

# REDES SOCIALES PARA LAS MARCAS DE TURISMO: INSTAGRAM VS. FACEBOOK



Desde hace varios años, las redes sociales intentan apoyar la comunicación de las marcas de la mejor manera posible. Si Facebook o LinkedIn son las redes predilectas, la aparición de nuevas plataformas como Instagram trae un viento fresco. Pero, ¿cómo mejora Instagram la visibilidad de una empresa?

"El 90% de los usuarios sigue a un negocio en Instagram". Esta es la estadística que debería hacer que todas las empresas quieran lanzarse a la plataforma creada por Kevin Systrom y Mike Krieger. En la era de la tecnología digital y las redes sociales, las empresas están tomando conciencia de la importancia de su comunicación digital.

## Facebook está viendo el ocaso

Aunque sigue siendo la red social con más miembros del mundo, Facebook seduce menos. De 2019 a 2020, la aplicación de Mark Zuckerberg es la única que no ha observado ningún desarrollo de miembros mientras que todos sus competidores registran tasas de crecimiento superiores al 20%. La interfaz ya no tiene el mismo atractivo. Las modas están cambiando. Facebook parece estar menos en sintonía con las tendencias actuales. Los jóvenes recurren más a nuevas redes y se imponen alternativas como Instagram.

## Instagram

Las empresas de turismo utilizan ahora Instagram, donde los viajes ocupan uno de los temas más populares. Tanto las agencias como todo el sector se están volcando decididamente en esta aplicación con su abigarrado logotipo.

## Popularidad

Aunque 25 millones de empresas tienen actualmente cuentas en Instagram, la plataforma presume de popularidad mundial: en 2021, contaba con más de 1.300 millones de usuarios activos mensuales. Además de llegar a todas las edades, Instagram se está expandiendo por todo el mundo. Aunque Estados Unidos es la mayor base de usuarios de la red (140 millones de usuarios), el 88% de los adeptos no están domiciliados en ese país.

Ya sea para el entretenimiento, la conversación o la información, Instagram se está convirtiendo en un elemento fijo en nuestro paisaje. En 2019, la plataforma tenía más de 500 millones de usuarios diarios. Y lo que es aún más alentador para los profesionales, el 81% de los usuarios dicen que utilizan Instagram para descubrir nuevos productos y servicios.

Cada día, más de 200 millones de usuarios visitan los perfiles de empresas o marcas. Desde la crisis sanitaria acompañada de todo tipo de prohibiciones, el mundo experimenta un deseo de viajar. Las marcas turísticas tendrán todo el interés en ser activas en la plataforma para captar un público cautivo. ¿Qué mejor que publicar paisajes, fotos coloridas o destinos populares del momento?

## Sistema

Evidentemente, de eso se trata Instagram: de publicar fotos y vídeos de todo el mundo. El sector turístico es el que más se apoya en las imágenes. Con las páginas web, promocionar la belleza de los lugares/viajes no es tan fácil, mientras que Instagram se está consolidando como la red de escape y promoción de los lugares turísticos. Las publicaciones permiten a todos sus seguidores (y a los no seguidores si su perfil es público) acceder a contenidos que evocan los viajes. En el ámbito profesional, esta red aporta una excelente alternativa para promocionar un bien o un servicio relacionado con el turismo.

### **El sistema de historias**

Las historias representan un formato efímero utilizado para informar sobre una noticia temporal. Apoyarse en este tipo de contenido dinámico permite captar la atención durante un periodo de tiempo más largo. Se convierte en una verdadera palanca para despertar el deseo de viajar de los viajeros. Estas pequeñas fotos o vídeos, disponibles por 24 horas, se han convertido en un medio de expresión por derecho propio. Influencers y humoristas los utilizan a diario, y los medios de comunicación incluso ofrecen contenidos adaptados a este formato.

### **Hashtags**

El sistema de hashtags es también una buena manera de referenciar tus posts. Insertarlos en un post te permite enviarlo directamente a una base de datos especialmente dedicada a esa palabra clave concreta. Por cierto, los hashtags de viaje o de viaje son los contenidos más populares de la plataforma. Además, en las publicaciones se especifican muchos monumentos y lugares imprescindibles. Con todo esto, es evidente que los viajes están en el centro de la temática de Instagram.

Date: 2022-04-19

Article link: <https://www.tourism-review.es/las-redes-sociales-para-las-marcas-turisticas-news12492>