

BALEARES, LA COMUNIDAD MÁS ACTIVA EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES DE TODA ESPAÑA

- *Diferentes estudios sitúan a las islas como la región líder en comunicación 2.0*
- *Aunque Facebook es la red preferida por los ciudadanos de la comunidad, Twitter es la que más ha crecido en un año*
- *Brújula anima a las empresas de Baleares a pasar del monólogo al diálogo y a incorporar las redes sociales a la estrategia de negocio*

Palma, 3 de enero de 2012.- Las organizaciones de Baleares deben apostar por incluir la comunicación 2.0 en sus estrategias de negocio y de gestión de marca. Esta es una de las conclusiones principales alcanzadas por los responsables de la empresa Brújula tras analizar diferentes estudios sobre la implantación de las redes sociales en la comunidad autónoma balear.

De dichos informes se deduce, claramente, que la Web 2.0 presenta un uso generalizado entre los residentes en las islas y que Baleares es, con diferencia, la comunidad autónoma más activa en las redes sociales. Así, según la red de blogs Ocio Network, por segundo año consecutivo Baleares se erige como la región española con mayor penetración de este tipo de comunicación social, hasta el punto, asegura la compañía, que en 2010, 92 de cada cien personas que se conectaron a Internet en las islas empleó una red social. Un primer puesto que también otorga a nuestra comunidad el Instituto Nacional de Estadística, aunque, en este caso, apunta a un 64,6 por cien de los internautas, porcentaje que, en todo caso, supera en 12 puntos la media nacional de usuarios de la comunicación 2.0. De hecho, la comunidad autónoma balear aventaja en casi seis puntos a Murcia, la segunda comunidad con mayor cantidad de ciudadanos conectados a las redes sociales.

Facebook es con un 89,9%, la red social más empleada en las islas, seguida de Tuenti, que presenta un índice de penetración del 36,8% y, ya a mayor distancia, por Twitter, con un 23,7%. No obstante, en relación al año 2009 esta última red social es la que más ha crecido, ya que en 2009 su índice de penetración apenas superaba el 13%.

Entre los adolescentes isleños, sin embargo, apunta en este caso la Universidad Camilo José Cela en el estudio “Generación 2.0: Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales”, Tuenti arrasa, ya que es la preferida por el 67,3% de la población adolescente. No obstante, este porcentaje se aleja bastante de la media del 80% que alcanzan a nivel nacional los usuarios adolescentes de Tuenti.

Lo cierto es que el uso de redes sociales experimenta una tendencia creciente tanto en Baleares como en el resto de España y del mundo e, incluso, está propiciando ciertos cambios en los hábitos sociales de los ciudadanos. Así, el estudio sobre Internet y redes sociales realizado con motivo de la campaña “Bienvenido a este instante” recientemente lanzada por la marca Nestea, indica que un 42% de los baleares se siente más cerca de familiares y amigos desde que se conecta a las redes sociales, aunque también es prácticamente idéntico (41%) el porcentaje de encuestados que reconocer que en alguna ocasión ha preferido hablar con sus amigos a través de mensajes, chats o redes sociales antes que quedar con ellos físicamente. De hecho, al menos 22 de cada cien personas que se conectan a las redes en las islas tiene más relación con sus amigos en la vida virtual que en la física.

Sea como sea, lo cierto es que todos los datos evidencian que la utilización de Internet y de las redes está muy extendida en la población balear, una realidad que contrasta con el índice de penetración de la Empresa 2.0, que en Baleares apenas es del 40%. Así, señala en este caso la Fundación Banesto, únicamente un 39% de las pequeñas y medianas empresas de las islas disponen de un perfil en Facebook, aunque son una minoría las que actualizan el contenido. Quienes sí revisan más periódicamente la información empresarial que cuelgan en la red social son las pymes usuarias de twitter, a las que están “abonadas” apenas un 10% de entidades de las islas.

“Una vez más - asegura Sebastià Xamena, director general de Brújula-, nos encontramos con que en la comunicación por Internet los ciudadanos van muy por delante de las empresas”, una tendencia que debería poder invertirse o igualarse si se tiene en cuenta, además, que casi el 70% de los internautas dan mucha o bastante credibilidad a lo que dicen sus amigos o conocidos de una marca o producto dentro de una red social. Es decir, explica Sebastià Xamena, “las redes sociales pueden ser los mejores altavoces de las marcas, de sus servicios y productos” y, puntualiza, “siempre que la comunicación 2.0 forme parte de la estrategia de negocio”.

Para el director general de Brújula, las empresas que quieran ser más competitivas y potenciar sus ventas deben incorporar las redes sociales a sus políticas de comunicación y marketing. La Web 2.0, asegura en este sentido Xamena, permite a las empresas pasar del monólogo al diálogo con el cliente, interactuar con ellos, conocer mucho mejor sus gustos y opiniones y, por

tanto, y en consonancia con ello, mejorar aquello que le ofrecemos para poder atender, de forma óptima sus necesidades”.

“Internet permite hacer llegar la información a millones de personas en todo el mundo, de forma inmediata y totalmente gratis, por lo que las organizaciones no pueden desaprovechar la oportunidad de poder amplificar su mensaje. Ahora bien, deben saber cómo, cuándo y dónde hacerlo y contar para ello con una planificación y un seguimiento, trabajos en los que Brújula, y su equipo de expertos en consultoría Web & Social Media pueden, sin duda, ayudarlas”.

Acerca de Brújula

Brújula es una compañía dedicada a ofrecer los Sistemas de Información que los negocios de los clientes requieren en cada momento. Desde el mismo momento de su creación, en julio de 2000, Brújula asumió con entusiasmo y responsabilidad el reto de facilitar el progreso tecnológico y la competitividad de las organizaciones poniendo a su alcance el análisis, la selección y, en su caso, la implantación de aquellas soluciones y aplicaciones globales basadas en Internet que mejor se adapten a los objetivos específicos, las necesidades, dimensión y posibilidades de cada organización.

Desde entonces, cerca de 200 clientes de todos los sectores han confiado en Brújula sus proyectos de innovación hasta convertir Brújula, once años después de su creación en Palma, en la empresa líder en el mercado TIC de Baleares. La empresa, con sede en Palma, pone a disposición de las organizaciones un equipo humano integrado por 120 profesionales de primer nivel entregados a la tarea de modernizar las empresas.

La especialización, la actualización permanente de productos y el servicio personalizado son las bases de la tónica ascendente seguida por Brújula, una compañía que en 2010 alcanzó un volumen de negocio cercano a los siete millones de euros.

Más información:

Jerusalén Villanueva – Prensa Brújula: 609 676 837

Teresa Vidal – Responsable de Marketing Brújula: 660 422 982