[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en 28003 / Madrid el 10/02/2014

# [#ComparteBuenasNoticiasCLIC Reputación online de empresas en Latinoamérica y España](http://www.notasdeprensa.es)

## La campaña de content marketing de Sidney Marketing, ayuda a la exportación con la gestión de la reputación internacional online de empresas de Latinoamérica y España

#ComparteBuenasNoticiasCLIC – Las mayores empresas españolas dan las gracias a Latinoamérica En una coyuntura de malas noticias sobre la economía, las grandes empresas españolas junto a sus socios latinoamericanos proponen ir a contracorriente dando a conocer la buena noticia que  es el esfuerzo exportador de las empresas e instituciones de cooperación a un lado y otro del Atlántico. Latam es el principal mercado de las exportaciones de España pero España se ha convertido en la principal plataforma de entrada de empresas Latinoamericanas a Europa. La colaboración  entre los dos lados del Atlántico es pues muy beneficiosa para todos. Para difundir este mensaje se ha creado la campaña de marketing digital #ComparteBuenasNoticiasCLIC que pretende agrupar a los protagonistas que están mejorando las exportaciones y colaboración entre Latam y España. La campaña que ha sido realizada por la agencia Sidney Marketing transmite emotividad y optimismo para entrar en la conversación digital. Su web se puede visitar en: www.sidneymarketing.com/infoadex-compartebuenasnoticiasclic.html Hay que priorizar la gestión de la reputación internacional on-line de nuestras empresas Además del mensaje de agradecimiento y apoyo de las empresas españolas a Latinoamérica, la campaña pretende concienciar a las empresas de la  importancia de invertir en la gestión de la reputación internacional on-line. Latinoamérica y España han priorizado la gestión de la imagen de sus empresas en medios tradicionales off-line, en parlamentos, en visitas y audiencias a países extranjeros, en acciones de relaciones públicas tradicionales, pero no han invertido lo suficiente en marketing de contenidos on-line.  Lo hemos podido ver en la XXIII Cumbre Iberoamericana de Panamá, una cumbre de éxito indudable pero, dónde la estrategia de comunicación no ha apostado lo suficiente por los canales digitales tal y como hacen Barack Obama y las empresas de EEUU en los Foros de Cooperación Económica Asia-Pacifico. Así en la mayoría de los países desarrollados, el incremento de la inversión en marketing digital (tasas medias del 16’7% anuales) ha corrido parejo al descenso (tasas medias del 5’4% anuales) del marketing tradicional (fuente InfoAdex). En Latam y España, el incremento y relevancia del marketing digital acumula un considerable retraso respecto a lo que acontece en otros países desarrollados. Las grandes empresas exportadoras anglosajonas invierten enormes cantidades de dinero en la gestión de su reputación internacional on-line ya que son conscientes de su importancia para competir en el mercado global. Al igual que EEUU se ha caracterizado por gestionar su “poder blando” durante los últimos 60 años mediante el cine, la TV, los cómics o las nuevas tecnologías, también lleva años a apostando por la creación de contenidos on-line o “branded contents”. Las empresas de Latinoamérica y España, que, en los últimos años han hecho un enorme esfuerzo exportador, tienen que ponerse manos a la obra para gestionar su reputación internacional on-line tal y como lo hacen sus competidores anglosajones, alemanes e incluso asiáticos. Para ello la punta de lanza es la creación de marketing de contenidos adaptado a la globalización.    La campaña #ComparteBuenasNoticiasCLIC persigue precisamente eso: la creación y difusión de branded contents en el mercado hispanohablante global. Para ello Incluye contenidos digitales innovadores tales como: La Expo-Feria on-line, donde las empresas, asociaciones y administraciones del mercado hispanohablante global, pueden visitar los diferentes pabellones para contactar con sus aliados Latam y españoles.   El vídeo: expone, inicialmente, los tópicos actuales de la economía, luego los relega para motrar lo que las instituciones y empresas exportadoras están haciendo de bueno en Latam y en el mundo. La revista: recoge noticias de los participantes, ofrece artículos de marketing digital y brinda una visión global desde algunos de los más reputados diarios latinoamericanos.  Los cuadernos OIRM: son una colección de artículos y sugerencias editados relacionados con la gestión de la reputación internacional on-line (OIRM) para corporaciones, instituciones y empresas. Especialmente creados para smartphones y tablets. ¿Compartimos  buenas noticas? Algunas de las empresas participantes en la campaña son: 100 Montaditos, Acciona, ACS, Adif, Almirall, Banco Santander, Consultrans, Dimetronic, Elecnor, Eulen, FIAB, FCC, Ferrovial, Fertiberia, FICE, Gamesa, Gas Natural Fenosa, Gowex, Grifols, Grupo SANJOSE, Iberdrola, Imathia, Inabensa, Indra, Ineco, Isolux Corsán, Joselito, Lizarrán, OHL, Osborne, Mutua Madrileña, Renfe, Sacyr, T-Solar, Zeltia Contacto: Juan Ramón López Gay Director de Comunicación juanlopez@sidneymarketing.com Tel: + 34915360163 www.sidneymarketing.com

**Datos de contacto:**

Juan Ramó López Gay - Sidney Marketing

Director de la Campaña #ComparteBuenasoticiasCLIC

+34915360163

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/compartebuenasnoticiasclic-reputacion-online-de-empresas-en-latinoamerica-y-espana](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Marketing

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)