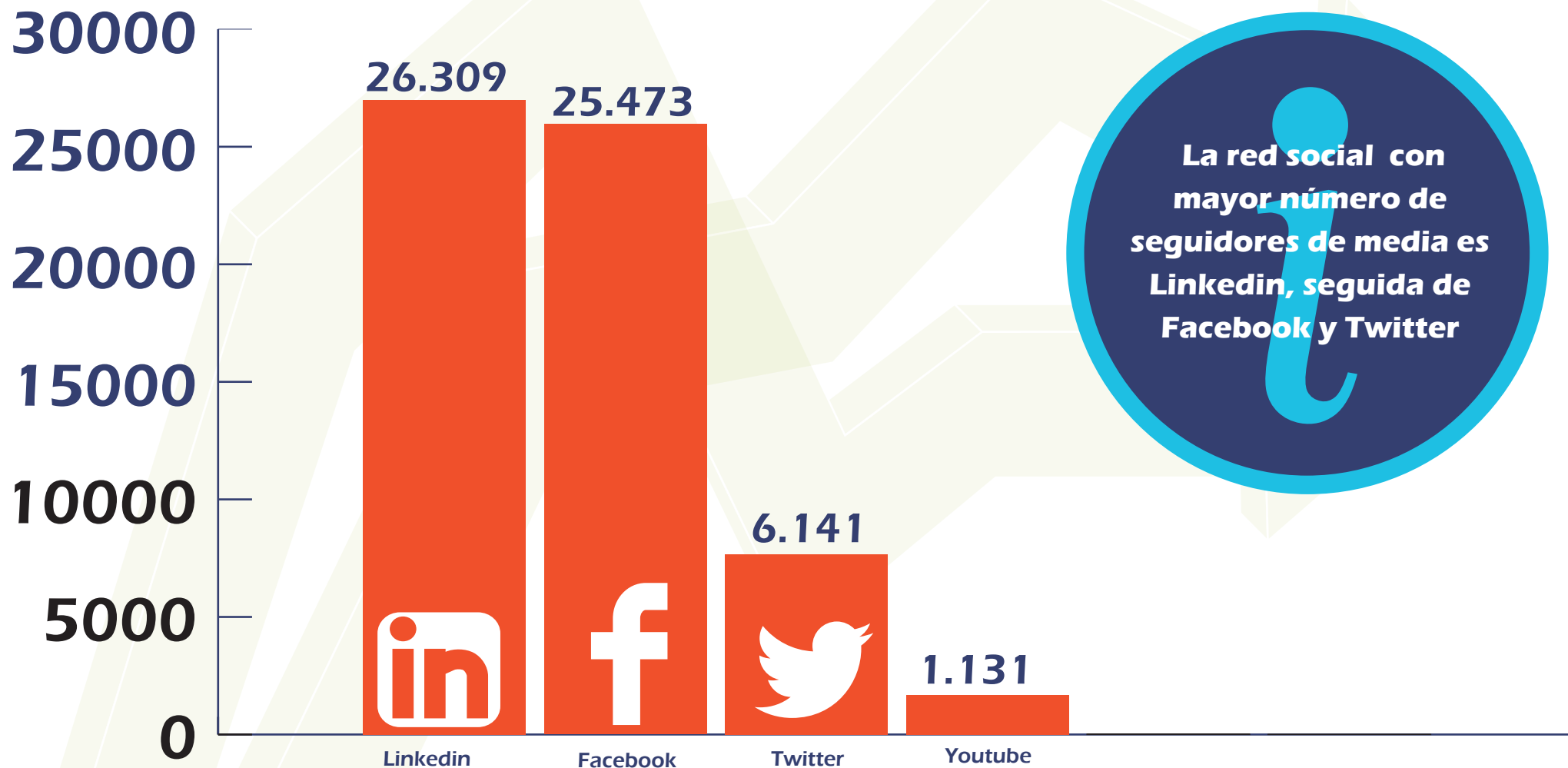
Presencia de las empresas del Ibx 35 en redes sociales



La red social más utilizada por las empresas del Ibx 35 es LinkedIn (100%), seguida de Twitter (97%), Youtube (66%) y Facebook 63%

Base: 35 empresas

Media de seguidores de las empresas del Ibex 35 en redes sociales



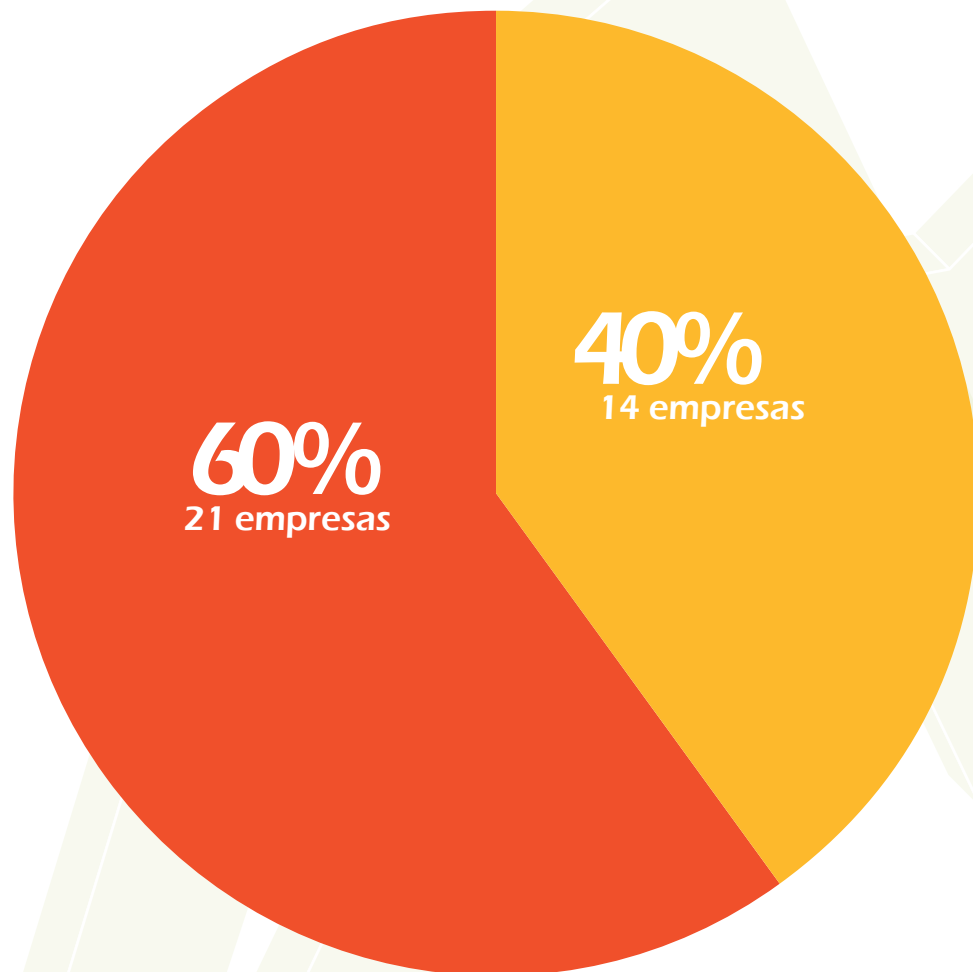
La red social con mayor número de seguidores de media es LinkedIn, seguida de Facebook y Twitter

Base: 35 empresas



3.1.1 LinkedIn

Actividad de las empresas del Ibex 35 en LinkedIn

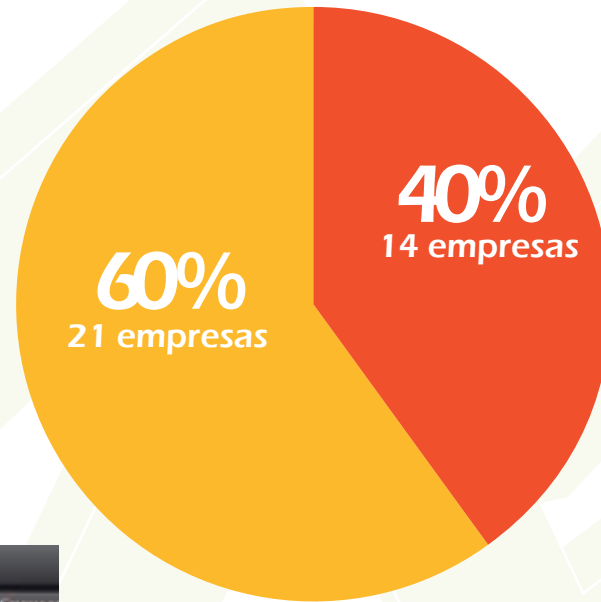


La gran mayoría de las empresas del Ibex (60%) no tiene actividad en LinkedIn. A destacar un elevado número de empresas con el perfil abandonado, sin ninguna actualización

- Activo**
realiza actualizaciones con frecuencia (en el último mes o más)
- Inactivo**
no realiza actualizaciones en el momento en que se toman los datos



Base: 35 empresas presentes en LinkedIn

Diseño del perfil de las empresas del Ibex 35 en LinkedIn: Diseño personalizado



La mayoría de las empresas del Ibex 35, el 60%, cuentan con un perfil personalizado en LinkedIn



-  Personalizado
-  No personalizado

Base: 35 empresas

Comportamiento de las empresas del Ibex 35 en LinkedIn

Tipo de contenido publicado

Las noticias son el contenido que más se publica (42%), seguido de los eventos de la empresa y las ofertas de trabajo (20 y 17% respectivamente)



Formato utilizado



El texto es el formato más utilizado (33%), seguido de las imágenes (17%) y los vídeos (15%)

Estilo de comunicación utilizada

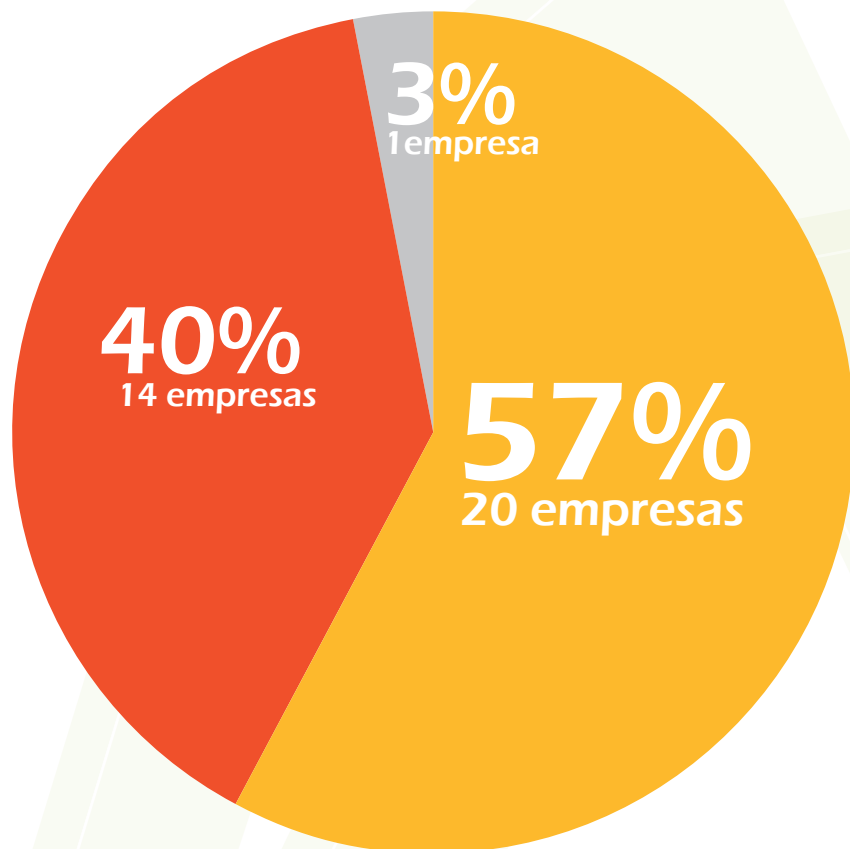
El estilo de comunicación que predomina es el formal (43%)





3.1.2 Twitter

Actividad de las empresas del Ibex 35 en Twitter

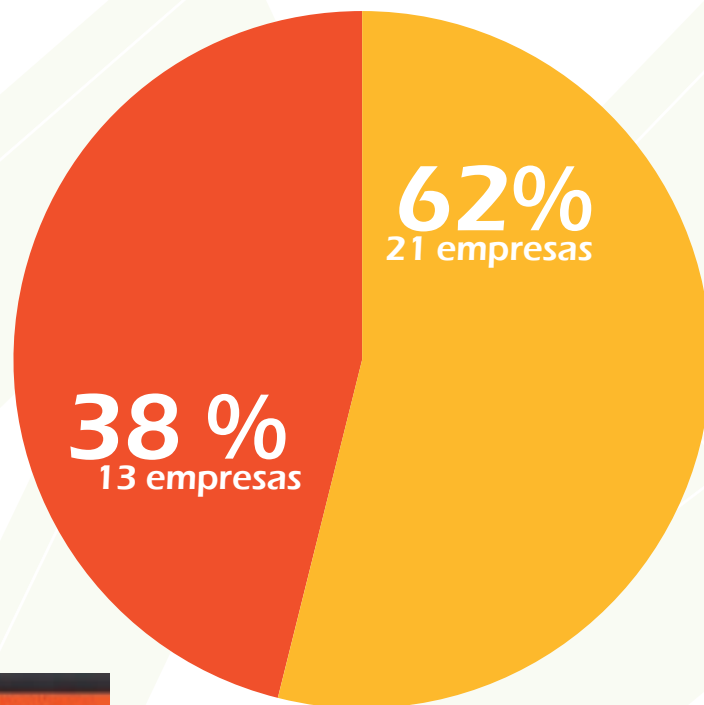


El 57% de las empresas del Ibex 35 que están presentes en Twitter tienen una presencia activa en esta red social. El 43% restante está inactivo, sin hacer actualizaciones. Destacamos el elevado número de perfiles en los que no se ha puesto ni un solo tuit

- Activo**
Realiza actualizaciones con frecuencia (una vez por semana o más)
- Inactivo**
No realiza actualizaciones
- No presente**
No presenta ningún tipo de actividad

Base: 35 empresas del ibex 35

Diseño del perfil en las redes de las empresas del Ibex 35 en Twitter



El 62% de las empresas del Ibex 35 que tienen cuenta en Twitter han personalizado el fondo de su cuenta, frente al 38% que no lo ha hecho.



- Personalizado
- No Personalizado

Base: 34 empresas presentes en Twitter

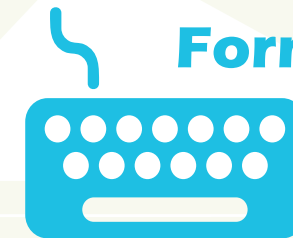
Comportamiento de las empresas del Ibex 35 en Twitter

Tipo de contenido publicado

Las noticias son el contenido más difundido en esta red social (80%)



Formato utilizado



El texto también es el formato predominante (43%), pero le siguen de cerca tanto las imágenes como los vídeos (31 y 21%)

Estilo de comunicación utilizada

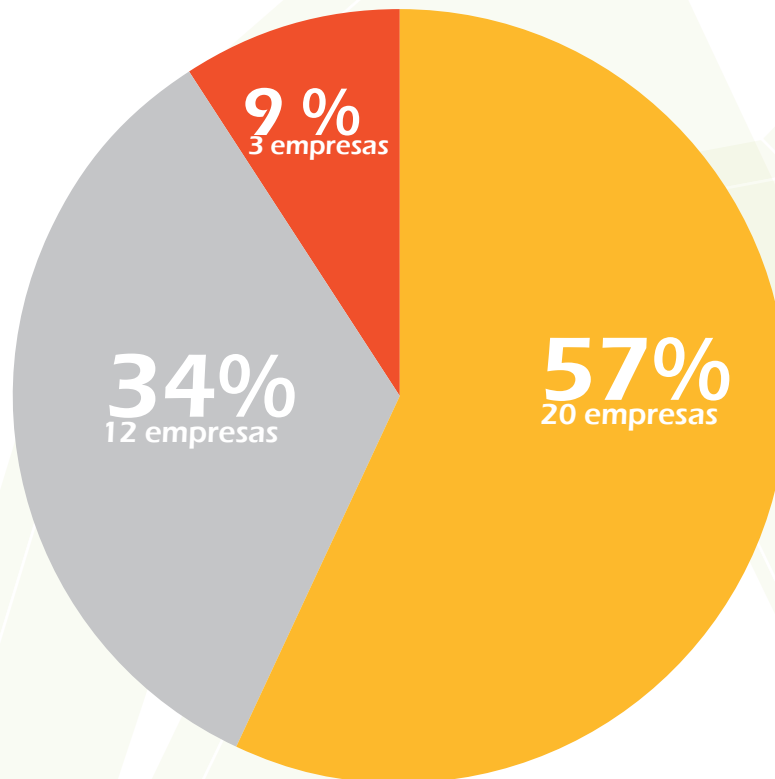


El 57% de las empresas del Ibex 35 apuestan por utilizar un estilo formal también en esta red social. El 57% interactúa con los clientes y el 51% utiliza la red social como medio de atención al cliente.






3.1.3 Youtube

Actividad de las empresas del Ibex 35 en Youtube

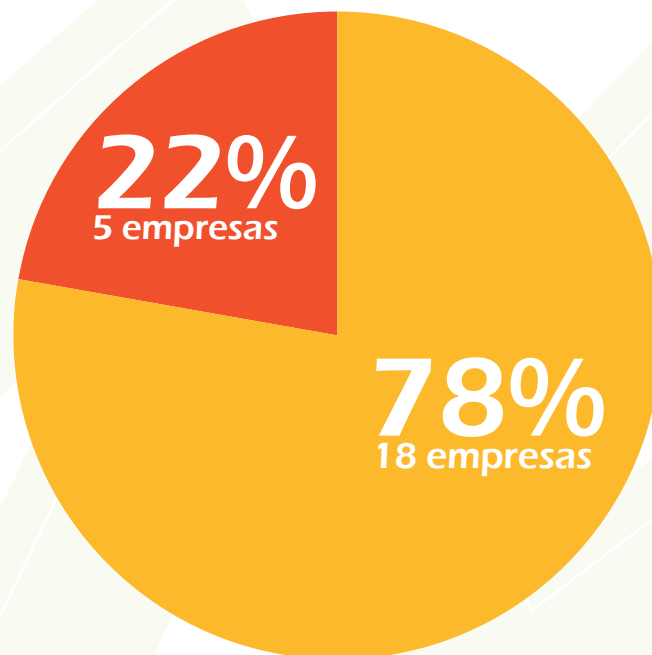


El 57% de las empresas del Ibex 35 presenta actividad en Youtube (el 87% de las que sí tienen perfil en Youtube). Hay 3 empresas que disponen de perfil pero no lo tienen activo

Base: 35 empresas del Ibex 35

-  **Activa**
Realiza actualizaciones con frecuencia (al menos, una vez al mes)
-  **Inactiva**
No ha realizado actualizaciones en el último mes
-  **No presente**
No presente en Youtube

Diseño del canal de Youtube en las empresas del Ibex 35



La mayoría de las empresas del Ibex 35 que tienen un canal en Youtube sí lo presentan personalizado



- Personalizada
- No personalizada

Base: 23 empresas presentes en Facebook

Comportamiento de las empresas del Ibex 35 en Youtube

Tipo de contenido publicado

Las noticias se constituyen como el principal contenido de difusión (43%)



Estilo de comunicación utilizada

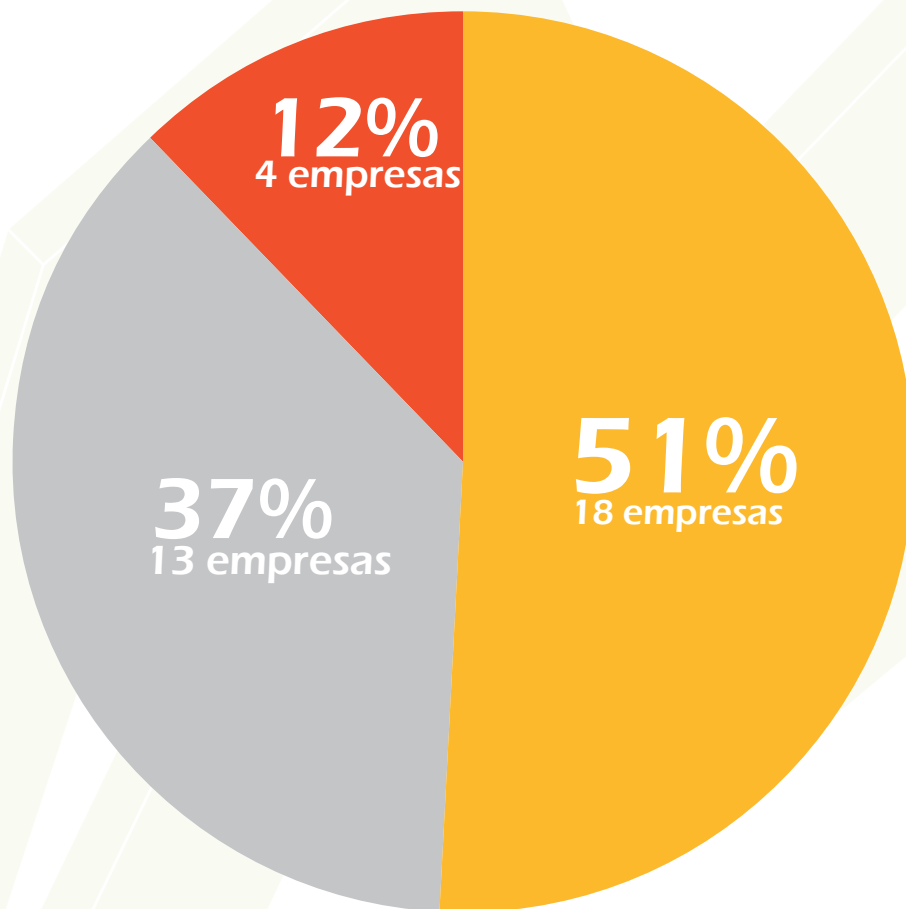
El estilo formal predomina también en Youtube: un 57% de las empresas presentes en esta red social lo utilizan





3.1.4 Facebook

Actividad de las empresas del Ibex 35 en Facebook

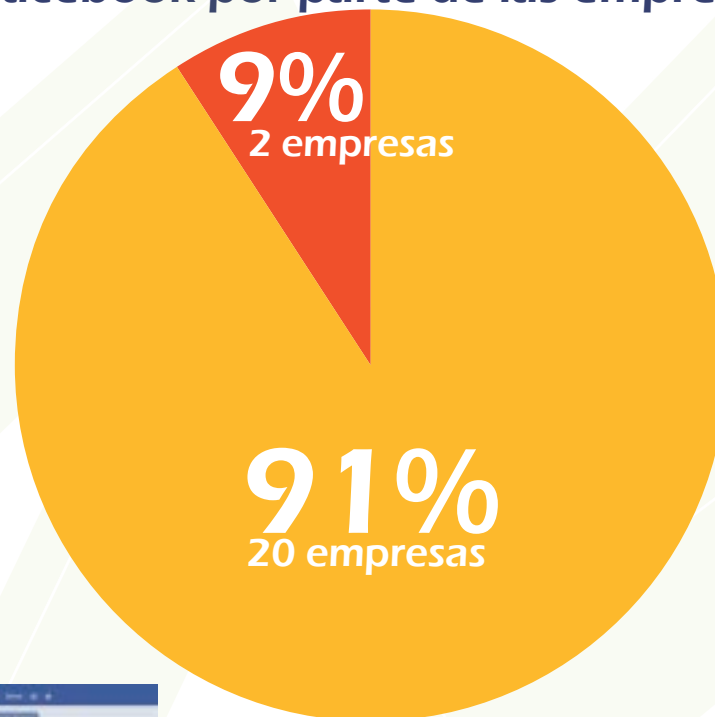


Casi la mitad (51%) de las empresas del Ibex 35 son activas en Facebook (el 82% si lo miramos en relación a las que sí están presentes en Facebook). La otra mitad bien no tienen ningún perfil (37%) o lo tienen abandonado (12%)

Base: 35 empresas del Ibex 35


-  **Activa**
Realiza actualizaciones con frecuencia (al menos, una vez por semana)
-  **Inactiva**
No ha realizado actualizaciones en la última semana
-  **No presentes**
Sin perfil en Facebook

Diseño del perfil de Facebook por parte de las empresas del Ibex 35



Más del 90% de las empresas con perfil en Facebook lo tiene actualizado



-  Personalizado
-  No personalizado

Base: 22 empresas en Facebook

Comportamiento de las empresas del Ibex 35 en Facebook

Tipo de contenido publicado

Las noticias son el contenido más difundido en esta red social, aunque le siguen de cerca los eventos de empresa (33 y 27% respectivamente)



Estilo de comunicación utilizada

El estilo predominante, contrariamente al resto de redes sociales, es informal (40%). El 58% interactúa con los usuarios.

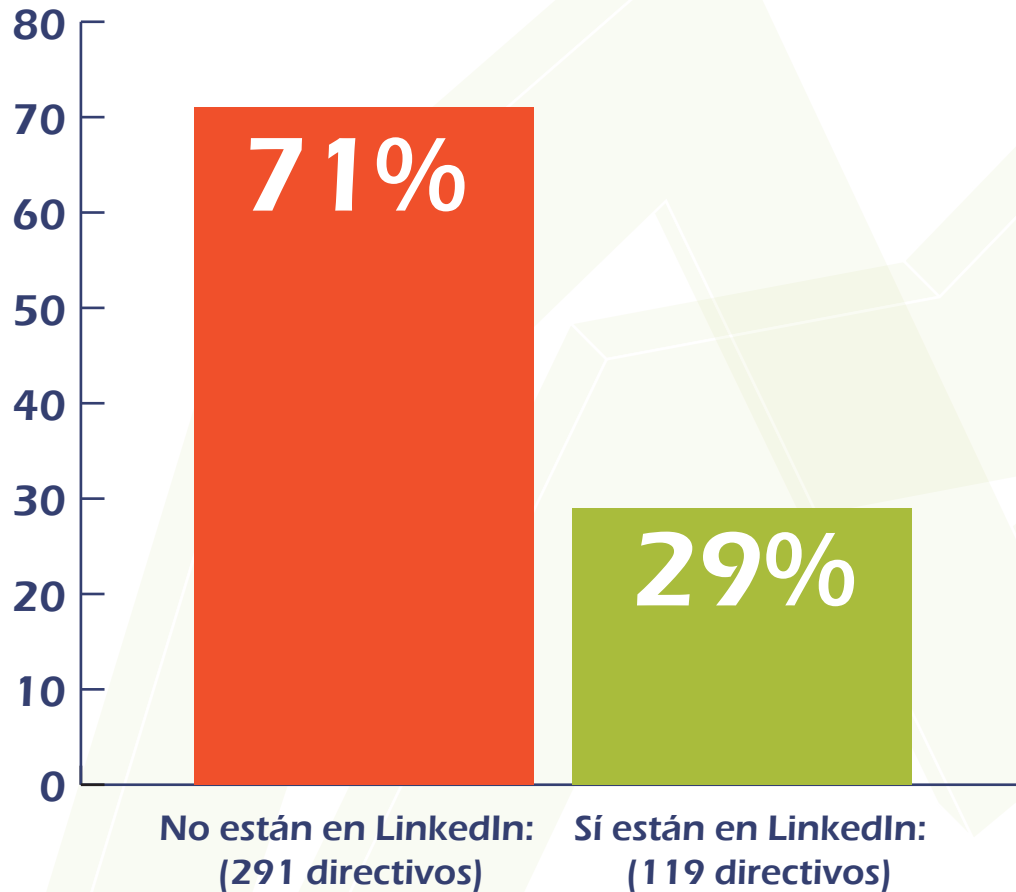


Formato utilizado

No existen grandes divergencias entre los distintos tipos de formato utilizados: el texto predomina (34%) pero las imágenes y los vídeos se sitúan muy próximos (28 y 21%)



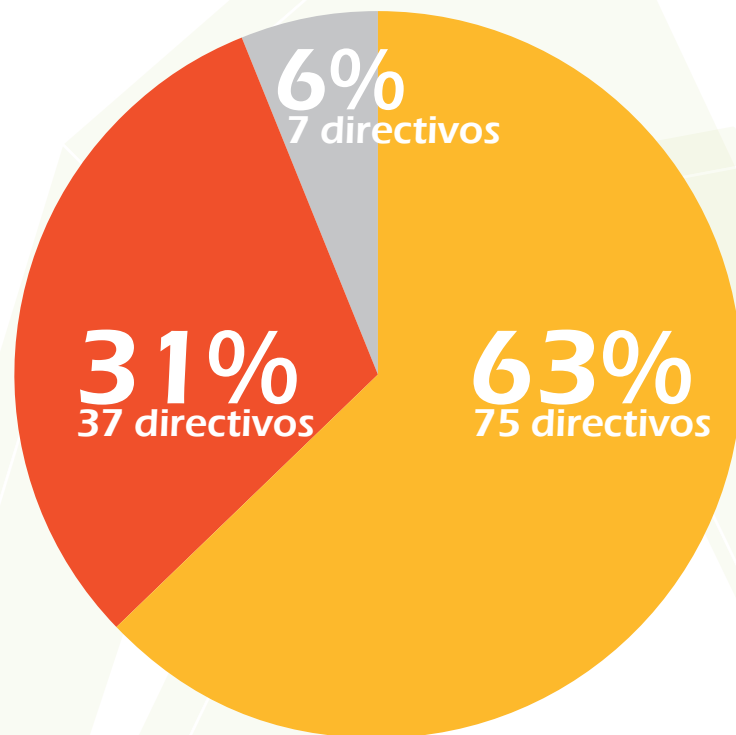
3.2. Principales resultados de los directivos del Ibex 35 en LinkedIn






**Sólo el 29%
de los directivos
de las empresas
del Ibex 35
están presentes
en LinkedIn**

Base: 410 directivos del Ibex 35

Actividad del perfil de los directivos de las empresas del Ibex 35 en LinkedIn

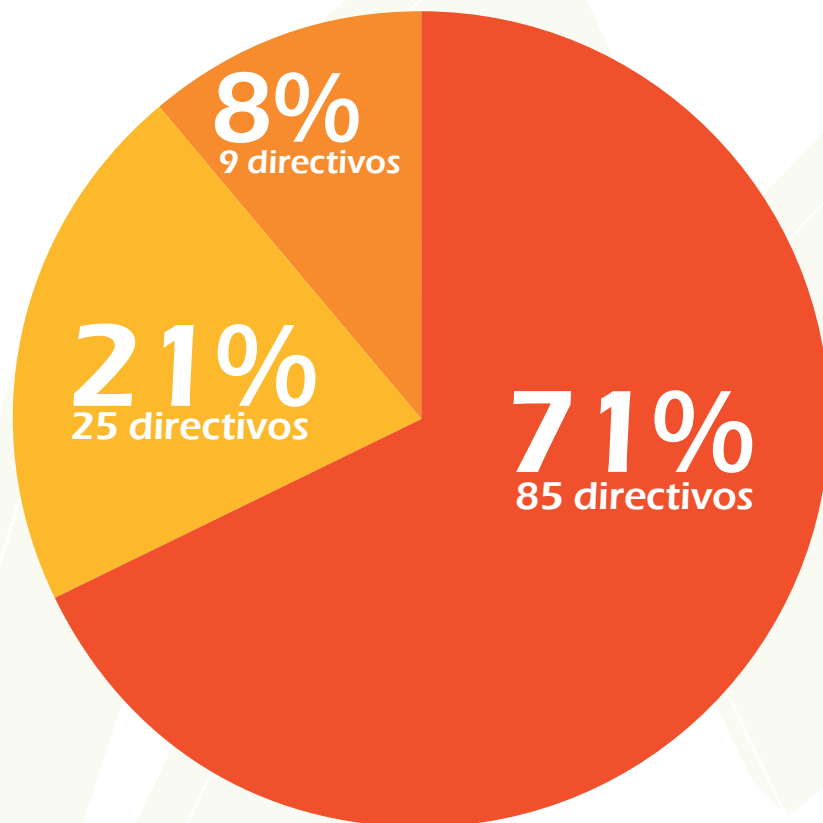


El 63% de los directivos de las empresas del IBex 35 presentes en LinkedIn presentan una actitud activa, frente al 31% que son inactivos. Un 6% de ellos tiene el perfil de LinkedIn abandonado




-  **Activo**
Realiza actualizaciones con frecuencia (al menos, una vez por semana)
-  **Inactivo**
No realiza actualizaciones
-  **Abandonado**
No presenta ningún tipo de actividad

Base: 119 directivos del Ibex 35

Diseño del perfil de los directivos de las empresas del Ibex 35 en LinkedIn



El 71% de los directivos de los directivos que están presentes en LinkedIn tiene presente un perfil incompleto. El 21% de ellos cuenta con un perfil completo y sólo el 8%, supercompleto

-  **Perfil supercompleto**
El que presenta titular, información académica, fotografía, información de contacto y pertenece a al menos un grupo
-  **Perfil completo**
El que cuenta con titular, información académica y fotografía
-  **Perfil incompleto**
El que no cuenta con titular, información académica, fotografía, información de contacto o no pertenece a ningún grupo

Base: 119 directivos del Ibex 35

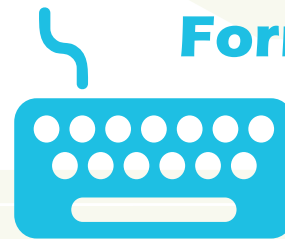
Tipo de contenido publicado

Las noticias son el contenido más difundido (44%)



Estilo de comunicación utilizada

El estilo de comunicación cambia con respecto a las empresas del Ibex 35: el 44% de sus directivos utiliza un estilo informal



Formato utilizado

El texto (43%) predomina en lo que a formato utilizado se refiere, frente al 31 y al 21% que utilizan fotografías y videos, respectivamente



Más información

Angeles Carsi.

www.websa100.com

Calle Adolfo Pérez Esquivel, 3, oficina 23

28232 Las Rozas (Madrid)

Tel: 91 790 11 97

Tel: 91 626 39 24

Sobre Websa100...

Somos una agencia de marketing online orientada a conseguir resultados. Asesoramos y acompañamos a nuestros clientes durante toda la vida digital de su negocio, ofreciéndoles los servicios más acordes a sus necesidades. Somos expertos en trazar estrategias online, social media marketing, diseño y desarrollo web, campañas de SEO y SEM, marketing de contenidos (infografías, ebooks, vídeos para Youtube) y formación digital.