



■ NUEVAS TECNOLOGÍAS

La Universidad de Salamanca consigue la quinta posición del *ranking* en redes sociales

L.G

Tras evaluar el éxito de la estrategia en redes sociales de las universidades y escuelas de negocios españolas, la Universidad de Salamanca ha quedado en quinta posición en el *ranking*. Alianzo, la empresa encargada de la evaluación, ha tenido en cuenta el proceso de socialización *on line* de personas, empresas y organizaciones.

Gestionada desde el área de Comunicación, la presencia institucional de la Universidad de Salamanca en redes sociales se puso en marcha en enero de 2011, y en tan sólo año y medio, ha conseguido posicionarse como un referente en redes sociales en el ámbito de la Educación Superior.

Prueba de ellos es que ha quedado en el Top 10, concretamente en quinta posición, de un *ranking* con el que

Alianzo busca medir la influencia que tienen las universidades y escuelas de negocio en España y el éxito que tienen en las redes sociales.

Alianzo destaca de la Universidad de Salamanca que tenga marcados *targets* y objetivos diferenciados para cada red social y además valora que el amplio *timeline* o biografía en Facebook incorpore una gran parte de los hechos históricos de la institución académica desde su fundación en 1218.

A pesar de haberse incorporado en las redes sociales a principios de 2011, la Universidad ha obtenido una sorprendente respuesta en este tiempo que le ha llevado a posicionarse entre las más importantes en este ámbito. Estos buenos resultados son fruto del esfuerzo de la institución por adaptarse a las nuevas tecnologías.