

# El liderazgo de los ejecutivos del IBEX 35 traducido en *followers y likes*

TEXTO ISABEL GARBISU | IMÁGENES ISTOCK

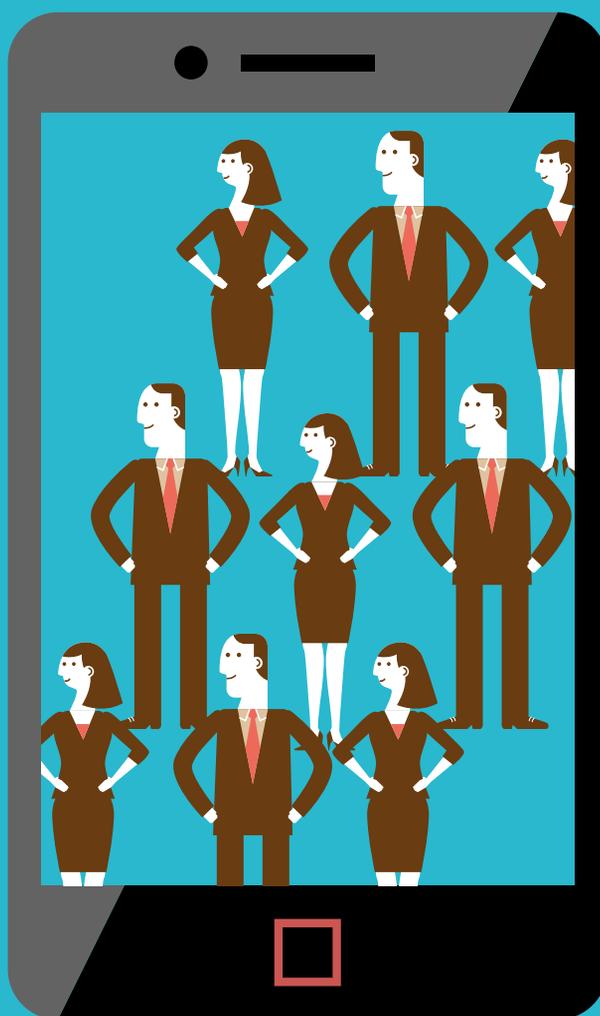


VISITA  
NUESTRA  
EDICIÓN  
DIGITAL



Es algo innegable que las redes sociales se han convertido en una herramienta más dentro del mundo empresarial. Su buen uso puede ayudar a comunicar la marca a un abanico amplio de personas o, simplemente, acercarnos al cliente de una manera más personal. Este es el caso del presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, quien, a través de su cuenta de Twitter, comparte personalmente tanto contenido del Grupo, como de sus propios sus propias aficiones e intereses.

Esta oportunidad de comunicar directamente con la sociedad es una de las razones que le han llevado a situarse entre entre los cuatro ejecutivos del IBEX 35 más relevantes en cuanto a actividad en redes sociales.



**17.300 seguidores.** Una cifra que, en la actualidad, se traduce a influencia en el mundo digital. **Antonio Huertas** cuenta con este gran número de *followers* (seguidores) en su cuenta de Twitter donde, según recoge el estudio *Presencia de las empresas del IBEX 35 en el entorno digital* elaborado por la agencia Estudio de Comunicación en colaboración con el diario español *El País*, se afianza como uno de los directivos que más fomenta la conversación en torno a su compañía, citándola en varias ocasiones y generando contenido.

El pasado julio se presentó el informe completo donde el presidente de MAPFRE tuvo la oportunidad de mantener una conversación con **Miguel Jiménez**, director del periódico económico *Cinco Días* y subdirector de economía de *El País*. Durante el encuentro, Antonio Huertas mostró, una vez más, la importancia que tienen estos canales de comunicación para transmitir los valores de la empresa así como su capacidad para relacionarse con las personas.

Huertas concibe las redes sociales como un espacio para conversar sobre los asuntos que importan, por eso ha tratado de animar a que otros líderes influyentes participen en la defensa del mundo en el que creen. Como ha reconocido, él habla de los temas que le

## “NO SE TRATA DE REDES SOCIALES, SINO DE PERSONAS”

“LAS REDES SOCIALES SON UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA RELACIONARNOS CON NUESTROS PÚBLICOS Y PARA SER CONSCIENTES DE AQUELLO QUE HAY QUE MEJORAR. NO PODEMOS PONER NOS EN MODO OFF CUANDO NOS DICEN ALGO NEGATIVO, HAY QUE GESTIONARLO Y TOMAR NOTA”

Antonio Huertas

## TOP 5 CEO MÁS INFLUYENTES DEL MUNDO

### 1. BILL GATES

@BILLGATES, (MICROSOFT)

31.500.000

### 2. RICHARD BRANSON

@RICHARDBRANSON, (VIRGIN GROUP)

8.689.171

### 3. ELON MUSK

@ELONMUSK, (TESLA MOTORS)

5.700.000

### 4. JACK DORSEY

@JACK (TWITTER)

3.900.000

### 5. ARIANA HUFFINGTON

@ARIANNAHUFF, (HUFFINGTON POST MEDIA GROUP)

2.536.000

interesan, como sostenibilidad, transformación, innovación y trata de contribuir con esta conversación en el desarrollo de las personas y las sociedades en las que MAPFRE está presente.

### El informe dice que...

El 22,9% de los presidentes de las empresas del Ibex 35 y el 17,2% de los consejeros delegados tienen ya cuenta en **Twitter**, según el estudio *Presencia de las empresas del Ibex 35 en el entorno digital*, elaborado por Estudio de Comunicación. En este entorno, el presidente de MAPFRE figura en la cuarta posición en cuanto a presidentes de empresas del Ibex 35 más activos en redes sociales.

**Ana Botín** (Santander), **José María Álvarez-Pallete** (Telefónica), **Jordi Sevilla** (Red Eléctrica Española) y **Antonio Huertas** son los presidentes que encabezan este ranking.

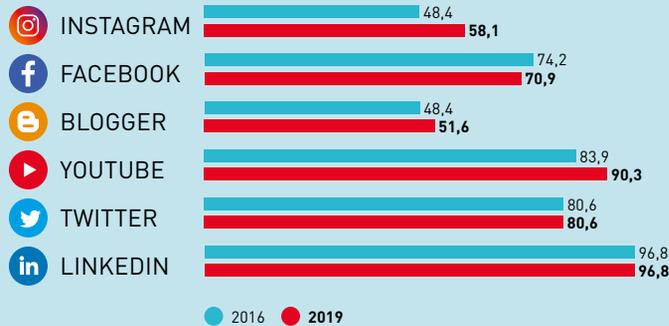
“**Los cuatro perfiles publican y retuitean informaciones relativas a sus compañías, enlazan artículos sobre el sector en el que operan y elaboran contenido de redacción propia sobre las acciones que desarrolla la empresa**”, señala este informe.

MAPFRE también encabeza, junto con Banco Sabadell, Naturgy, Caixabank y Cellnex el listado de empresas con mayor número de *tuits* o *retuits* con contenido corporativo.



## PRESENCIA DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35 EN LAS REDES SOCIALES COMPARATIVA DE USO DE REDES SOCIALES

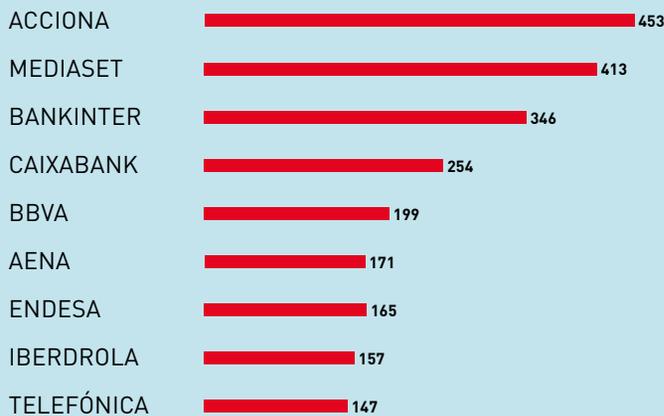
Entre 2016 y 2019 (en %)



## NÚMERO DE PUBLICACIONES CORPORATIVAS EN TWITTER POR ENCIMA O IGUAL DE LA MEDIA

Entre el 2 de abril y el 16 de mayo

Fuente: Estudio de Comunicación y *El País*



## VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS

Fuente: Estudio de Comunicación y *El País*

IMPULSA LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA:

- ▶ PERMITE LA PARTICIPACIÓN DE TODOS EN UN MISMO NIVEL.
- ▶ PERMITE COMPARTIR EL TALENTO DE LOS TRABAJADORES Y AUMENTA EFECTIVIDAD: COMPARTIR Y ESCUCHAR OPINIONES, PERMITE ELEGIR MEJORES IDEAS Y SOLUCIONES.
- ▶ AUMENTA LA MOTIVACIÓN: LA GENTE SIENTE QUE LA ESCUCHAN Y LA VALORAN.
- ▶ LOGRA MAYOR VINCULACIÓN CON LA EMPRESA: MAYOR RELACIÓN, SENTIMIENTO DE PERTENENCIA INCLUSO CON EQUIPOS QUE NO SE CONOCEN.
- ▶ RETENCIÓN DE TALENTO: PODRÁN EXPONER SU TALENTO Y LOS DIRECTIVOS ESTAR CONSCIENTE DE ELLOS.

## LA PRESENCIA DE MAPFRE EN REDES

 @MAPFRE, **44.7K**

 @MAPFRE, **16.2K**

 @MAPFRE, **252.5K**