

## El grupo realiza la segunda reducción de capital de 2009

**BARÓN DE LEY** El grupo vitivinícola aprobó una reducción del 5% de su capital social en junta general extraordinaria de accionistas celebrada el pasado julio. Se trata de la segunda reducción de capital realizada en este ejercicio, según informó la compañía a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Escriturada y registrada esta reducción, el capital social de la compañía ha quedado establecido en 3,5 millones de euros. La reducción de capital por amortización de acciones supone la consolidación de un mayor porcentaje de participación del accionariado, incrementando, al mismo tiempo, el beneficio por acción de la sociedad.

## Oferta 500 puestos de trabajo en las estaciones de esquí aragonesas

**ARAMÓN** El grupo español de turismo de nieve y montaña ha ofertado 500 puestos de trabajo en las estaciones de esquí de Cerler, Formigal y Panticosa, en el Pirineo Aragonés, y Javalambre y Valdelinares, en la Sierra de Teruel, para la próxima temporada de invierno 2009/2010. El proceso de selección de personal será llevado a cabo por la compañía en colaboración con El Instituto Aragonés de Empleo (Inaem), gracias a un convenio que ambas entidades firmaron la pasada temporada para la campaña de captación de personal. La compañía ha renovado su portal en Internet con el fin de facilitar la inscripción y el acceso a las ofertas de empleo.

## Inicio del plan de crecimiento con un local en Palma de Mallorca

**CRAPA PELATA** La cadena de restaurantes italianos ha inaugurado su primer establecimiento fuera de la Comunidad Valenciana iniciando de esta forma su expansión nacional. Se trata de un local de 200 metros cuadrados, que contará con una zona de restaurante y con un servicio de recogida en el local y entrega a domicilio. El nuevo establecimiento estará a cargo de un franquiciado que ha realizado una inversión aproximada de 140.000 euros. La firma, que prevé abrir otros 3 locales antes de fin de año, tanto en Valencia, como en otras zonas de España, ya cuenta con 12 locales, uno propio y el resto franquiciados.

### UNIDAD EDITORIAL CONFERENCIAS Y FORMACIÓN

## Cataluña moderniza sus infraestructuras de transporte

### PRIORIDADES EN EL CONTEXTO ACTUAL

**Expansión.** Madrid  
Los planes de infraestructuras se suceden en todo el mundo como una medida para sortear la crisis económica. España no es una excepción a la regla y Cataluña será una de las comunidades autónomas que más fondos recibirá con este objetivo. El Estado y la Generalitat acordaron destinar 4.806 millones de euros de los Presupuestos Generales a infraestructuras, una cifra que compensará parcialmente el déficit registrado en 2007.

Esta iniciativa reforzará los objetivos del Plan de Infraestructuras del Transporte en Cataluña (PITC), que dibuja las prioridades actuales

y futuras en el desarrollo de la red viaria y ferroviaria hasta 2026. Pero estos objetivos, sin duda ambiciosos, se enfrentan a un contexto económico complicado que podría poner en tela de juicio su viabilidad.

Analizar en profundidad los retos a los que tendrán que hacer frente las infraestructuras de transporte en Cataluña es el objetivo del encuentro organizado por Unidad Editorial Conferencias y Formación, patrocinado por Deloitte y Vossloh, que abordará la consolidación del pacto na-

cional de infraestructuras, el traspaso del servicio de cercanías a la Generalitat, el nuevo impulso de infraestructuras ferroviarias y los renovados sistemas de financiación y fuentes de liquidez, entre otras prioridades.

### Financiación privada

La conferencia contará con la presencia de distintos representantes de la Administración pública, tanto del Ministerio de Fomento, como del Govern de Catalunya y del Ayuntamiento de Barcelona.

Además, el las empresas privadas también aportarán sus percepciones sobre el futuro de las infraestructuras en Cataluña, ya que las grandes constructoras están elaborando propuestas susceptibles de contar con financiación privada para colaborar así en la búsqueda de soluciones a los problemas del sector.

Se trata, en definitiva, de un asunto clave en plena crisis financiera, que ha afectado al sector por la falta de liquidez, pero también por una disminución de los riesgos que están dispuestos a asumir los financiadores.

### PRÓXIMA CONVOCATORIA

**Infraestructuras de Transporte en Cataluña.** Barcelona, 16 y 17 de septiembre de 2009.

## “Internet cambia el lenguaje de la comunicación”

### ENTREVISTA ADOLFO CORUJO Director del área de Comunicación Online de Llorente & Cuenca/

El experto cree que Obama ha alterado las reglas del juego de la comunicación.

**C. García.** Madrid

“Las empresas que se virtualicen bien, reconceptúen lo que hacían en el mundo real para el mundo virtual, ganarán una enorme ventaja competitiva. Las administraciones públicas que lo hagan darán un mejor servicio y los partidos políticos aumentarán su electorado”, explica Adolfo Corujo, director del área de Comunicación Online de Llorente & Cuenca. El experto considera que el mundo ha cambiado y que estar en la red se ha convertido en un requisito indispensable.

El fenómeno Obama ha dado otra vuelta de tuerca a un proceso que no es nuevo. Cada vez es más importante que las instituciones o empresas se posicionen en Internet, pero se ha de hacer con una visión a largo plazo. “El cambio del electoralismo 2.0 a la gestión 2.0 en el fenómeno Obama se vio desde el mismo momento en que tomó posesión de su cargo. Obama ha puesto en marcha un modelo real de gestión 2.0 más que hacer de estas herramientas un mecanismo propagandístico”, señala el experto.

### Identidad

Si hay una condición que no puede faltar cuando se lanza un plan de comunicación en Internet es contar con “una identidad digital creíble”. Para ello, no se debe entender la red como un medio impersonal, sino todo lo contrario. “La gente dice que Internet es un medio de microcomunidades. Yo creo que es un medio de persona a persona”, explica. La manera adecuada de acercarse a la red es a través de una comunicación personal y constante. Además, ninguna estrategia de comunicación puede tener éxito si no existe un mensaje claro, porque los canales y herramien-



Adolfo Corujo, director del área de Comunicación Online. / JMCadenas

no. “Por ejemplo, un error de base es pensar que Internet es un asunto de gente joven, cuando el grupo poblacional que es responsable del crecimiento de Internet en los últimos años es el de los 45 a 60 años. Los jóvenes ya se habían incorporado antes”, indica.

### Riesgos

“Internet es un mundo nuevo en el que apenas llevamos 15 años. Aún no se sabe con certeza lo que funciona y lo que no”, señala Corujo. Hay que tener en cuenta que los planes de comunicación en la red también pueden fracasar, pero cuando el éxito se consigue, los resultados son inmejorables.

Hoy en día, ninguna empresa o institución puede pensar que estar en Internet es una opción. Por ello, hay que dedicar recursos, porque comunicarse en la red no es gratis. Además, estos recursos deben estar bien invertidos y para conseguirlo, hay que introducir Internet en la gestión diaria de una empresa o institución.

Entre los recursos que hay que destinar, está el factor humano. Para Corujo, la figura del *community manager* será cada vez más indispensable, porque es quien “da cara, la voz y el corazón al mensaje en Internet”.

El master de Comunicación y Política Institucional organizado por Unidad Editorial Conferencias y Formación, y patrocinado por Llorente & Cuenca, tiene entre sus objetivos formar a expertos que se integren en este nuevo entorno.

### PRÓXIMA CONVOCATORIA

**Master en Comunicación y Política Institucional.** Madrid, Octubre de 2009.

### PRÓXIMAS CONFERENCIAS

#### SEPTIEMBRE

- **APARCAMIENTOS.** Madrid, 15 de septiembre.
- **PUNTES.** Madrid, 16 de septiembre.
- **PATROCINIO Y MK DEPORTIVO.**

Madrid, 22 de septiembre.

- **SEGURIDAD OPERACIONAL AEROPORTUARIA.** Madrid, 23 de septiembre.



Punto de encuentro

www.conferenciasyformacion.com / 903 99 62 00