



OPINIÓN

Juan Pablo Torrents-Faura

Comunicación corporativa

Desde que empezó la crisis en España, hace ya siete u ocho años, es sabido que muchas empresas han recortado o han suprimido directamente su presupuesto en publicidad, marketing y, en muchos casos, en comunicación corporativa.

En Catalunya, entidades como la Asociación de Directivos de Comunicación o el Colegio de Periodistas de Catalunya, llevan tiempo defendiendo la necesidad de tener a un profesional o a un equipo de profesionales que dirijan la comunicación de una empresa, ya sea externa o internamente. Las consecuencias de no contar con este tipo de profesionales quizás no se notan a medio plazo, pero un buen gestor de comunicación puede ahorrarle a un empresario muchos quebraderos de cabeza ante situaciones inesperadas o no deseadas, como la pérdida de clientes o la disminución de facturación. Un caso claro lo hemos visto recientemente con la marca embotelladora de agua para oficinas Edén donde, seguramente, el departamento de comunicación de la empresa ha tenido que trabajar duro para paliar los efectos del

caso del manantial contaminado de Font d'Arinsal, en Andorra.

Un buen gestor de comunicación puede ahorrarle muchos quebraderos de cabeza a una empresa

Las empresas deben entender porque es necesario invertir en comunicación. Un gestor de comunicación para una empresa puede mejorar o aumentar su imagen y visibilidad, tanto a nivel *offline* como *online*: ¿cómo? Para empezar, gestionando la relación de la empresa o institución con los medios de comunicación, a través de notas o comunicados de prensa, planificando con antelación una estrategia de comunicación de crisis cuando la marca esté teniendo un eco mediático negativo, confeccionando un dossier de prensa para periodistas especializados que quieran más información específica de la entidad, o también gestionando entrevistas y artículos en medios, para dar a conocer a directivos o trabajadores de la compañía. Hoy casi nadie duda que la gestión y reputación *online* de una compañía en la redes sociales no es clave, sino fundamental. Una mala reputación *online* puede ser demoledora en muy poco tiempo si no se dispone de un *community manager* que vele por la imagen en Internet.

El empresario, desde el pequeño emprendedor, pasando por las pymes, hasta el *family office*, debe ser consciente del valor que un gestor o profesional de la comunicación puede aportar a su negocio.

Consultor de comunicación.

COYUNTURA

Crece la actividad en el sector

La actividad en los servicios subió un 2,7% en Catalunya en el primer trimestre en comparación con el mismo periodo de 2015, según el índice sectorial elaborado por el Idescat. El momento se fundamentó en el crecimiento del 1,8% experimentado por el comercio y en el alza del 4,5% en otros servicios, que inclu-

LA FOTO



EL CAIXAFORUM ACOGE UNA EXPOSICIÓN DE LA DINASTÍA MING. El imperio dorado. La exposición Ming. El imperio dorado. La exposición Ming –que dominó China– se inaugura este miércoles, en el Caixaforum de Barcelona. El objeto es un plato esmaltado y dorado en forma de plato del Museo de Nanjing, que nunca

ASÍ VAN LOS MERCADOS

BCN Mid-50

