

CATALUNYA



OPINIÓN

Juan Pablo Torrents-Faura

Una 'buena' relación con la prensa

Dejando de lado que no se pueden controlar en las redes sociales comentarios, opiniones o informaciones no contrastadas o falsas acerca de una marca o sobre los datos de una empresa (en cuanto a facturación, número de empleados o algún dato económico negativo), las compañías sí que pueden evitar la publicación de noticias, opiniones o datos que son erróneos en medios de comunicación donde estos profesionales de la comunicación trabajan o, incluso en sus cuentas personales de Twitter y Facebook.

Ya sea una empresa unipersonal o una gran compañía, resulta necesario estar *entrenado* frente a la publicación, tanto en diarios digitales y de papel como en radio y televisión, de informaciones sobre una marca o una empresa que no se adecúan a la realidad. Para ello, hay que tener establecido un protocolo y un plan de actuación de comunicación *precrisis* que evite lo que se conoce como una situación de comunicación de crisis de la empresa que, si no se gestiona correctamente a tiempo, puede llevar a nefastas consecuencias para la compañía.

Ante datos negativos que le puedan llegar a un periodista, el empresario no debe cerrarse en banda

Dentro de este plan de actuación, es importante considerar el hecho de tener una relación fluida con los periodistas a los que habitualmente se envía documentación noticiable de la empresa: notas o convocatorias de prensa, material gráfico o datos sobre la compañía que les puedan ser muy interesantes y útiles para publicar en el medio donde trabajan.

Las compañías deben estar siempre disponibles cuando un medio o un periodista *freelance* contacte con ella y solicite una información concreta. En el caso de que a una empresa no le convenga dar la información por el motivo que sea, igualmente, hay que dar una respuesta indicando que no se puede entregar dicha solicitud por la razón que sea, pero que –por ejemplo– la firma sigue contando con el medio o el periodista para otras acciones que lleve a cabo, como ruedas de prensa o eventos corporativos externos que organice la compañía y a los que le interese dar visibilidad.

Ante rumores o datos negativos que le puedan llegar a un periodista sobre una determinada compañía, hay que ser claros y concisos y no cerrarse en banda: la posibilidad de tener un encuentro privado con un periodista y explicarle, *off the record*, detalles sobre el negocio con la condición de que no los publique, puede generar una relación de confianza entre ambas partes creando un vínculo *win to win*.

Consultor en JPC Comunicación

CON ÉNFASIS



LA ALIANZA DE FERNANDO ZALLO CON CROWDCUBE
El exdirectivo de Antonio Miró, que lidera la red de *business angels* de Esade, ha firmado un acuerdo con la plataforma británica de *equity crowdfunding* para que alumnos y exalumnos de la escuela de negocios puedan invertir en *start up* con un desembolso mínimo de 500 euros.

EMPRESA Y EMPLEO

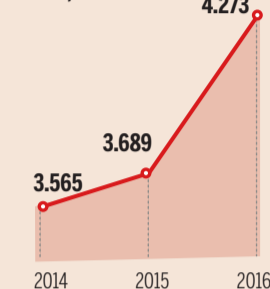
Fluidra creó 575 empleos el pasado año

La compañía especializada en el desarrollo de aplicaciones para el uso sostenible del agua Fluidra alcanzó los 4.336 empleados en 2016. Esta cifra supone un aumento de la plantilla de la empresa de 575 trabajadores, lo que representa un alza del 15,5% en las cifras de empleo de la compañía, con sede en Sabadell. De esta forma, 2016 es el segundo año consecutivo de crecimiento en la plantilla de Fluidra, tras el alza de 133 trabajadores que consiguió en 2015. Del total de la plantilla, el 88,5% de los trabajado-

res son fijos a tiempo completo, un 4,5% son a tiempo parcial y el 7% restante tienen contratos temporales. Por sexos, el 68% de la plantilla de la empresa está compuesta por hombres, mientras que el 32% restante corresponde a mujeres. La plantilla de Fluidra tuvo en 2016 una tasa de rotación del 4,7%, un 0,2% más que en 2015. La empresa invirtió el pasado año 430.000 euros en formación para sus trabajadores, que se tradujeron en un total de 32.040 horas dedicadas a este cometido.

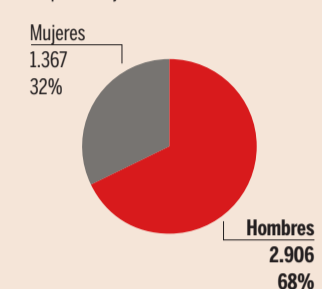
FLUIDRA

> Radiografía de la plantilla de Fluidra



Fuente: Fluidra

> División de la plantilla por sexos en 2016



Expansión

LA FOTO



SÁENZ DE SANTAMARÍA HABLA EN BARCELONA SOBRE INTERNET Y LOS MENORES

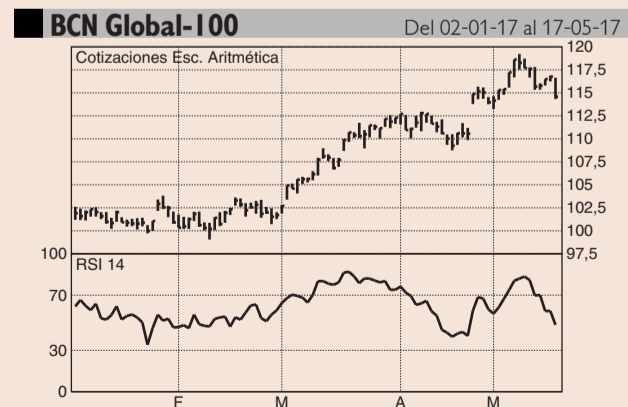
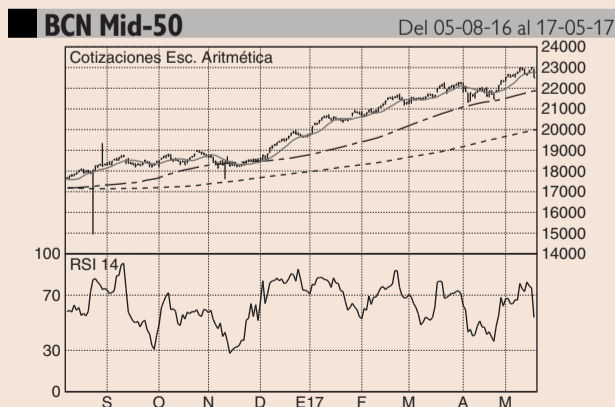
La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, inauguró ayer en Barcelona la jornada sobre los derechos de los menores en Internet. En el acto, celebrado en la Universitat Abat Oliba CEU, Sáenz de Santamaría abogó por la alfabetización digital de los jóvenes, con el fin de proteger sus derechos, y por promover los valores de la atención, la participación, la colaboración y el consumo crítico de información. Además, la vicepresidenta recordó la existencia de la iniciativa Internet Segura for Kids, un centro de seguridad de la red para los menores.

DETRÁS DE

La Seu d'Urgell, en la cumbre Rajoy-Martí

El jefe del Gobierno de Andorra, Antoni Martí, y el presidente del Ejecutivo central, Mariano Rajoy, se reunieron ayer en La Moncloa. Entre los temas de diálogo figuró la necesidad de "dar un impulso" al Aeropuerto de Andorra-La Seu d'Urgell, según un comunicado oficial de la presidencia del país pirenaico. Esta infraestructura es básica para que, como pretende, Andorra pueda acoger en 2020 la Cumbre Iberoamericana. Martí aprovechó la cita para presentar formalmente al Gobierno la candidatura andorrana a la cumbre, que el país ya avanzó en otoño.

ASÍ VAN LOS MERCADOS DE BARCELONA



CATALUNYA

expansioncat@expansion.com

REDACCIÓN: Martí Saballs (director adjunto); José Orihuel (redactor jefe); Sergi Saborit (jefe de sección); Marisa Anglés, David Casals, Gabriel Trindade y Artur Zanón.
PUBLICIDAD: Daniel Choucha (Jefe Área Publicidad Expansión Barcelona) y Albert Borràs.
Teléfono: 93 496 24 22 / 93 496 24 07

Passeig de Gràcia, 11, escalera A, 5ª planta
08007 Barcelona
Teléfono: 93 496 24 00
Fax: 93 496 24 05