

Negocios

Grandes empresas impulsan sus conversaciones en redes

Aunque es incipiente, el volumen de interacciones sociales crece un 20% frente a los últimos tres meses del 2021. Estudio de LLYC y Portafolio mide influencia de políticos.

SI BIEN la conversación que se genera alrededor de las empresas en redes social todavía es poca, en el primer trimestre de 2022 las interacciones en torno a las 256 organizaciones más grandes del país aumentó en 79,606 menciones, lo que significó un crecimiento del 20%, respecto al último trimestre del 2021.

Entre septiembre y diciembre del 2021 llegaron a 397.511, pero al cierre de marzo sumaron 430.382.

En el 'top' 10 de las empresas está primero el Sena (17.797) y siguen Sura (17.128), Avianca (13.472), Movistar (12.492) y Ecopetrol (11.362). Siguen Pfizer (8.403), Claro (8.232), Caracol TV (5.425), Coomeva (3.901) y Aval (3.282).

Estos son los resultados del estudio "Social Listening. Análisis avanzado de datos", elaborado por LLYC en alianza con Portafolio, que analiza las conversaciones que se dan alrededor de las organizaciones colombianas desde la perspectiva social y política, correspondiente al primer trimestre del 2022 en esta oportunidad.

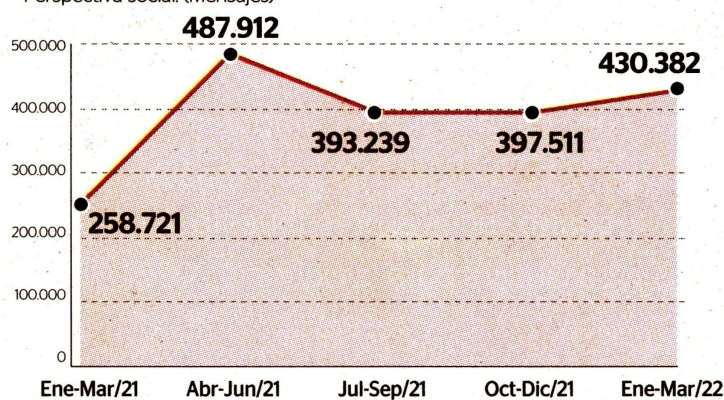
El estudio tiene por objetivo explorar la conversación política y ciudadana en torno al listado de 256 organizaciones con mayores ingresos en el 2021, suministrado por este diario con dos objetivos:

El primero es analizar el nivel de interés y confianza desde los ciudadanos, los políticos y los sectores relevantes. Y segundo, busca estudiar la correlación de éxito entre los líderes empresariales (CEOs) y sus organizaciones.

Para tener la opinión política se conformó un listado de 247 políticos entre gobernantes, senadores y candidatos presidenciales. En esta espera el estudio extrae las menciones que estas personas han realizado

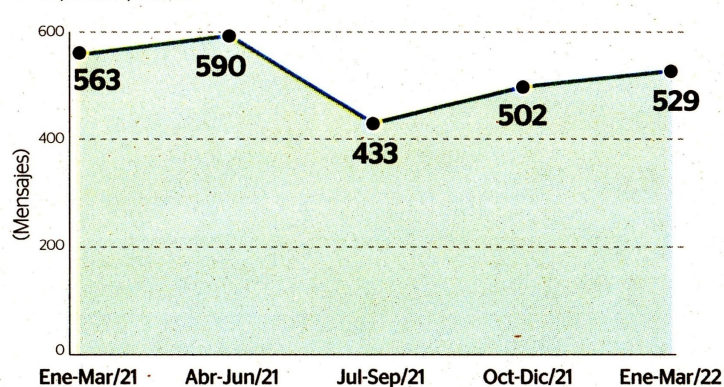
Evolución de la conversación

Perspectiva social. (Mensajes)



Evolución trimestral

Perspectiva política.



sobre las organizaciones analizadas. Las fuentes de los datos son Twitter, foros y noticias. Se tuvieron en cuenta 795.457 publicaciones y 130.550 perfiles.

Según explica LLYC, las herramientas utilizadas para este análisis es Brandwatch para la extracción de la conversación pública. Mientras tanto, la correlación para la evaluación de confianza se ha realizado a través de un entrenamiento manual de Inteligencia Artificial, desplegando su metodología y modelos analíticos, usando como insumo el análisis de sentimiento de Brandwatch.

SECTORES Y CASOS

Si bien se tuvo un incremento importante en las conversaciones, señala el estudio, esto se debe solo a

“El estudio de LLYC llama la atención en que la mayoría de organizaciones del listado registra un bajo volumen de menciones (91.8%)”.

dos sectores, Servicios Financieros y Seguros (+173%) y Entretenimiento (+104%). De los sectores que se contrajeron, sobresalieron Construcción e Ingeniería (-45%) y Transporte y Servicios Logística (-40%) los que menos menciones recibieron.

El estudio señala que la mayoría de organizaciones del listado registra un bajo volumen de menciones (91.8%) -menos de 1661 menciones en promedio por mes-, “por lo que analizar el nivel de confianza de las mismas nos llevaría a conclusiones sesgadas debido a la poca interacción en la conversación, ya que no hay suficientes menciones positivas o negativas que permitan calcular correctamente el indicador”.

El índice de confianza de

las 256 organizaciones se mantuvo con un nivel bajo de -9 en promedio para cada empresa durante todo el primer trimestre de 2022 y -20 para todos los sectores, esto como una reducción de 4 puntos para las empresas comparado al último trimestre de 2021. Por ejemplo, en el caso del Sena, el nivel de confianza fue -21 y el principal tema de conversación tuvo que ver con la investigación de contratos en la entidad.

Desde la perspectiva política, son escasas las menciones de los políticos sobre las organizaciones (529), por lo que tampoco en este escenario analiza el nivel de confianza.

En este trimestre toma relevancia en el tema político, principalmente, la conversación sobre Ecopetrol (14)

POLÍTICOS Y TEMÁTICAS

El estudio de LLYC identifica los personajes políticos con más influencia medida por sus menciones y su alcance (cantidad de visualizaciones, seguidores e impresiones de una mención o autor), teniendo en cuenta las empresas. Respecto a Ecopetrol abordan temas como transición a energías limpias y el pozo piloto con técnica de fracking. Con mayor volumen de publicaciones Juan Alberto Londoño, Gustavo Petro, la parlamentaria electa Cathy Juvinao y los congresistas Jorge Enrique Robledo y Jennifer Arias. En su orden, los cinco personajes con mayor alcance son Armando Benedetti, Gustavo Petro, Álvaro Uribe, Rafael Nieto Loaiza y Julián Román.

y Avianca (12). También aparecen Pfizer (10), Movistar (8) e Isagen (8).

“Revisando comparativamente cada sector durante los tres primeros meses del 2022: Educación Pública, Financiero y de Seguros son los sectores que más conversación generaron alrededor de los políticos colombianos, esto asociado a polémicas políticas con el Sena y a la fuerza que algunas empresas de comunicaciones, como Movistar”, indica.

LOS ALTOS EJECUTIVOS

Según el estudio de LLYC, al analizar la cantidad de menciones que han realizado los CEOs alrededor de sus organizaciones, no hay un volumen relevante, puesto que el 84% está en el rango de 6 a 0 menciones en el primer trimestre de 2022.

Por otro lado, de los CEOs que sobrepasan el volumen de las 100 menciones trimestrales hay solo 3 empresas de los sectores: Extracción, explotación de hidrocarburos y minería para Ecopetrol (265 menciones promedio), Grupo Argos con 134 menciones promedio del sector Construcción e Ingeniería y Servicios Financieros y Seguros se encuentra entre los más alto con Sura que alcanzó más de 600 menciones en el trimestre. ☞

10 ORGANIZACIONES CON MAYOR VOLUMEN DE CONVERSACIÓN

(Más De 9.000 Menciones)

Volumen de conversación

1 Sena	17.797
2 Sura	17.128
3 Avianca	13.472
4 Movistar	12.492
5 Ecopetrol	11.362
6 Pfizer	8.403
7 Claro	8.232
8 Caracol TV	5.425
9 Coomeva	3.901
10 Aval	3.282

10 ORGANIZACIONES CON MAYOR VOLUMEN DE MENCIONES

Contexto político

Volumen de menciones

1 Ecopetrol	14
2 Avianca	12
3 Pfizer	10
4 Movistar	8
5 Isagen	8
6 Emcali	6
7 Claro	6
8 Gr. Argos	5
9 Coomeva	5
10 Caracol	4

Fuente: LLYC / Portafolio