

COSTOS DE UNA **CRISIS** REPUTACIONAL

Un documento de

EP/C
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA



**Lleva 20 años construir
una reputación y 5 minutos
destrozarla.**

**Si piensas en ello harás las cosas de
forma diferente .**

**Warren
Buffett¹**



La reputación corporativa es el activo intangible más valioso de una empresa, considerada de valor social en relación con aspectos como las relaciones laborales, la integridad, la ética empresarial, los valores que representan y la visión que se tiene.

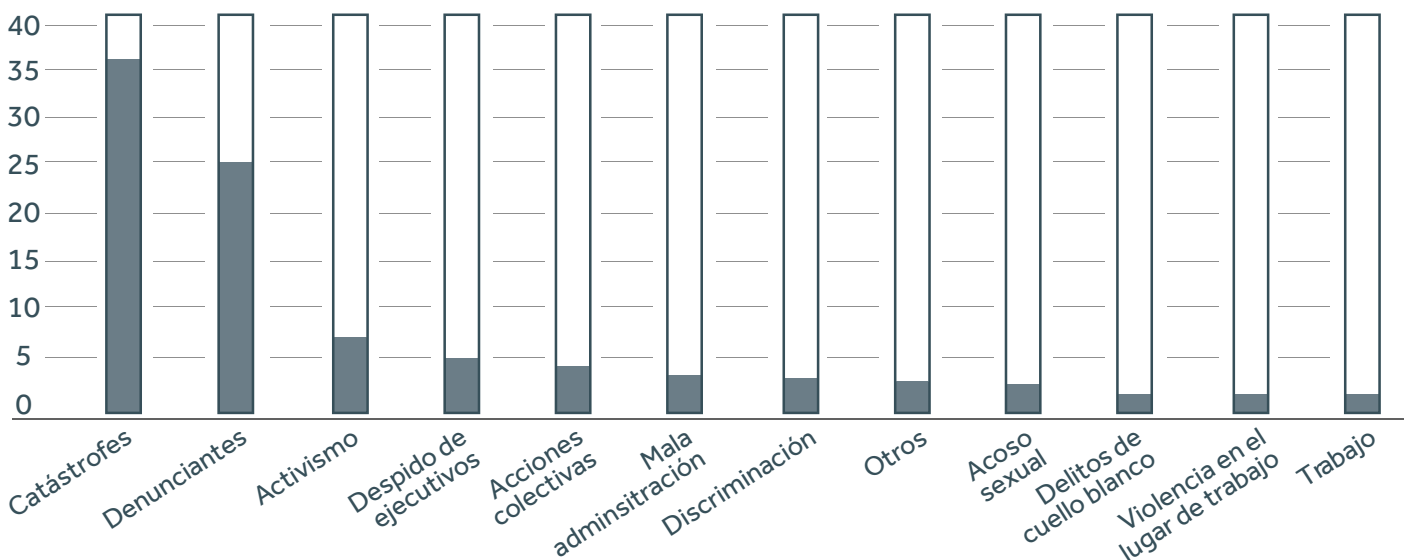
En ese sentido, una buena reputación tanto al interior como al exterior puede traducirse en la retención primero, de los colaboradores, pues genera esa sensación de pertenecer a una organización que es vista con buenos ojos, pero que además produce o genera productos de valor para la sociedad y, por otro lado, de los consumidores, quienes tienen la última palabra en cuanto a la selección o no de tu producto y/o servicio, aumentando así su fidelidad o su rechazo hacia nuestra empresa.

Sin embargo, **ninguna institución pública o privada está exenta del riesgo latente de que ocurra alguna situación inesperada, o incluso a veces esperada, que afecte de una manera importante la imagen que se tiene de ella**, su prestigio y, además, trastoque las actividades primarias de dicha organización lo que pueda repercutir en aspectos financieros.

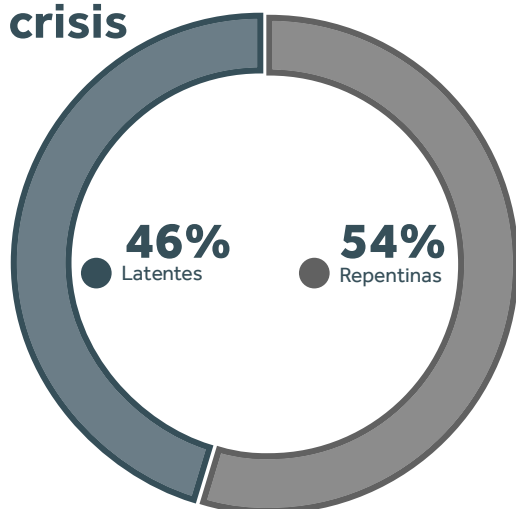
/ 1 Warren Buffet, president y director general de Berkshire Hathaway (Sociedad tenedora estadounidense)
https://es.wikipedia.org/wiki/Warren_Buffett

Accidentes laborales, desastres naturales, conflictos políticos, cambios tecnológicos, ataques cibernéticos, espionaje industrial, competencia desleal, escándalos de corrupción, denuncias por acoso sexual o hasta una pandemia como la que vivimos en el mundo hace tres años, que nadie la esperaba, pueden configurar un escenario de crisis organizacional interna y externa.

Razones de la crisis²



Tipos de crisis



Gestionar de manera errónea una situación de crisis puede llevar a la empresa más reconocida a nivel mundial no solo a perder enormes cantidades de dinero, situación que podría parecer de cierta forma normal y que podría recuperarse, sino a recibir un golpe aún más peligroso, el golpe a la reputación, a la percepción que la sociedad pueda tener de esa empresa, ese daño podría ser irreversible y arrastrar a la compañía a una muerte lenta.

/ 2 Fuente: Institute for Crisis Management, "ICM Annual Crisis Report 2021", agosto 2022.

¿Cuáles son los errores más frecuentes en una crisis?

- 1** Pensar que nuestra organización no será objeto de una crisis.
- 2** Dejar pasar la crisis porque “no te preocupes, esta situación no dura más de un día”, hasta que un incidente menor termina siendo un problema grave.
- 3** Reaccionar por impulso, proporcionando información errónea, imprecisa y, sobre todo, ocultar o cambiar la realidad de los acontecimientos.
- 4** No contar con un plan de gestión de crisis adecuado y que sirva de guía a la alta dirección a navegar en momentos de turbulencia corporativa.

Sabemos que no se pueden prevenir todas las crisis, lo que sí es posible hacer es anticiparlas y estar atentos a los pequeños indicios que nos van avisando si existe algún conflicto potencial. Ahí, justamente, radica la diferencia entre quienes transitan una crisis de manera más preparada y quienes no cuentan siquiera con el contexto del problema.

Sin embargo, haciendo alusión a la famosa frase del ex primer ministro de Gran Bretaña a finales de la II Guerra Mundial, Winston Churchill, mientras ayudaba a formar lo que hoy es la Organización de las Naciones Unidas (ONU), “never let a good crisis go to waste”, no perdamos nunca de vista que, por más grave que parezca una situación de crisis o por más complejo que sea el problema que se presente, si se administra correctamente en términos de comunicación e imagen, puede representar incluso áreas de oportunidad y no solo salir de la crisis, sino salir fortalecidos y posicionados ante los grupos de interés.



¿Qué debemos tener en cuenta para navegar una crisis con éxito?

Un paso esencial para gestionar una crisis, llegado el momento, es que la alta dirección tenga conciencia de la importancia de estar preparados para algo así. Que se esté comprometido con la implementación de las herramientas de monitoreo, análisis y reacción ágil para solventarla.

De igual forma, establecer mecanismos de alerta al interior de la organización que permitan identificar situaciones adversas o negativas, que siendo de baja escala pudieran desarrollarse a problemas más serios si no son atendidas al momento.

En comunicación y relaciones públicas, la gestión de crisis se ha convertido en un área altamente especializada que, en el ideal, debería ser un área específica de la organización que cuente con las capacidades adecuadas para detectar los riesgos a corto, mediano y largo plazo.

Esta área debe ser un brazo de la empresa que tenga muy claro su labor ante cualquier eventualidad que amenace los intereses corporativos. Ponerse en manos de expertos y dejar que estos acompañen a propietarios y directivos de una empresa en crisis puede ser la diferencia entre la continuidad o fracaso del negocio. Este es un tema que debe incluirse en los programas de capacitación continua y es importante contar con la disponibilidad de consultores especializados para cuando llegara el momento.

Recuerda, la pregunta no es si habrá o no crisis... sino ¿cuándo, cómo, y por qué?

Si estás interesado en proteger los intereses de tu compañía, tu imagen personal o institucional, contáctanos para conducir un análisis y brindarte las mejores soluciones.

Somos un equipo con más de 20 años de experiencia en comunicación estratégica, relación con medios de comunicación, prevención, capacitación y manejo de crisis y estrategias digitales. Trabajamos para vincular, construir y fortalecer la reputación e imagen de líderes, marcas, empresas y organizaciones.



Elaborado por
Guillermo Díaz Barriga
Director General de **EPIC**

epic.pcsolutions.lat/

T. 55.7098.4153

Homero 411, pisos 1 y 4
Polanco V Sección, Miguel Hidalgo
CDMX

 pcsolutions.lat/



Public and Corporate
Solutions LATAM.

PUBLIC / CORPORATE
SOLUTIONS
LATAM