

PROTAGONISTAS
DEL DÍA



Gwyneth Paltrow
Actriz

Gwyneth Paltrow y su marido Chris Martin, vocalista de Coldplay, planean mudarse otra vez a Londres, donde vivían con sus dos hijos hasta que se trasladaron a Los Ángeles el pasado verano.



Yoichi Takahashi
Autor de manga

Yoichi Takahashi, creador de la serie de animación *Captain Tsubasa* *Campeones: Oliver y Benji* trabaja en futuras entregas de la serie y dice que el FC Barcelona ha sido y es su principal fuente de inspiración.



Braulio Rodríguez
Arzobispo de Toledo

Monseñor Braulio Rodríguez lamenta que cada vez sea más popular en España la fiesta de Halloween, por considerarla "una mascarada", que carece de buenos sentimientos y que se limita a asustar y dar miedo.



Ethan Hawke
Actor

El norteamericano Ethan Hawke será el actor protagonista de la nueva película que prepara el director español Alejandro Amenábar, titulada *Regression*, cuyo rodaje se prevé que comience en primavera.

TENDENCIAS
CIENCIA
CULTURA
OCIO

SÁBADO
02 DE NOVIEMBRE DE 2013

EL CORREO GALLEGO

39

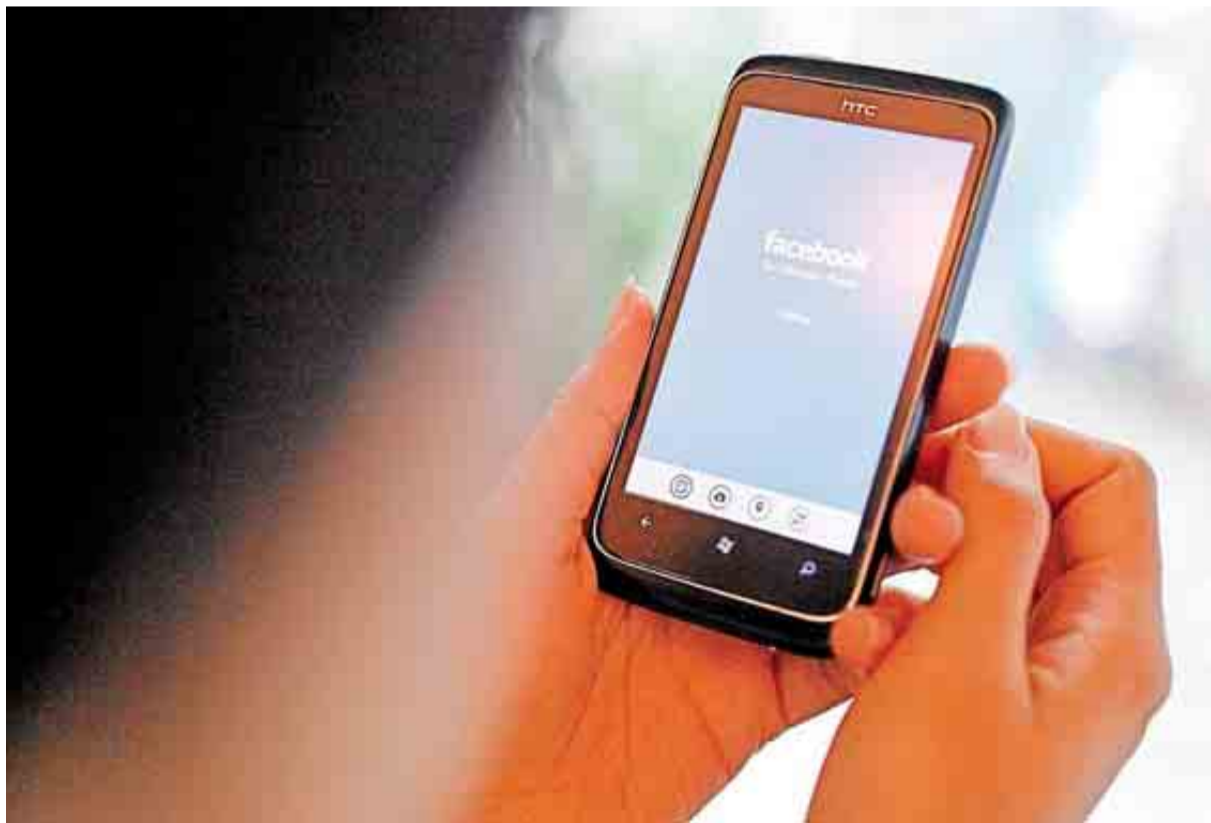
La gran empresa gallega suspende en la gestión de su comunicación 'on-line'

Un estudio sobre 150 firmas revela que solo el 52% cuenta con responsable de comunicación propio//La presencia en la red no responde a estrategias claras y es muchas veces testimonial

MARIO ÁLVAREZ
Santiago

A pesar de que se ha demostrado que una buena comunicación mejora la competitividad y facilita la consecución de los objetivos empresariales, todavía son muchas las compañías no comprenden su importancia. Así se desprende del informe *La comunicación empresarial en Galicia: gestión corporativa y entorno on-line*, elaborado por MundiNova Consultores de Comunicación, a partir de un estudio realizado entre los meses de julio y septiembre de 2013, con el objetivo de analizar cómo gestionan la comunicación las grandes empresas gallegas y cómo está siendo su adaptación al universo *on-line*. Para la realización del mismo, se han tomado como referencia 150 de las principales empresas gallegas por nivel de facturación, según Ardán 2012.

El análisis de los datos recopilados revela que, en líneas generales, el empresario gallego es cada vez más consciente de los beneficios que aporta una buena gestión de la comunicación para alcanzar el éxito en los planes de negocio, pero todavía no ha interiorizado la necesidad de integrarla en su estructura orgánica para poder obtener el máximo rendimiento. De hecho, la nota media que las empresas analizadas otorgan a la



Facebook es la red social más empleada por las grandes firmas gallegas, con un 41% de presencia 'online' Foto: Efe

importancia de la comunicación se sitúa en torno a un ocho pero, actualmente, sólo el 52% cuenta con un responsable de comunicación en su organigrama.

Las compañías que mayor importancia le conceden en Galicia a la comunicación son las pertenecientes a los sectores agroalimentario, textil, transporte o consultoría empresarial, esto es, empresas que ofrecen productos a los clientes finales o que necesitan relacionarse con el entorno en el que

se integran. Por el contrario, industrias como la pesquera, la química o la de automoción, cuya actividad se centra en la producción, consideran que no es tan necesaria.

Aunque el 41% de las empresas confirma tener departamento de comunicación propio, el 58% del total de compañías analizadas trabaja con algún consultor externo de modo habitual u ocasional, para ayudarles a identificar sus necesidades comunicativas y poner en

marcha las herramientas más adecuadas para lograr su objetivo.

Los servicios de comunicación que las empresas externalizan han variado desde que estalló la crisis, debido al importante descenso de los presupuestos de las grandes compañías. El gabinete de prensa y las relaciones con los medios continúan siendo los servicios más demandados, pero tan sólo el 24% de las empresas solicita asesoramiento global, es decir, planes integrales de comunicación.

En los últimos años, muchas empresas han dado el salto al mundo digital creando páginas web o abriendo perfiles en las principales redes sociales pero su presencia en la red no responde a una estrategia clara y suele ser meramente testimonial. Las compañías optan por mantener sus espacios de modo estático, utilizándolos únicamente para compartir su información corporativa.

El 82% de las compañías analizadas cuentan con página web, pero sólo en el 68% de los casos se trata de espacios dinámicos en los que se actualizan los contenidos o se incluyen secciones que permiten la interacción con los usuarios. Únicamente el 12% cuenta con un blog corporativo para llegar a su público de un modo más directo y compartir opiniones y necesidades.

REDES SOCIALES

●●● Día a día se incrementa el número de grandes firmas gallegas con perfiles en diferentes plataformas, pero muchas de ellas no las gestionan adecuadamente. Según se ha podido confirmar, el 61% está presente, como mínimo, en una red social; siendo Facebook la preferida (41%), seguida de LinkedIn (34%), Twitter (32%) y YouTube (32%).

●●● Facebook y Twitter son las plataformas en las que las compañías cuentan con mayor número de seguidores. Existe un porcentaje significativo de empresas (25%) que no ha publicado nada prácticamente desde la creación de sus perfiles en la red.