



PRESENCIA DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35 EN LA WEB 2.0

Estudio realizado para
EL PAÍS NEGOCIOS

Septiembre de 2013



Contenido

1.- AUTOR.....	4
1.1.- ESTUDIO DE COMUNICACIÓN	4
2.- DATOS RELEVANTES.....	5
3.- ANTECEDENTES Y DATOS TÉCNICOS.....	6
3.1.- INTRODUCCIÓN.....	6
3.2.- ESCENARIO.....	7
3.3.- DATOS GENERALES Y METODOLOGÍA.....	7
3.4.- REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS 2.0 ANALIZADAS.....	8
4.- ANÁLISIS.....	10
4.1.- DISTINTOS CRITERIOS DE USO Y SEGUIMIENTO.....	10
4.2.- LAS MÁS POPULARES.....	12
4.3.- COMUNICACIÓN CON ACCIONISTAS.....	12
4.4.- PORTAVOCES ONLINE.....	12
4.5.- EVOLUCIÓN 2010-2013.....	13
4.6.- GRÁFICAS COMPARATIVAS.....	14
5.- RESUMEN POR COMPAÑÍAS.....	16
5.1.- LAS FICHAS DE CADA EMPRESA.....	16
5.2.- LAS COMPAÑÍAS UNA A UNA.....	16
5.2.1.- ABERTIS.....	17
5.2.2.- ACCIONA.....	18
5.2.3.- ACERINOX.....	19
5.2.4.- ACS.....	20
5.2.5.- AMADEUS.....	21
5.2.6.- ACERLORMITTAL.....	22
5.2.7.- BANCO POPULAR.....	23
5.2.8.- BANCOSABADELL.....	24
5.2.9.- SANTANDER.....	25



5.2.10.- BANKINTER.....	26
5.2.11.- BBVA.....	27
5.2.12.- BME.....	28
5.2.13.- CAIXABANK.....	29
5.2.14.- DÍA.....	30
5.2.15.- EBRO.....	31
5.2.16.- ENAGÁS.....	32
5.2.17.- ENDESA.....	33
5.2.18.- FCC.....	34
5.2.19.- FERROVIAL.....	35
5.2.20.- GAS NATURAL FENOSA.....	36
5.2.21.- GRIFOLS.....	37
5.2.22.- IAG.....	38
5.2.23.- IBERDROLA.....	39
5.2.24.- INDITEX.....	40
5.2.25.- INDRA.....	41
5.2.26.- JAZZTEL.....	42
5.2.27.- MAPFRE.....	43
5.2.28.- MEDIASET ESPAÑA.....	44
5.2.29.- OHL.....	45
5.2.30.- RED ELÉCTRICA DE ESPAÑA.....	46
5.2.31.- REPSOL.....	47
5.2.32.- SACYR.....	48
5.2.33.- TÉCNICAS REUNIDAS.....	49
5.2.34.- TELEFÓNICA.....	50
5.2.35.- VISCOFÁN.....	51



1.-Autor.

1.1.- ESTUDIO DE COMUNICACIÓN

Compañía líder en Comunicación empresarial en España fundada en 1983. Integrada por más de 150 profesionales, la Firma ha trabajado a lo largo de estos años para más de 2.000 clientes, tanto empresas como instituciones. Además de en España, tiene despachos en Argentina, Portugal, Chile y México. Está igualmente presente en Alemania, Bélgica, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, EEUU, Francia, Gran Bretaña, Italia, Marruecos, Perú y Uruguay. Presta servicios integrales de Comunicación Corporativa e Institucional: Comunicación *online*, Comunicación de Crisis, Comunicación Interna, Relación con Inversores, Relaciones Institucionales, Relaciones Públicas, Relaciones con los Medios, Comunicación Financiera e Identidad Corporativa, entre otros.

En Comunicación *online*, ESTUDIO DE COMUNICACIÓN lleva trabajando activamente desde hace varios años y ha realizado trabajos de estrategia *online* para empresas e instituciones, consultoría 2.0, huella digital, escucha activa y monitorización, dinamización en medios y redes sociales, medición, *community management*, creación y mantenimiento diseños y contenidos para web y blogs, salas de prensa 2.0, publicidad en internet, etc.



2.- Datos relevantes.

- Más de la mitad de las compañías del selectivo español tienen presencia destacada en redes sociales. Desde 2010 se ha incrementado el número de organizaciones que cuentan con estrategias de Comunicación que incluyen la web 2.0.
- La mayoría de las empresas del Ibx 35 están presentes en LinkedIn, Twitter y Facebook.
- En LinkedIn, Banco Santander es la entidad cotizada con mayor número de seguidores (+130.000).
- Bankinter es la empresa que más seguidores tiene en Twitter (+20.000).
- En Facebook, las empresas cotizadas en el Ibx 35 que cuentan con mayor número de seguidores ("me gusta") son Banco Santander (86.746), BBVA (60.420) y Jazztel (58.780).
- Destaca la presencia en redes sociales de los bancos españoles. Por el contrario, las empresas pertenecientes al sector de la construcción todavía se muestran reticentes a utilizar los nuevos canales de Comunicación.
- Las empresas del Ibx 35 han comenzado a crear aplicaciones para los dispositivos móviles. El 48% de las organizaciones analizadas tienen una o varias aplicaciones para ofrecer distintos servicios a sus usuarios.
- Instagram y Pinterest son las dos plataformas que han tenido mayor popularidad últimamente. El 28% de las empresas están presentes en Instagram, mientras que el 40% tiene presencia en Pinterest.
- La presencia en redes sociales de los primeros ejecutivos de las empresas del Ibx 35 es prácticamente nula. En la mayoría de los casos, se limita a una página biográfica en Wikipedia y no siempre actualizada.
- LinkedIn es la red social más popular entre los primeros ejecutivos de las empresas cotizadas. Hasta nueve de ellos cuentan con perfiles profesionales en esta red social.
- Una tercera parte de las empresas analizadas en el anterior estudio (2010) y presentes en éste han creado desde entonces un canal oficial en Youtube.
- El incremento más significativo de la presencia en redes sociales desde 2010 hasta ahora es en YouTube: entonces lo usaban un 26,6% de las 35 y en 2013 tienen su canal corporativo un 65,7%, lo que supone un aumento del 56,5%. A la plataforma de vídeos le sigue muy de cerca en ese incremento el uso de Facebook, que crece un 52,7%.
- El diálogo sigue siendo asignatura pendiente de las empresas del Ibx: usan las Redes Sociales como medio de difusión de sus noticias, sobre todo comerciales, pero no propician la conversación con sus públicos.



3.- Antecedentes y datos técnicos.

3.1.- INTRODUCCIÓN

El precedente de este estudio es el publicado por El País Negocios en 2010, y realizado también por Estudio de Comunicación, sobre la presencia de las empresas del Ibex 35 en la Web 2.0. Para este nuevo estudio, se tomaron en cuenta los mismos criterios, aunque ha sido necesario incluir nuevos elementos, como redes sociales que no estaban creadas o no tenían significación empresarial con anterioridad. En los tres años de lapso, se constata un aumento en el número de usuarios de medios sociales, relacionados con las empresas, así como en la demanda y el consumo de información por esas vías. Esta nueva realidad ha llevado a las empresas a prestar más atención a lo que sucede en estas plataformas e incluirlas en sus estrategias de Comunicación o, al menos, incrementar su presencia en redes sociales, blogs o bitácoras y en las aplicaciones para dispositivos móviles.

Conviene tener en cuenta, pensando en definir los criterios con los que está redactado este estudio, la definición que AERCO, Asociación Española de Responsables de Comunidad y profesionales de Social Media, ha hecho sobre lo que conlleva a la Web 2.0:

- **Comunidad virtual:** “Grupo de individuos que interactúan entre ellos de forma activa o pasiva, que se comunican y

se asocian con un objetivo común, y dicha comunicación se da a través de Internet”.

- **Redes Sociales:** “Estructuras sociales también, compuestas de grupos de personas que interactúan y se comunican entre sí, pero carecen de un objetivo común que las aglutine. La Red es la herramienta: uno de los medios que permiten que la comunidad virtual se desarrolle y establezca comunicación, aunque no la única porque a su lado encontramos otros medios como los foros, listas de correo, weblogs, videoconferencias, chats, etc.”

Dicho esto, definimos los tres grupos de plataformas analizadas:

- **Medios sociales.-** Entendidos como plataformas que permiten a los usuarios conectarse con amigos o con contactos profesionales para establecer nuevas amistades o hacer *networking*. Tienen en común que facilitan el intercambio de contenidos, la interacción y el diálogo, así como la creación de comunidades virtuales.
- **Blogs o bitácoras.-** Sitios web que se actualizan periódicamente y que agrupan cronológicamente textos de uno o varios autores. En la mayoría de los casos, mediante un formulario se permite a otros usuarios de la web añadir comentarios, pudiéndose generar un debate alrededor de los contenidos. Es posible, además, agregar fotografías, vídeos y enlaces a otras páginas web.



- **Aplicaciones.-** Más conocidas como “app”, son programas que se instalan en un dispositivo – mayoritariamente móviles, ya sea teléfono o tableta- y que se puede integrar a las características del *gadget*. Además se puede actualizar para añadir nuevas características con el paso del tiempo. Las aplicaciones proveen acceso instantáneo a un contenido sin tener que buscarlo en Internet y, una vez instaladas, generalmente se puede acceder a ellas sin necesidad de una conexión a la red.

En suma, se trata de observar las iniciativas 2.0 que las compañías del Ibex 35 han puesto en marcha para dar respuesta a las necesidades informativas y de diálogo de sus diferentes públicos: clientes, inversores y accionistas, empleados, medios de comunicación, etc.

3.2.- ESCENARIO

Las empresas buscan maneras directas, inmediatas y cercanas para comunicarse con sus diferentes públicos, transmitir sus mensajes y proyectar una buena imagen de marca. Esto es lo correcto en Comunicación porque, por su parte, los usuarios exigen transparencia, relevancia y rapidez en la información que reciben de las empresas. En este entorno, los medios sociales se establecen como un canal propicio para este acercamiento, pero el éxito o fracaso de estas relaciones dependerá de la forma en que las empresas gestionen su presencia, su discurso, la calidad

del contenido y la rapidez con que lo hagan, sin olvidar lo más importante: la bidireccionalidad.

Por tanto, el objetivo de este estudio es comprobar si la presencia en estas estructuras de las empresas del Ibex 35 responde a estas nuevas demandas de los públicos presentes en medios sociales y si los diversos perfiles de una misma empresa son coherentes entre sí. En este sentido, se ha prestado atención preferente a la Comunicación que las compañías emiten para dirigirse a sus accionistas e inversores.

3.3.- DATOS GENERALES Y METODOLOGÍA

Para realizar este análisis, se estudiaron todas las empresas del Ibex 35 entre el 15 de abril al 14 de junio de 2013, así como la participación de sus primeros ejecutivos en los principales medios sociales, entendiendo a éstos como portavoces, tanto en el mundo *offline* como *online*. El método de trabajo fue el siguiente:

- Identificación de la presencia corporativa y de las entidades seleccionadas y de sus primeros ejecutivos en Facebook, LinkedIn, Google+, Pinterest, Instagram, Twitter, YouTube, Flickr, Slideshare y en la enciclopedia colaborativa ‘online’ Wikipedia.



- Localización en Internet de blogs corporativos de las entidades objeto de estudio o de sus primeros ejecutivos.
- Respecto al estudio anterior (septiembre de 2010), no se ha estudiado la presencia en Tuenti y se han incluido Google+, Instagram, Pinterest y Slideshare.
- Una vez hecha la primera toma de datos, se ha enviado una ficha resumen al departamento de Comunicación de cada compañía para evitar errores u omisiones, poner en común los detalles y poder matizar apreciaciones que pudieran ser erróneas.

Al tratarse de un análisis cualitativo, se establecieron, además, una serie de parámetros para evaluar los resultados obtenidos, tales como el mantenimiento de los sitios web, sus contenidos y la adaptación del lenguaje, la participación de los usuarios y la apertura al diálogo.

3.4.- REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS 2.0 ANALIZADAS

Sigue, a continuación, una relación de los elementos analizados. Se incluye una breve explicación de cada uno y el símbolo que los representa en las fichas de cada compañía.

FACEBOOK: Se ha convertido en la red social generalista más importante del mundo. Dentro de las funcionalidades para empresas, Facebook permite crear páginas, en especial las *global pages*, y grupos, hacer campañas de publicidad y monitorizar sus resultados.

LINKEDIN: Orientada a los negocios. Su objetivo principal es ayudar a los profesionales de todos los sectores a encontrar otros profesionales, ponerse en contacto con ellos, generar negocios y ampliar contactos (*networking*).

WIKIPEDIA: En la enciclopedia libre, todos los artículos se redactan conjuntamente por voluntarios de todo el mundo y pueden ser editados por cualquier persona. No puede decirse que haya “perfiles oficiales” como tal, aunque es posible detectar intervenciones corporativas.

GOOGLE+: Red social gestionada por Google Inc. Los usuarios tienen que ser mayores de 18 años, para crear sus cuentas. Fue lanzada en el año 2011 y ya es la segunda red social más popular del mundo.

PINTEREST: Red social para compartir imágenes, que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes.

TWITTER: Plataforma de *microblogging* para la publicación de noticias y enlaces que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas tuits, de una longitud máxima de 140 caracteres.



YOUTUBE: Permite subir y compartir videos '*online*', de forma pública o privada. Utiliza un reproductor en línea para servir su contenido. Una de las reglas fundamentales de esta red es la oposición de subir videos con derechos de autor.



FLICKR: Permite almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías y videos online. Esta comunidad se rige por normas de comportamiento y condiciones de uso que favorecen la buena gestión de los contenidos.



SLIDESHARE: Usada para subir y compartir presentaciones de diapositivas. También permite documentos, PDF, videos y portafolios.



INSTAGRAM: Aplicación gratuita para compartir fotos y aplicarles filtros, para luego, publicarlas en diferentes redes sociales. Originalmente fue diseñada para iPhone o dispositivos con el sistema iOS 3.0.2. En 2012 se lanzó la versión para Android.



APLICACIONES: Programas específicos para dispositivos móviles, básicamente, y para ordenadores. Posibilitan el acceso instantáneo a contenidos *online*.



BLOGS O BITÁCORAS. Otra forma de publicar y generalmente interactuar con contenidos de todo tipo, sin limitación de espacio y con una enorme variedad de diseños.



4.- Análisis.

4.1.- DISTINTOS CRITERIOS DE USO Y SEGUIMIENTO.

Las estrategias de Comunicación Corporativa 2.0 de las compañías del Ibex están, se puede decir, en plena definición. Algunas de las empresas utilizan ya habitualmente las plataformas que posibilitan la “sociedad de la conversación” para relacionarse con sus principales públicos y con diferentes objetivos. Otras, mantienen una presencia limitada, incluso un tanto tímida, en las principales redes sociales. A grandes rasgos, del análisis realizado se puede decir lo siguiente:

- El 60% de las empresas están presentes en más de la mitad de los medios sociales analizados.
 - Banco Sabadell e Iberdrola tiene presencia en todos. Le siguen, con una plataforma menos: Acciona, Bankinter, BBVA, CaixaBank, Ferrovial, Gas Natural Fenosa, Jazztel y Telefónica.
 - Acerinox, ACS, Enagas, FCC, Grifols, OHL, Red Eléctrica de España, Sacyr, Técnicas Reunidas y Viscofan son las empresas cotizadas menos activas en la web 2.0.

- En LinkedIn, Banco Santander es la entidad cotizada con mayor número de seguidores (+130.000). Mediante esta herramienta de *networking*, según su propia definición, o creación de una red de contactos, transmite principalmente información corporativa e información mixta (interna/externa), como nuevos nombramientos. Le siguen Inditex (+95.000) y Telefónica (+85.000).
- Bankinter es la empresa que más seguidores tiene en Twitter (+20.000). Además de información corporativa, el Banco también se hace eco de las noticias económicas más relevantes.
- En Facebook, las empresas del Ibex 35 que contaban con mayor número de seguidores en el periodo analizado son Banco Santander (86.746), BBVA (60.420) y Jazztel (58.780). El contenido de las páginas oficiales está relacionado con los patrocinios del equipo Ferrari, en el caso de Banco Santander, y otras iniciativas relacionadas con las organizaciones.
- Destaca la presencia en medios sociales de los bancos españoles: es el caso de BBVA o Banco Santander, que cuentan con perfiles en casi todas las plataformas estudiadas. Por el contrario, las empresas pertenecientes al sector de la construcción, como OHL o FCC, todavía se



muestran reticentes a utilizar estas estructuras como nuevos canales de Comunicación.

- La constante creación de nuevos medios sociales obliga a las empresas a estar atentas para detectar las últimas novedades y oportunidades. Instagram y Pinterest son las plataformas que han alcanzado mayor popularidad recientemente. El 28% de las empresas están presentes en Instagram, mientras que el 40% tiene presencia en Pinterest.
- Se observa que hay un mayor uso, respecto a 2010, de la Web 2.0 con estrategias de Comunicación definidas:
 - Ebro Foods, Endesa, IAG, Inditex, Repsol optan por estar presentes mediante sus diferentes marcas (presencia comercial).
 - Empresas como Banco Sabadell, Banco Santander, Bankinter, Gas Natural Fenosa, Iberdrola, Sacyr o Telefónica cuentan con perfiles inactivos en varias plataformas para evitar una mala utilización por parte de terceras personas.
 - Las estrategias en medios sociales de gran parte de las empresas analizadas responden a criterios globales adecuados a sus presencias

internacionales, destacando en este aspecto Banco Santander, Gas Natural Fenosa o Telefónica.

- Banco Santander también adecúa dicha estrategia a las realidades locales de los lugares en que opera. Por ejemplo, en Alemania se encuentra presente en la red profesional Xing, con mayor penetración que LinkedIn en ese país.
- Gas Natural Fenosa es ejemplo de lo que puede definirse como “estrategia conservadora”: se encuentra presente en Pinterest, Instagram, Flickr, Slideshare y Google+ mediante cuentas inactivas.
- Las empresas cotizadas en el Ibex 35 han comenzado a crear aplicaciones para los dispositivos móviles. El 48% de las organizaciones analizadas tienen una o varias aplicaciones para ofrecer distintos servicios a sus usuarios. CaixaBank dispone de una tienda propia, CaixaMóvilStore, desde donde los clientes pueden descargarse más de 70 aplicaciones.
- Todas las compañías del índice selectivo cuentan con perfil en Wikipedia y se observa en las actualizaciones, que suelen ser frecuentes, un esfuerzo por usar lenguaje corporativo que sea aceptable para las estrictas normas de la enciclopedia colaborativa (obviamente, los textos



“no los redacta la empresa” ya que las normas de la publicación lo prohíben).

4.2.- LAS MÁS POPULARES.

Las plataformas Twitter y LinkedIn son las más utilizadas por las empresas del Ibex 35. La interacción con sus clientes, empleados o antiguos empleados centran la actividad de las organizaciones en estos medios sociales.

- El 70% de las empresas presentes en el Ibex 35 cuentan con, al menos, un perfil abierto en Twitter. La mayoría de estas empresas utilizan Twitter para dirigirse a públicos específicos. Así, empresas como Banco Popular transmiten mediante diferentes perfiles en Twitter información corporativa, atención al cliente o sala de prensa para periodistas.
- La inmensa mayoría de empresas cuenta con un perfil corporativo en LinkedIn, sin embargo solo Amadeus IT Group, Arcelor Mittal, Banco Santander, BBVA, Ferrovial, Inditex, Indra, Repsol y Telefónica lo utilizan como un canal de contratación *online*.
- Facebook no se distingue por ser usada con fines corporativos, sino más bien comerciales. Tienen perfil en ella algo más de la mitad de las cotizadas en el Ibex 35.

4.3.- COMUNICACIÓN CON ACCIONISTAS.

El 42% de las empresas del Ibex 35 transmitieron mediante redes sociales sus respectivas Juntas Generales de Accionistas. El dato se refiere a las últimas convocatorias dentro del periodo analizado.

- Twitter fue la plataforma más utilizada para transmitir declaraciones y presentar datos financieros de las organizaciones.
- Iberdrola y Ferrovial, por este orden, fueron las que más medios sociales utilizaron para transmitir su última Junta General de Accionistas. La empresa energética utilizó hasta siete plataformas diferentes para transmitir el evento.
- Ferrovial utilizó el *cashtag* (\$FER) para sus tuits. Cabe recordar que su Junta General de Accionistas fue en marzo de 2013 y que Twitter puso en marcha estas etiquetas, versión bursátil de los *hashtags*, en agosto de 2013, en ese momento sólo para Wall Street.

4.4.- PORTAVOCES *ONLINE*.



Los primeros ejecutivos de las empresas del Ibex 35 tienen muy poca o nula presencia en medios sociales. En la mayoría de los casos, se limita a una página biográfica en Wikipedia y no siempre se encuentran actualizados.

- LinkedIn es el medio más popular entre los primeros ejecutivos de las empresas cotizadas. Hasta nueve de ellos cuentan con perfiles profesionales en esta herramienta.
- El presidente del Banco Santander, Emilio Botín, tiene presencia en LinkedIn. Javier Marín Romano, consejero delegado, tiene cuentas en LinkedIn y Twitter. Pero, la presencia de ambos directivos en medios sociales viene determinada por una estrategia cuyo objetivo es evitar una mala utilización por parte de terceros.
- José María Álvarez Pallete, consejero delegado de Telefónica, es el primer ejecutivo de las empresas del Ibex 35 con mayor presencia 2.0: Facebook, LinkedIn y Twitter.

4.5.- EVOLUCIÓN 2010-2013.

No existen datos previos a este estudio sobre Amadeus IT Group, CaixaBank, Día Supermercados, Ebro Foods, IAG, Jazztel, Mediaset y Viscofan. Estas empresas tenían otra identidad corporativa en 2010 o no estaban presentes en el Ibex 35.

- Más de la mitad de empresas cotizadas en el Ibex 35 han creado nuevos perfiles durante el periodo. Abertis, BME y Mapfre lo han hecho en Facebook, Flickr, LinkedIn, Twitter o Facebook desde 2010.
- Una tercera parte de las empresas analizadas en el anterior estudio y presentes en la actualidad han creado un canal oficial en Youtube, que se ha convertido en el sitio web que más incorporaciones ha recibido desde 2010.
- Un 20% ha creado perfiles en Flickr y Twitter.
- Las organizaciones que anteriormente tenían poca presencia en medios sociales continúan con la misma tendencia.
- La idea de "sociedad de la conversación", que se asocia a comunidades virtuales y redes sociales, no ha calado en las empresas del Ibex 35, y menos aún si nos referimos a perfiles corporativos (no comerciales), aunque se han observado pequeños avances desde 2010, básicamente en blogs y Twitter. Han sido muy pocos los diálogos detectados en el periodo estudiado frente a un gran volumen de emisión de noticias, publicidad, promociones...
- Es más significativo el avance en el lenguaje digital que las compañías más activas utilizan en los medios sociales,



aunque aún dista del ideal de adecuación a los distintos receptores. Los perfiles corporativos en LinkedIn son los que más han evolucionado.

Como puede observarse en

Gráfico 1.- Comparativa en porcentajes de usos corporativos.

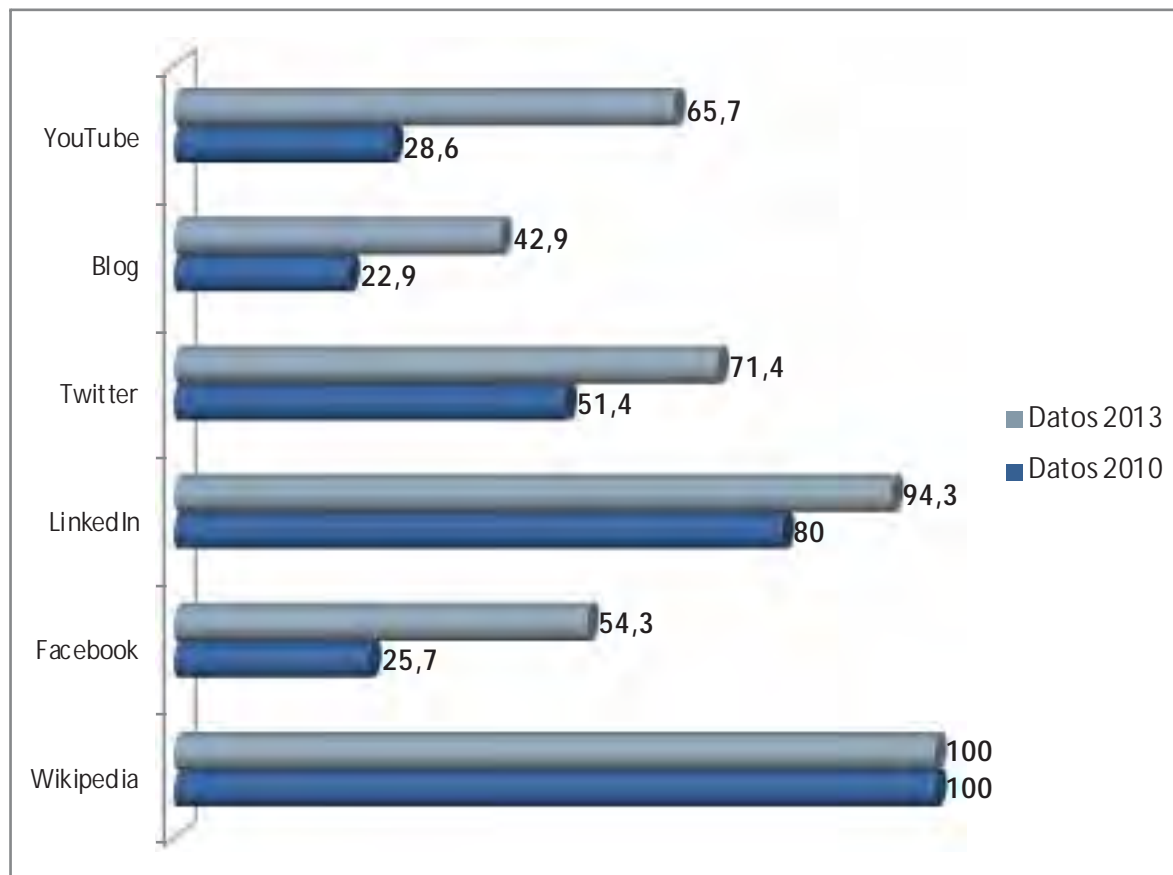
4.6.- GRÁFICAS COMPARATIVAS.

En los datos comparables podemos ver cómo se ha incrementado el uso corporativo que las empresas del Ibex hacen de las plataformas 2.0.

Para valorar este aspecto cuantitativo, es necesario recordar que no se han analizado los mismos medios sociales en los dos ejercicios, como se explica en el capítulo (3.- Antecedentes y datos técnicos), y que hay cambios en las empresas del Ibex; incluso cambios en su denominación social a causa de sus nuevas situaciones societarias. Se trata de mirar en porcentajes, por tanto, la evolución sin tener en cuenta en este caso los aspectos cualitativos.

Las plataformas que se han comparado son Wikipedia, Facebook, LinkedIn, Twitter, blogs y YouTube y sólo en usos corporativos.

Los porcentajes se han establecido sobre la base de 35 empresas, sin tener en cuenta si éstas coinciden o no en uno y otro estudio.



la gráfica comparativa (Gráfico 1), todas las plataformas registran un aumento de uso, salvo Wikipedia, que ha sido y es utilizada y actualizada respecto a la totalidad de las empresas del selectivo español.



El mayor incremento (Gráfico 2), como ya se apuntó líneas antes, se registra en YouTube: en 2010 lo usaban un 26,6% de las 35 y en 2013 tiene su canal corporativo el 65,7%, lo que supone un incremento del 56,5%. A la plataforma de vídeos le sigue muy de cerca en ese incremento el uso de Facebook, que crece un 52,7%.

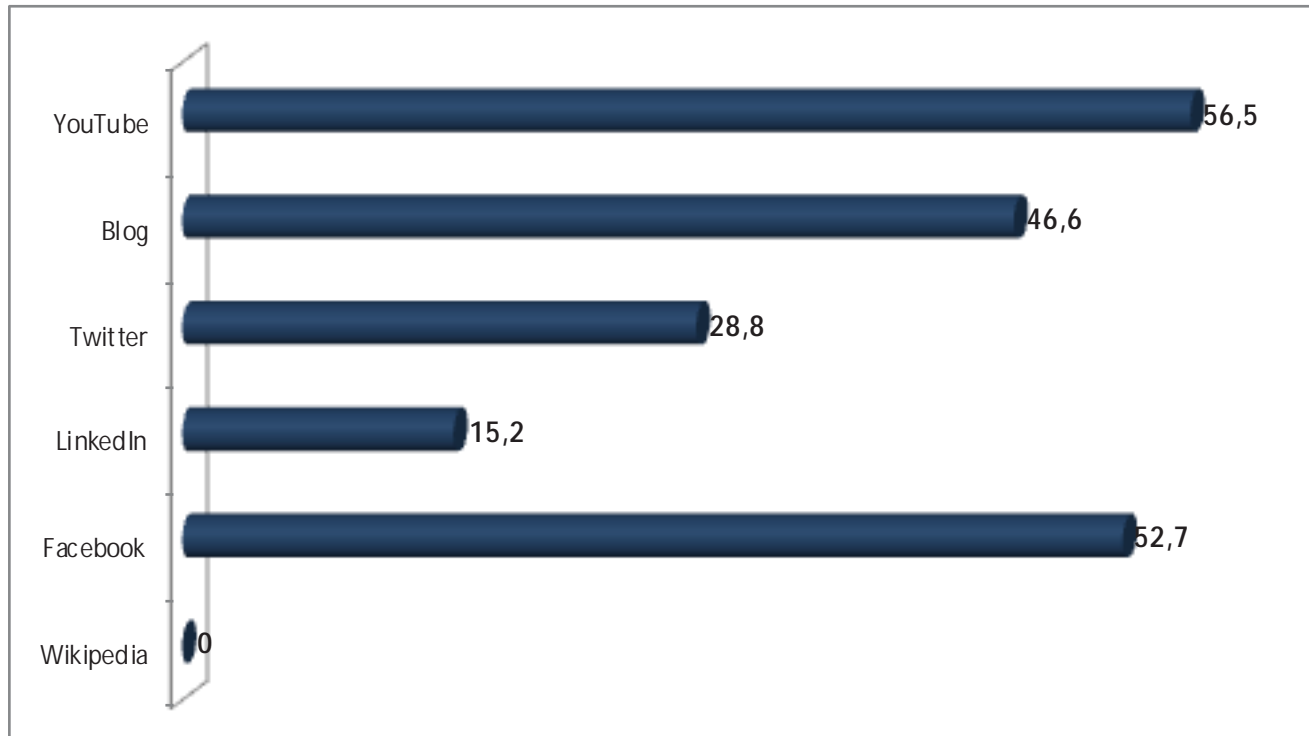


Gráfico 2.- Incremento de uso corporativo de plataformas 2.0 (2010-2013).



5.- Resumen por compañías.

5.1.- LAS FICHAS DE CADA EMPRESA.

Siguen a continuación las 35 fichas resumen de lo que se ha analizado respecto a cada compañía del Ibex. El contenido de las fichas es el siguiente:

- Gráfico con el 'logo' de la empresa y su presencia en redes sociales.
- **Particularidades:** se indican aspectos relevantes en redes sociales de las empresas cotizadas no incluidos en el gráfico.
- **Relación con accionistas e inversores:** comunicación específica que la organización tiene con sus accionistas e inversores mediante redes sociales. La referencia para analizar esta comunicación es la última Junta General de Accionistas de cada empresa.
- **Evolución 2010-2013:** cambios producidos en la presencia online de las empresas cotizadas en el Ibex 35 respecto a 2010, fecha del anterior estudio. En este apartado no se consideran 'cambio', 'evolución' o 'involución' la presencia las nuevas redes sociales

analizadas (Instagram, Pinterest, Google+ y SlideShare) o la integración de aplicaciones para dispositivos móviles.

A la hora de comparar los datos, es necesario tener en cuenta que:

- Las empresas cotizadas tienen presencia internacional y, como tal, suelen tener perfiles en las redes sociales de los países en los que operan. Sin embargo, el presente estudio se centra en su actividad en redes sociales en España.
- El objeto de estudio es analizar la presencia corporativa de las empresas cotizadas, incluyendo la relación con sus accionistas e inversores mediante redes sociales. Muchas de las empresas están presentes en redes sociales mediante sus fundaciones, programas de patrocinio o distintas iniciativas con objetivos comerciales o de reputación. Si éste es el caso, se incluye la información en particularidades, pero en el gráfico solo se hace referencia al ámbito corporativo de la organización.

5.2.- LAS COMPAÑÍAS UNA A UNA.



5.2.1.- ABERTIS.

abertis	Google+	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	SlideShare	Google+	Other	
Compañía	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓
Presidente Salvador Alemany Mas	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Francisco Reynés	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- Presente en Twitter mediante varios perfiles: uno cerrado con contenido exclusivo para periodistas, otro abierto con contenido específico de Abertis Telecom y un tercero para Abertis Autopistas, destinado a clientes profesionales (@Truck_Tweet).

Evolución 2010-2013:

- Nuevo perfil corporativo en LinkedIn.
- Perfil en Twitter para Abertis Telecom y Abertis Autopistas.
- Canal corporativo en YouTube.
- Nuevo perfil corporativo en Flickr.

Relación con accionistas e inversores:

- Se ha publicado información sobre la última Junta General de Accionistas (20/03/2013) en las redes sociales Youtube, Flickr y Slideshare.



5.2.2.- ACCIONA.

	Compañía	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other	
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Presidente José Manuel Entrecanales	✓	✗	✗	✓			✗	✗			
Vicepresidente Juan Ignacio Entrecanales Franco	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- Presente en Facebook mediante la página oficial corporativa y otra de ofertas especiales: "Me gusta...Transmediterránea".
- En LinkedIn ha creado cuatro grupos: Acciona (para empleados y ex-empleados), Agua, Infraestructuras, y Energías Renovables y Sostenibles.
- Existen dos cuentas activas en Twitter: RRHH y noticias, así como dos blogs corporativos: RRHH y Sostenibilidad.

Relación con accionistas e inversores:

- Uso de redes sociales para la difusión de la última Junta General de Accionistas (06/06/2013).
- Creación del *hashtag*#JGA2013 en Twitter y publicación de entradas en Facebook y Google+ que permitieron a usuarios y accionistas seguir el desarrollo de la junta.

Evolución 2010-2013:

- Nueva página de ofertas especiales en Facebook.
- Nuevo perfil corporativo en Flickr.



5.2.3.- ACERINOX.

Compañía	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗
Presidente Rafael Naranjo Olmado	✗	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Bernardo Velázquez	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (29/04/2013).

Evolución 2010-2013:

- No se han detectado cambios.



5.2.4.- ACS.

Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente Florentino Pérez	✓	✗	✓	✗			✗	✗				
Vicepresidente Antonio García Ferrer	✗	✗	✓	✗			✗	✗				

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (09/05/2013).

Evolución 2010-2013:

- No se han detectado cambios.



5.2.5.- AMADEUS.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Google+	YouTube	Flickr	Google	Google+	Other	
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Presidente Luis Maroto	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- La compañía en España no tiene perfil en Flickr, pero sí sus filiales en Francia y Brasil.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (20/6/2013).

Evolución 2010-2013:

- No existen datos previos a este estudio sobre Amadeus IT Group.



5.2.6.- ACERLORMITTAL.

ArcelorMittal	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other			
Compañía	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗
Presidente Lakshmi N. Mittal	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- El perfil de Twitter está en inglés.
- Tienen perfiles creados en Instagram y Pinterest pero no tienen contenidos y están inactivos.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (08/05/2013).

Evolución 2010-2013:

- Nuevo blog corporativo de noticias.



5.2.7.- BANCO POPULAR.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Google+	YouTube	Flickr	SoundCloud	StumbleUpon	MySpace	Bandcamp
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓
Presidente Ángel Ron Güimil	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Francisco Gómez Martín	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- Presente en Twitter mediante los perfiles @GrupoBPopular, para transmitir información corporativa, y @PopularResponde, para preguntas de sus clientes.

Relación con accionistas e inversores:

- Empleo de la red social Twitter (mediante *hashtag* #JuntaPOP) y de Facebook para la última Junta General de Accionistas (10/6/2013).

Evolución 2010-2013:

- Nueva cuenta en Facebook.
- Creación de un blog corporativo.



5.2.8.- BANCO SABADELL.

Sabadell	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Google+	YouTube	Tumblr	SoundCloud	StumbleUpon	Other
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Presidente Josep Ollé i Creus	✓	✗	✗	✗			✗	✗			
Consejero Delegado Jaime Guardiola Romojaro	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- Presente en Twitter mediante tres cuentas: @BancoSabadell (atención al cliente y publicación de contenidos), @BSpress (difusión de la actualidad de la entidad) y @BancSabadell, en la que se difunden contenidos vinculados a algunas campañas
- El perfil en Instagram está inactivo.

Relación con accionistas e inversores:

- Empleo de la red social Twitter (mediante *hashtag* #JuntaBS en la cuenta @BSpress) y de Facebook para la última Junta General de Accionistas (26/04/2013).

Evolución 2010-2013:

- Dos nuevas cuentas en Twitter.



5.2.9.- SANTANDER.

	Santander	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other	Other	Other
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Presidente Emilio Botín-Sanz de Sautuola	✓	✗	✓	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Javier Marín Romano	✓	✗	✓	✓			✗	✗				

Particularidades:

- Presente en Facebook, Twitter y Youtube mediante las cuentas Santander España, Santander Internacional, Santander Patrocinios y Santander Universia.
- Presente en Pinterest mediante la cuenta del grupo y de la Fundación Banco Santander.
- Presencia en otras redes sociales como Xing.
- Presencia protegida de los principales directivos en determinadas redessociales con el objetivo de evitar una mala utilización por parte de terceros.

Relación con accionistas e inversores:

- Desde la sección de la web para accionistas e inversores se puede compartir información en Facebook y Twitter.
- Uso de redes sociales para la difusión de la última Junta General de Accionistas (22/03/2013). Los tuits se hicieron en castellano e inglés.

Evolución 2010-2013:

- Nueva página oficial en Facebook.
- Nuevo canal en YouTube.



5.2.10.- BANKINTER.

bankinter.	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Blue	YouTube	Flickr	Google+	Other
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Presidente Pedro Guerrero Guerrero	✗	✗	✗	✗			✗	✗		
Consejero Delegado María Dolores Dorcausa	✗	✗	✗	✗			✗	✗		

Particularidades:

- Presente en Facebook, Twitter y Youtube mediante las cuentas Bankinter, Bankinter Labs y Fundación de la Innovación Bankinter.
- Presente en la red social Foursquare.
- Perfil en Pinterest inactivo.

Relación con accionistas e inversores:

- Empleo de la red social Twitter (mediante *hashtag* #JuntaBKT) para la última Junta General de Accionistas (21/03/2013).

Evolución 2010-2013:

- Difusión de contenido y actividades a través de redes sociales.



5.2.11.- BBVA.

	BBVA	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Blue	YouTube	Flickr	Google+	Other
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Presidente Francisco González	✓	✗	✗	✗			✗	✗			
Consejero Delegado Ángel Cano Fernández	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- Presencia en redes sociales destinada a campañas de notoriedad, Comunicación corporativa y venta/postventa.
- En Twitter tienen tres perfiles: Sala de Prensa, la Liga BBVA, y un canal de atención al cliente.
- Llevan a cabo iniciativas en la blogosfera: «Bluebbva» (blog de música, cine y televisión, fútbol y motor, «Planta 29» del Área de Innovación Corporativa (novedades tecnológicas, comunicación y los negocios).

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (15/03/2013).

Evolución 2010-2013:

- Nuevas páginas en Facebook como BBVA Tech y Liga BBVA.
- Nuevos perfiles en Twitter para la Liga BBVA y un canal de atención al cliente «BBVA Responde».



5.2.12.- BME.

Compañía	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✓
Presidente Antonio J. Zoido	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Director General Javier Hernani Burzaco	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- Uso de la red social Twitter para la última Junta de Accionistas (30/04/2013) mediante el uso de *hashtag* #JuntaBME.

Evolución 2010-2013:

- Cuentas corporativas de nueva creación en Twitter, LinkedIn, Youtube, y Flickr
- Nuevo perfil de Antonio J. Zoido Martínez en Wikipedia.



5.2.13.- CAIXABANK.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other		
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Presidente Isidre Fainé Casas	✓	✗	✗	✗			✗	✗			
Consejero Delegado Joan Maria Nin Génova	✓	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- La actividad en redessociales de Caixabank se realiza bajo la marca "La Caixa".
- Presente en Twitter mediante infocaixa, lacaixaresponde, lkxa (para los clientes más jóvenes), FundaciolaCaixa y emprendedor XXI.
- Presente en Facebook mediante La Caixa, CaixaForum, LKXA y EmprendedorXXI.

Evolución 2010-2013:

- No existen datos previos a este estudio sobre CaixaBank.

Relación con accionistas e inversores

- Uso de la red social Twitter para difundir la última Junta General de Accionistas mediante el *hashtag* #JuntaCaixaBank (25/4/2013). También se utiliza esta red social para difundir información financiera relevante a lo largo del año.



5.2.14.- DÍA.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Google+	Other	Other	Other	Other	Other
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗		✗	✗
Presidente Ana María Llopis Rivas	✗	✓	✓	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Ricardo Currás de Don Pablos	✗	✗	✓	✗			✗	✗				

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (26/4/2013).

Evolución 2010-2013:

- No existen datos previos a este estudio sobre Dia Supermercados.



5.2.15.- EBRO.

	Google+	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	SoundCloud	Google+	Other
Compañía	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente Antonio Hernández Callejas	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- En el ámbito corporativo, la marca Ebro Foods no tiene presencia en redes sociales. Sus marcas en España (SOS, Brillante, La Cigala, La Fallera, Panzani, Sundari y Arroz Rocío) sí cuentan con perfiles en redes sociales.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (3/6/2013).

Evolución 2010-2013:

- No existen datos previos a este estudio sobre Ebro Foods (no estaba en el Ibex en 2010).



5.2.16.- ENAGÁS.

Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente Antonio Lladén Carratalá	✗	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Marcelino Oreja Arburúa	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores

- Uso de la red social Twitter para la última Junta General de Accionistas (24/04/2013) mediante el uso del *hashtag* #JGA2013Enagas.

Evolución 2010-2013:

- Página oficial en Facebook de nueva creación.



5.2.17.- ENDESA.

	endesa	Twitter	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	StumbleUpon	YouTube	Flickr	Google+	Other
Compañía	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
Presidente Borja Prado Eustate	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Andrea Bertrán	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- Futuro lanzamiento de una página oficial en Facebook. Actualmente, está presente mediante el perfil *Actitud Azul*.
- No tiene blog corporativo, pero sí existen blogs relacionados con la liga española de baloncesto ACB, de la que es el principal patrocinador, o con iniciativas como EndesaEduca, Twenergy y el blog de Enel.

Evolución 2010-2013:

- No se han detectado cambios.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (22/04/2013).



5.2.18.- FCC.

Compañía	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Presidente Esther Alcocer Koplowitz	✓	✗	✗	✗			✗	✗			
Consejero Delegado Juan Béjar	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha encontrado información específica en redes sociales sobre la última Junta General de Accionistas (23/05/2013).

Evolución 2010-2013:

- Creación de nuevas cuentas en Twitter y YouTube.



5.2.19.- FERROVIAL.

ferrovial												
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Presidente Rafael del Pino	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Iñigo Meirás	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- Iñigo Meirás, consejero delegado, participa en el canal de YouTube de la Compañía informando sobre sus resultados.
- Presencia en más redes sociales, como Foursquare, utilizada para la comunicación de eventos financieros y de negocio.

Relación con accionistas e inversores:

- Durante la última Junta General de Accionistas (22/03/2013) se utilizó Twitter (apoyado en un *cashtag*), LinkedIn, Google+, YouTube y Slideshare.

Evolución 2010-2013:

- Creación de nuevas cuentas en Twitter y Flickr.
- Nuevo blog corporativo.



5.2.20.- GAS NATURAL FENOSA.

gasNatural fenosa	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Slideshare	YouTube	Flickr	Google+	Other	
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Presidente Salvador Gabarró Serra	✓	✗	✗	✗			✗	✗			
Consejero Delegado Rafael Villaseca Marco	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- Cuentas existentes en Pinterest, Instagram, Flickr, Slideshare y Google+ aunque inactivas por razones de protección de marca.
- Presente en Facebook mediante Gas Natural Fenosa y otras iniciativas como Cine, Museo del Gas y El mejor lugar del mundo Mi casa.
- Presente en Twitter mediante los perfiles de Gas Natural Fenosa, un perfil específico para prensa y otro para las iniciativas mencionadas.

Evolución 2010-2013:

- Creación de nuevas cuentas en Facebook, Flickr, Twitter y YouTube.

Relación con accionistas e inversores

- Uso de la red social Twitter para la última Junta General de Accionistas (16/03/2013) mediante el uso del *hashtag* #JuntaAccionistasGNF.



5.2.21.- GRIFOLS.

GRIFOLS	Website	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other	
Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente Victor Grifols Roura	✓	✗	✗	✗			✗	✗			
Director general José Antonio García	✓	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (23/05/2013).

Evolución 2010-2013:

- No se han detectado cambios.



5.2.22.- IAG.

	Wikipedia	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other
Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente Antonio Vázquez	✓	✗	✗	✗			✗	✗		
Consejero Delegado Willie Walsh	✓	✗	✗	✗			✗	✗		

Particularidades:

- En el ámbito corporativo, la marca IAG planea crear nuevos perfiles sociales, pero actualmente la presencia se limita a un perfil biográfico en Wikipedia y LinkedIn. Tanto Iberia en España como British Airways en Reino Unido, empresas que conforman la compañía, sí cuentan con perfiles en las redes sociales más populares.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (19/06/2013).

Evolución 2010-2013:

- No existen datos previos a este estudio sobre IAG (no existía en 2010).



5.2.23.- IBERDROLA.

IBERDROLA	Website	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	SlideShare	YouTube	Flickr	Blog	Google+	Other
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Presidente Ignacio Sánchez Galán	✓	✗	✗	✗				✗	✗			
Director general José Luis San Pedro	✗	✗	✗	✗				✗	✗			

Particularidades:

- Tiene un perfil creado en Instagram, pero la cuenta está inactiva.

Relación con accionistas e inversores:

- Empleo de Twitter (mediante *hashtags* #juntaIBE y #resultadosIBE para las presentaciones de resultados), Facebook, Flickr, LinkedIn, Google+, YouTube y Slideshare para la última Junta General de Accionistas (22/03/2013).

Evolución 2010-2013:

- Creación de nuevos perfiles corporativos en Facebook, YouTube y Flickr.
- Creación de nueva cuenta a atención al cliente en Twitter: @Tulberdrola.
- Nuevo blog corporativo.
- Desarrollo de perfiles sociales de las filiales internacionales de la empresa.



5.2.24.- INDITEX.

INDITEX	Wikipedia	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Google+	YouTube	Flickr	SoundCloud	StumbleUpon	Delicious
Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente Pablo Isla	✓	✗	✗	✗				✗	✗			
Vicepresidente José Arnau Sierra	✗	✗	✓	✗				✗	✗			

Particularidades:

- En el ámbito corporativo, Inditex tiene un perfil biográfico en Wikipedia y está presente en LinkedIn. Sus marcas en España (Zara, Bershka, Massimo Dutti, Oysho, Uterqüe, Pull & Bear, Stradivarius, Zara y Zara Home) cuentan con más perfiles en redes sociales.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (16/7/2013).

Evolución 2010-2013:

- No se han detectado cambios.



5.2.25.-INDRA.

Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Presidente Javier Monzón	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado Javier de Andrés	✗	✗	✓	✗			✗	✗				

Particularidades:

- También está presente en la red Xing.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (20/06/2013).

Evolución 2010-2013:

- Creación de nuevos perfiles corporativos en Twitter y YouTube.
- Creación de blog corporativo



5.2.26.- JAZZTEL.

JAZZTEL	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Google+	YouTube	Flickr	StumbleUpon	Delicious	Diigo	Other
Compañía	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Presidente Leopoldo Fernández Pujals	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado José Miguel Fernández	✗	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (13/6/2013).

Evolución 2010-2013:

- No existen datos previos a este estudio sobre Jazztel (no estaba en el Ibex en 2010).



5.2.27.- MAPFRE.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	MySpace	YouTube	Flickr	Google+	Other	
 MAPFRE	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗
Presidente Antonio Huertas	✗	✗	✗	✗			✗	✗			
Vicepresidente/ Director general Esteban Tejera	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- Presente en Facebook mediante los perfiles Seguros MAPFRE, Red de Oficinas MAPFRE y MAPFRE te Cuidamos, su club de fidelización.
- Presente en Twitter mediante varias cuentas con funciones diferenciadas: @PrensaMAPFRE (corporativa), @MAPFRE_Atiende (atención al cliente), @te_cuidamos (club de fidelización), @MapfreAsist (MAPFRE asistencia).
- En Google+ está presente con Red de Oficinas MAPFRE.
- Perfiles en LinkedIn: MAPFRE España y Mapfre Asistencia.
- Está presente en YouTube mediante los canales Seguros MAPFRE, MAPFRE te Cuidamos y MAPFRE Asistencia.
- La Fundación MAPFRE también cuenta con una importante presencia en redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube.
- Presencia internacional en otras redes sociales (ejemplo: MAPFRE Argentina en SlideShare).

Relación con accionistas e inversores:

- Uso de la red social Twitter para la última Junta General de Accionistas (09/03/2013) mediante el uso del *hashtag* #juntageneralMAPFRE.

Evolución 2010-2013:

- Creación de nuevos perfiles en Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube.



5.2.28.- MEDIASET ESPAÑA.

- No existen datos previos a este estudio sobre Mediaset.

MEDIASET <i>españa.</i>												
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗
Presidente												
Alejandro Echevarría Busquet	✓	✗	✗	✗			✗	✗				
Consejero Delegado												
Paolo Vasile	✓	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- Presente en Facebook mediante Mediaset y los canales de televisión del grupo (Telecinco, Cuatro, Divinity, Factoría de Ficción, La Siete, Boing, Energy y Nueve).
- Presente en Twitter mediante perfiles de Mediaset y los canales de televisión.
- Además de la cuenta de Mediaset en Google+, también existen cuentas de Telecinco, Cuatro, Divinity, Energy y Mitele.

Relación con accionistas e inversores

- Uso de la red social Twitter para difundir información sobre la última Junta General de Accionistas (17/04/2013).

Evolución 2010-2013:



5.2.29.- OHL.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other			
Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Presidente y Consejero Delegado: Juan Miguel Villar Mir	✓	✗	✗	✗			✗	✗				

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (14/5/2013).

Evolución 2010-2013:

- Creación de perfiles en Flickr y LinkedIn.



5.2.30.- RED ELÉCTRICA DE ESPAÑA.

	RED ELÉCTRICA DE ESPAÑA	Google+	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Picasa	Google+	Other
Compañía		✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Presidente ejecutivo José Folgado Blanco		✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- Presencia en Picasa para compartir fotografías.

Relación con accionistas e inversores:

- Ha utilizado Twitter para la transmisión de la última Junta General de Accionistas (17/4/2013).

Evolución 2010-2013:

- Nueva página corporativa en Facebook.
- Nuevo canal en YouTube.



5.2.31.- REPSOL.

	Wikipedia	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Box	Guía
Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗
Presidente y Consejero Delegado Antonio Brufau	✓	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- En el ámbito corporativo, Repsol tiene un perfil biográfico en Wikipedia, una cuenta en LinkedIn y está presente en la blogosfera. Su participación en las demás redes sociales se desarrollan mediante las cuentas y perfiles de Guía Repsol y Box Repsol.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (31/5/2013).

Evolución 2010-2013:

- Creación de blog corporativo.



5.2.32.- SACYR.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	Google+	YouTube	Flickr	SoundCloud	StumbleUpon	Delicious
Compañía	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Presidente y Consejero Delegado Manuel Manrique Cecilia	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- Existe un perfil corporativo en Twitter, @Sacyr_noticias, aunque no hay ninguna actividad. La que existe con nombre [@SYVnews](#), no es oficial.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (26/06/2013).

Evolución 2010-2013:

- Canal Youtube creado en 2012.
- Perfil en Twitter creado en 2012.
- Intención de crear un blog para el 2013/2014.



5.2.33.- TÉCNICAS REUNIDAS.

Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente José Lladó Fernández-Urrutia	✓	✗	✗	✗			✗	✗			
Vicepresidente Juan Lladó Arburúa	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (25/6/2013).

Evolución:

- No se han detectado cambios.



5.2.34.- TELEFÓNICA.

Telefonica	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	Other		
Compañía	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Presidente César Allieria	✓	✗	✗	✓			✗	✗			
Consejero Delegado José María Álvarez- Pallete López	✗	✓	✓	✓			✗	✗			

Particularidades:

- La actividad en redessociales de Telefónica en España se realiza bajo la marca comercial de Movistar España.
- En Facebook está presente mediante Movistar España y páginas oficiales de la Fundación Telefónica, Telefónica I+D, etc.
- La cuenta Telefónica en Twitter está inactiva, sin embargo la cuenta de Fundación Telefónica está activa.
- La cuenta en Flickr recibe el nombre de Telefonicafotos.
- En Slideshare se encuentra presente mediante *Telefónica: Grandes Clientes*.
- La cuenta de Pinterest Telefónica España, permanece inactiva.
- Fuerte presencia en la mayor parte de redes sociales y blogs mediante Wayra y Telefónica Digital que articulan los mensajes de innovación, *start-ups* y emprendimiento de Telefónica.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (30/5/2013).

Evolución 2010-2013:

- No se han detectado cambios.



5.2.35.- VISCOFÁN.

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest	YouTube	Flickr	Google+	StumbleUpon	MySpace	Other
Compañía	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Presidente José Domingo de Ampuero y Oseña	✗	✗	✗	✗			✗	✗			
Vicepresidente Néstor Basterra Larrouzé	✗	✗	✗	✗			✗	✗			

Particularidades:

- No se han encontrado.

Relación con accionistas e inversores:

- No se ha detectado comunicación específica en redes sociales con motivo de la última Junta General de Accionistas (29/4/2013).

Evolución 2010-2013:

- No existen datos previos a este estudio sobre Viscofan.