

Inditex, líder indiscutible del Ibex 35 en las redes sociales

Un tercio de las compañías del índice bursátil español no están ni en Facebook ni en Twitter y son sólo 16 las que tienen páginas en ambas plataformas.

Madrid, 21 de junio

Ymedia ha realizado un informe sobre la presencia en las redes sociales de todas las empresas del Ibex35, midiendo su número de fans y seguidores, comprobando en qué redes tienen presencia, cuál es su nivel de actividad y verificando si remiten a sus sitios sociales desde sus páginas web oficiales (<http://www.ymedia.es/especial.php>). Y hay un claro ganador: Inditex y todas sus marcas parecen conocer perfectamente el secreto para triunfar en las redes sociales, un secreto que no comparte con el resto de las empresas más importantes del mercado bursátil español. Mientras el conjunto de las marcas de la empresa gallega suma 14.391.725 fans en Facebook, la siguiente compañía del Ibex en popularidad social es Tele 5 con 182.624. De las 35 del índice, 12 no tienen ni Facebook ni Twitter y sólo 16 están presentes en ambas plataformas. Parece que las empresas con mayor capitalización en la Bolsa no tienen en general mucho éxito en las redes, como indica el que sólo 14 superen los 1.000 fans en Facebook y nada más que 11 alcancen los 1.000 seguidores en Twitter.

También ahora, como ya constatamos en el informe realizado sobre las 30 marcas que más invirtieron en publicidad en 2010 (<http://www.ymedia.es/prensa.php?n=71>), es evidente que las estrategias con las que las compañías del Ibex 35 se enfrentan al fenómeno de las redes sociales son casi tantas como empresas. Desde aquellas que no las utilizan hasta las que venden sus productos y atienden a través de ellas las más diversas necesidades de sus clientes, hay todo un abanico de enfoques y aproximaciones incluso dentro de un mismo sector de actividad. La única compañía de alimentación del Ibex 35, Ebro-Puleva, es un buen ejemplo de ello. Mientras EbroFoods no tiene ni Facebook ni Twitter, Puleva, que no tiene una página general ni en Facebook ni en Twitter, ha puesto sin embargo en marcha con cierto éxito el "Club Batidos Puleva", al que remite desde la página web de Batidos Puleva, y que tiene 16.480 fans en Facebook y 728 seguidores en Twitter, donde son muy activos, con varios mensajes diarios y un total de 958 twitts.

En la banca, el más popular es el Santander, con 26.253 fans en Facebook y 862 seguidores en Twitter. Pese a contar con el mayor número de "amigos" no es muy activo en las redes y no remite a ellas desde su página de inicio, sino desde la de información corporativa, en la que hay links a Facebook y Youtube, pero no a Twitter. En Facebook se habla poco de banca y mucho de Fernando Alonso y Fórmula 1. En Twitter su actividad es muy baja, con un total de 265 twitts, en los que se informa de la cotización de la acción al cierre del mercado y poco más. BBVA, con 5.544 seguidores en Facebook y bastante actividad, no cuenta mucho con sus 500 seguidores en Twitter, a los que sólo se ha dirigido esporádicamente en 84 ocasiones. Esta entidad no remite a sus páginas desde su web pero sí lo hace Banco Sabadell que tiene links a Facebook, Twitter y Youtube y cuenta además con un microsite desde el que enlaza a sus redes y bloguea. Es especialmente activo en Twitter, con 3.556 seguidores, 7.199 twitts publicados y un servicio de atención al cliente las 24 horas. Le sigue Bankinter, con 1.150 fans, bastante actividad, comentarios y publicaciones frecuentes y mucha comunicación también en Twitter, con 1.361 seguidores y 244 twitts. Remite desde su web y cuenta además con la plataforma Bankinter Labs, con cierta actividad en Twitter y 850 seguidores y muy poca en Facebook, en donde sólo se registran 110 "amigos". En último lugar se sitúa Banco Popular al no contar con páginas en las redes sociales.

En el sector de la construcción las estrategias parecen bastante menos proclives a las redes sociales. Acciona, con perfiles en Facebook, Twitter, LinkedIn, Tuenti y Youtube, a los que remite desde su web, tiene sin embargo poca actividad: 662 fans y 3.075 seguidores con sólo 367 twitts. ACS no tiene Facebook y cuenta con un perfil de Twitter poco activo, con 155 seguidores y 410 twitts publicados, al que no remite desde su web. Ferrovial remite desde su web a su página de Facebook con 324 amigos pero hizo su último comentario en Febrero y tiene un perfil de Twitter completamente inactivo. FCC, OHL, Sacyr Vallerhermoso y Técnicas Reunidas no tienen presencia en las redes sociales.

En cuanto a las eléctricas, Endesa, que no tiene una página de Facebook de la marca, inició su presencia en las redes con su campaña "Actitud azul" planificada por Ymedia. Actitud Azul tiene su página web propia, desde la que remite a su Facebook, con 5.082 seguidores y bastante actividad, con comentarios diarios. En Twitter, Actitud Azul es también activa, con 188 seguidores y 487 mensajes. Asimismo cuenta con la web "Twenergy", desde la que remite a un perfil de Facebook con 1.741 fans y a un Twitter muy activo con 1.837 seguidores. Enagas no tiene Facebook y mantiene un Twitter muy poco activo, con 87 seguidores a los que se ha dirigido en 33 ocasiones, con una frecuencia casi mensual. Tampoco Gas Natural tiene páginas propias, pero desde junio de 2010 y tras una campaña publicitaria inauguró el microsite "Felicidad-gasnaturalfenosa" desde donde remite a la página de Facebook "El mejor lugar del mundo, mi casa", con 54.773 fans, al muy activo perfil de Twitter "Comparte tu felicidad @hoy me siento bien", con 1.309 seguidores y 1.816 twitts, y a Spotify. En las redes no publica información corporativa, ni ofertas de venta o servicios, sino comentarios, siempre en un tono muy positivo, sobre la felicidad y otros aspectos trascendentes de la vida. Iberdrola remite desde su web a Twitter, Flickr, Youtube y Slideshare. No tiene Facebook pero su Twitter es bastante activo con 685 seguidores y 739 twitts, sobre todo con información corporativa. Iberdrola renovables tiene una página inactiva en Facebook con 28 fans, a la que no remite desde su web, y no tiene Twitter. Red Eléctrica remite a Facebook, Twitter, Picassa y Youtube pero su actividad es baja con 105 fans y 472 seguidores y 188 twitts.

Los dos representantes en el Ibex del sector de inversión y seguros, Mapfre y Bolsas y Mercados adoptan caminos opuestos. Mientras BME no tiene páginas en las redes, el grupo Mapfre cuenta con cinco plataformas distintas: Ycar, con 1.833 fans y 1.330 seguidores; Mapfre Aspar Team, con 5.056 fans; Seguros Mapfre, con 2.742 fans; la Fundación Mapfre Cultura, con 1.065 fans y el Canal Salud Mapfre, con 137 fans y un Twitter con 3.762 seguidores, 1.422 twitts y no mucha actividad reciente.

Ni Abengoa ni Amadeus, del sector de tecnología y telecomunicaciones, tienen página en Facebook. Amadeus tampoco tiene Twitter y el de Abengoa, con 552 seguidores, 270 twitts y muy baja actividad, no tiene link en su página web.

En las químicas, Grifols no tiene páginas mientras que Repsol distribuye su gran actividad en las redes sociales a través de dos ejes. Por un lado, con su conocida Guía Repsol (69.070 fans y 6.262 seguidores), en torno a la que se reúnen viajeros y gourmets y, por otro, con el Box Repsol (17.381 fans y 6.478 seguidores), que ofrece un sitio en Facebook a los amantes del motociclismo, a los que se informa a través de Twitter de todas las novedades de los equipos y corredores de la marca.



Las siderúrgicas y empresas de maquinaria no muestran tampoco mucho interés por las redes sociales, con Mittal y Gamesa que no tienen páginas y Acerinox sin Facebook y con 81 seguidores en un Twitter poco activo y al que no remite desde su web.

En el sector textil es donde se encuentra el verdadero campeón del Ibex en las redes sociales. Inditex tiene sin duda el secreto del éxito. Todas sus marcas cuentan con su propia página web, desde la que venden online todos sus productos y remiten a sus páginas en las redes sociales. Zara, el buque insignia, tiene 9.415.499 fans en Facebook. Bershka, con enlaces a Facebook, Myspace, Flickr, Youtube y Twitter, tiene 2.875.402 fans y 16.733 seguidores y 554 mensajes, en un perfil poco activo. Pull & Bear cuenta con 1.464.234 fans y 14.018 seguidores, con 607 twitts y bastante actividad reciente. Tiene enlaces a Youtube, Vimeo, Facebook, Twitter y Flickr. Stradivarius tiene 378.670 fans y un Twitter bastante activo, con 3.205 seguidores y 550 twitts. Oysho, sólo presente en Facebook, reúne 94.724 fans. Massimo Dutti suma 52.570 fans en Facebook y 1.712 seguidores en un Twitter poco activo con 92 mensajes. Uterque es la única marca de Inditex que no remite ni a su página de Facebook, en la que tiene 27.385 fans, ni a la de Twitter, con 553 seguidores, 157 mensajes y poca actividad. Y con Zara Home, que tiene 83.241 fans y 5.263 seguidores, el grupo suma un total de 14.391.725 en Facebook y 41.484 en Twitter.

En transportes y comunicaciones, Abertis no tiene páginas, pero las otras tres, Telefónica, Tele5 e Iberia tienen sólida presencia y utilizan sus redes para venta y atención al cliente. Tele5 tiene un Facebook muy activo, con promociones, concursos, informaciones e incluso noticias de prensa rosa y 182.624 fans. Su Twitter, también muy activo, es el más seguido del Ibex35, con 42.447 "followers" y 7.942 mensajes. Telefónica, que remite desde su web de Movistar a las páginas de las redes sociales y que cuenta con su propia comunidad y sus foros, tiene 75.600 fans, a los que envía ofertas, promociones, información de productos o invitaciones a eventos, y 26.827 seguidores en Twitter, con 5.973 twitts y servicio de atención al cliente. Iberia es también una de las compañías que mejor utiliza sus redes sociales, a las que remite desde su web y desde las que presta atención al cliente, informa de retrasos y horarios de vuelos, hace ofertas de viajes e incluso vende billetes. Tiene 49.970 fans y 27.302 seguidores con 9.292 mensajes.

Por último, en el sector "varios", Critería tampoco se ocupa de las redes sociales, mientras que Indra remite a sus páginas y tiene 2.440 fans y un Twitter muy activo, con 1.241 seguidores y 1.116 mensajes.

A continuación, ofrecemos una tabla con los fans y seguidores de cada compañía, con datos recogidos por Ymedia el lunes 20 de junio. Cuando los grupos tienen varias marcas con páginas diferentes, se indica la suma total. En la tercera columna se indican los links desde la página web de la compañía a Facebook (FB), Twitter (TW), Flickr (FL), LinkedIn (LK), Tuenti (TU), Youtube (YT), Spotify (SF), Slideshare (SS), Xing (X), Vimeo (VI) y Picassa (PI).

Compañía	Fans 	Followers 	Links de su Web a...
Abertis	No tiene	No tiene	
Abengoa	No tiene	552	No remite
ACS	No tiene	155	No remite
Acerinox	No tiene	81	No remite
Amadeus	No tiene	No tiene	
Acciona	662	3.075	FB, TW, LK, TU, YT
BBVA	5.544	500	No remite
Bankinter	1.150	1.361	FB, TW
BME	No tiene	No tiene	
Criteria	No tiene	No tiene	
Endesa	5.082	188	FB, TW
	Twenergy 1.741	Twenergy 1.837	FB, TW
Enagas	No tiene	87	No remite
Ebro-Puleva	16.480	728	FB, TW
FCC	No tiene	No tiene	
Ferrovial	324	Inactivo	FB
Gamesa	No tiene	No tiene	
Gas Natural	54.733	1.309	FB, TW, SF
Grifols	No tiene	No tiene	
Iberdrola	No tiene	685	TW, FL, YT, SS
Iberdrola Renovables	28	No tiene	No remite
Iberia	49.970	27.302	FB, TW
Indra	2.440	1.241	FB, TW, YT, LK, X
Inditex	14.391.725	41.484	FB, TW, YT, FL, VI
Mapfre	10.833	5.092	FB, TW
Mittal Steel	No tiene	No tiene	
OHL	No tiene	No tiene	
Banco Popular	No tiene	No tiene	
REE	105	472	FB, TW, PI, YT
Repsol	86.451	12.740	FB, TW
Banco Sabadell	5.155	3.556	FB, TW, YT
Banco Santander	26.253	862	FB, YT
Sacyr Vallehermoso	No tiene	No tiene	
Telefónica	75.600	26.827	FB, TW
Tele 5	182.624	42.447	FB, TW, TU
Técnicas Reunidas	No tiene	No tiene	

El informe está también disponible en <http://www.ymedia.es/especial.php>

Sobre Ymedia:

Ymedia es una agencia independiente, que ofrece al Anunciante una respuesta integrada a los problemas de comunicación de Marketing, con una perspectiva de medición sistemática de la eficacia de la inversión. Además de los especialistas en Medios off-line y on-line, forman parte del equipo un grupo de profesionales de dilatada experiencia en distintas áreas de Marketing, (Patrocinios/Eventos, Innovación/Contenidos, Investigación y Modelización).

Para más información:

Ymedia

Príncipe de Vergara 109, 28042 Madrid

Tf. 91 563 16 46

Diego Jalón Barroso

comunicacion@ymedia.es

En Twitter: @canalymedia

En Facebook: <http://www.facebook.com/canalymedia>